

EL LIBRO-ÁLBUM: UN RECURSO PEDAGÓGICO PARA LA PROMOCIÓN DE LA LECTURA

Recibido: 07/07/2020 Aceptado: 12/08/2020

Yohan Enrique Quiroz Sayago
Universidad Nacional Experimental del Táchira
yohancs@gmail.com

RESUMEN

El artículo presenta una visión de algunos enfoques teóricos sobre la promoción de la lectura, generados en América Latina en los últimos veinte años; por otro lado, se revisan diversas definiciones y los rasgos más característicos del libro-álbum con la intención de evaluar y valorar el uso de este artefacto cultural como un recurso pedagógico destinado a la promoción de la lectura y a la formación de individuos mejor alfabetizados visualmente. El arqueo bibliográfico se realizó a partir de las siguientes preguntas orientadoras: ¿Qué se entiende en el contexto latinoamericano por promoción de lectura? ¿Cuáles son los retos que debe afrontar el promotor de lectura en la era hipervisual? ¿Qué es el libro-álbum y cuáles son sus rasgos característicos? Se concluye que: a) la promoción de la lectura es un trabajo de intervención sociocultural que busca acercar al individuo a una variedad de textos, con el fin de que ejerza la ciudadanía y participe activamente en la construcción de la democracia; b) el estudio del código visual constituye uno de los retos que debe asumir el promotor de la lectura en esta era caracterizada por la ubicuidad de las imágenes, c) el libro-álbum es un género que debe aprovecharse para contribuir con la formación de alfabetas visuales capaces de desentrañar los valores transmitidos en las imágenes que les son dadas a través de los medios audiovisuales y de asumir una actitud crítica y reflexiva frente a ellas.

Palabras claves: Promoción de la lectura, libro-álbum, alfabetidad visual.

ABSTRACT

The article presents an overview of some theoretical approaches on reading promotion, generated in Latin America in the last twenty years; on the other hand, it reviews several definitions and the most characteristic features of the book-album with the intention of evaluating and assessing the use of this cultural artifact as a pedagogical resource for the promotion of reading and the formation of more visually literate individuals. The bibliographic survey was carried out on the basis of the following guiding questions: What is understood in the Latin American context by reading promotion? What are the challenges to be faced by the reading promoter in the hypervisual era? What is the book-album and what are its characteristic features? It is concluded that: (a) the promotion of reading is a work of sociocultural intervention that seeks to bring the individual closer to a variety of texts, in order to exercise citizenship and actively participate in the construction of democracy; b) the study of the visual code constitutes one of the challenges that the reading promoter must assume in this era characterized by the ubiquity of images; c) the book-album is a genre that should be used to contribute to the formation of visual literates capable of unraveling the values transmitted in the images that are given to them through the audiovisual media and to assume a critical and reflective attitude towards them.

Keywords: Reading promotion, book-album, visual literacy.

1 INTRODUCCIÓN

Hoy en día, cuando el libre pensamiento se encuentra amenazado por los modelos políticos e institucionales totalitarios que buscan la sumisión de los ciudadanos, y por los medios audiovisuales que transmiten antivalores a través de sus mensajes, se hace indispensable promover la lectura en todos y cada uno de los contextos que integran la esfera social, a saber: en la familia, en la escuela, en el trabajo e incluso en los hospitales, pero, primordialmente, en las zonas más vulnerables. El Estado, como organización política constituida, tiene la responsabilidad de garantizar el desarrollo pleno de los individuos a través de programas educativos orientados a fomentar la reflexión y el razonamiento propio, con el fin de que puedan hacer frente a las adversidades de la vida. Más allá de preparar profesionales competentes para el mercado laboral, la educación debe dotar a los sujetos de los medios requeridos para su desenvolvimiento óptimo en este mundo marcado por cambios drásticos y vertiginosos que atentan contra su autonomía y su dignidad. Gallardo (2009) opina que: “La educación es el medio más adecuado para formar ciudadanos libres, democráticos, responsables y críticos, que contribuyan a la construcción de una sociedad más justa, igualitaria y equitativa” (p. 120). Dicho de otro modo, es el puente que conduce a una verdadera civilización, basada en valores y principios éticos y morales, donde cada individuo sea capaz de pensar por sí mismo y de darle la orientación más adecuada a su vida.

Uno de los medios con los que cuentan los docentes para cumplir con este propósito es la lectura, práctica cultural compartida desde la escuela que traspasa el escenario educativo para constituirse en herramienta fundamental del desarrollo pleno de la humanidad. Prieto (2013), considera que: “La praxis lectora debe ir más allá, incluso de la experiencia pedagógica, debe trascender los espacios institucionalizados repetidores de fórmulas, para que se asuma la lectura como ejercicio vital de la liberación del pensamiento” (p. 28). En otras palabras, su práctica tiene que

despertar y alimentar constantemente el espíritu reflexivo; pues, tal como decía el filósofo alemán Friedrich Nietzsche, un lector se caracteriza por ser cuidadoso, rumiante y capaz de interpretar y de dejarse afectar por el texto en su ser mismo (Zuleta, 2010).

Conscientes de los beneficios de la lectura, instituciones educativas, organismos gubernamentales y fundaciones, entre otros entes del continente latinoamericano, promueven, año a año, diversas actividades en torno a la libros; empero, es menester advertir que no toda acción vinculada con esta práctica puede ser llamada “promoción de lectura”. Bombini (2008) apunta que en la actualidad “Lectura y promoción son términos que parecen recubrir diversidad de prácticas: desde una visita de un promotor editorial a una biblioteca escolar hasta un programa de alto alcance de desarrollo curricular de un organismo educativo gubernamental” (p. 77). Las ferias de libros, que muchas veces cuentan con la participación de los escritores, los círculos de lectura, las peñas literarias, los festivales de lectura, “la hora del libro” y “la hora del cuento” transmitidos por algunos medios de comunicación y las actividades recreativas en torno al cuentacuentos, sin lugar a dudas, son espacios propicios para el encuentro con el libro y la animación a la lectura; pero no siempre pueden ser vistos desde la promoción. Esta realidad conduce a revisar algunos constructos teóricos en torno al significado de la expresión “promoción de lectura”, especialmente porque:

Entre un margen lábil, por momentos o claramente delimitado por otros, borroso o a veces atravesado por tensiones o contradicciones, “promoción de la lectura” se dice de gran cantidad de prácticas y esto plantea un primer desafío epistemológico y metodológico y acaso un segundo a la hora de definir políticas de acción en este sector”. (Bombini, 2008, p. 77)

En virtud de lo expresado en párrafos inmediatamente anteriores, este artículo presenta algunas definiciones de la promoción de la lectura durante los últimos años en América Latina, específicamente en México

(Naranjo (2003), Colombia (Álvarez, Giraldo, Rodríguez y Gómez, 2008; Yepes, en Ávila, 2018; Álvarez y Naranjo, en Ávila, 2018), Cuba (Hernández, Campillo, y Cañizares, 2016) y Venezuela (Morales, Rincón y Tona, 2006; Duarte, en González, 2012); igualmente, expone los retos y desafíos que debe asumir el docente en su rol como mediador en la sociedad actual, caracterizada por la omnipresencia de las imágenes. Por último, brinda algunos conceptos sobre el libro-álbum y destaca sus rasgos más característicos, con la intención de justipreciar su uso como recurso pedagógico para la promoción de la lectura y a la formación de individuos mejor alfabetizados visualmente.

2 AMÉRICA LATINA: LA PROMOCIÓN DE LA LECTURA Y SUS ENFOQUES

El influjo informativo de los medios de comunicación de masas sobre actividades vinculadas con la lectura, así como los planes, programas y proyectos escolares destinados a la animación y algunas campañas impulsadas por la industria editorial, conforman una gran diversidad de prácticas que conducen a tergiversar el significado y el propósito de la promoción de lectura. Hoy por hoy, se tiene la idea de que:

Promover la lectura es hacer una recomendación de lectura a un grupo de taller literario o desplegar un proyecto editorial de gran cobertura tendiente a dotar de nuevos materiales a las bibliotecas públicas de una escuela; es escribir el guion de un corto publicitario para la televisión u organizar un maratón para premiar la niño que lee más libros de una escuela. (Bombini, 2008, p. 77)

Nada más lejos de la realidad. Ciertamente, a pesar de su carácter publicitario y, en algunos casos mercantilista, no se puede menospreciar el esfuerzo y la iniciativa de organismos e instituciones públicas y privadas por animar a otros a la lectura. Sin embargo, hablar de “promoción” implica ir más allá de la animación, es afectar positivamente a un sujeto o a una comunidad, contribuir con su desarrollo y evolución. Yepes (1997, citado en Ávila,

2018) la define como: “cualquier acción o conjunto de acciones dirigidas a acercar a un individuo o comunidad a la lectura” (p. 28); Duarte (en González, 2012) amplía esta definición al expresar que es un “conjunto de acciones y/o estrategias que se realizan para la formación de lectores y (...) para el ejercicio de la democracia” (p. 242). A su juicio, “La promoción tiene por objetivo desarrollar un estado de conciencia en el lector o productor de texto, esta condición le permite usar con autonomía estos procesos para el beneficio individual y colectivo” (Duarte, en González, 2012, p. 242). Sobre la base de lo expuesto por estos autores, se puede afirmar que la promoción de la lectura es una labor que trasciende el mero hecho de motivar a leer; es, ante todo, facilitar -con un propósito determinado- el libro a una persona, a un grupo o a un barrio para que haya un cambio de actitud y puedan transformar su misma realidad.

Por su parte Álvarez y Naranjo (2003, citados por Ávila, 2018) definen a la promoción de la lectura como “un trabajo de intervención sociocultural y político que busca, fundamentalmente, la reflexión, revalorización, transformación y construcción social de nuevos sentidos, idearios y prácticas de la lectura, con el propósito de generar cambios en las personas, en sus contextos y en sus interacciones”. (p. 28). De manera análoga, Álvarez, Giraldo, Rodríguez y Gómez (2008) responden que la promoción de la lectura es una forma de intervención y pedagogía social que persigue, esencialmente, un fin político, educativo y de transformación social. Para Hernández, Campillo y Cañizares (2016) “La promoción de la lectura contemporánea, debe ser orientada a la formación y consolidación de lectores críticos. En relación con este particular un lector íntegro accederá a la información de manera autónoma y sabrá qué hacer con ella” (p. 379). A partir de estas definiciones, se puede inferir que un sujeto que haya sido promovido a la lectura, asumirá una actitud crítica frente al texto, será capaz de reflexionar por sí mismo y dejará de ser un ente pasivo para convertirse en un agente de cambio. Será visto

y reconocido por su comunidad como un ayudador de la acción y la transformación ciudadana.

Morales, Rincón y Tona (2006) integran otros elementos a la promoción:

La promoción de la lectura es una práctica social dirigida a transformar positivamente las maneras de percibir, sentir, valorar, imaginar, usar, compartir y concebir la lectura, como construcción sociocultural. Desde esta perspectiva, la promoción de la lectura relaciona al hombre con la lectura. Esta no siempre es consciente e intencionada, pero si voluntaria, comprometida, militante y de convicción. (p. 284)

Cabe hacer una digresión para preguntarse si debe ceñirse esta práctica exclusivamente a la educación formal y al ámbito académico, ¿son solo las escuelas y las universidades las instituciones encargadas de promover la lectura? La respuesta es contundente: no. Naranjo (2003) aduce que la promoción de la lectura es una práctica sociocultural que no puede estar limitada al ámbito bibliotecario o escolar, sino que debe transformarse en una práctica cultural encauzada al desarrollo de la sociedad, de la comunidad y, más aún, a la formación del individuo con la intención de coadyuvar en el desarrollo social.

Vista de este modo, se entiende que la promoción de la lectura es una labor cuyo fin es propiciar mediante el acercamiento de los individuos a la lectura, las condiciones necesarias para que puedan acceder al conocimiento con espíritu crítico y reflexivo y, de esa manera, se conviertan en agentes activos en la construcción de la democracia y ejerzan la ciudadanía con base en valores tales como la justicia, la igualdad, la tolerancia, el respeto, el derecho a la vida y a la libertad de expresión.

No cabe duda de que la lectura y su promoción posibilitan la creación de espacios destinados a la expresión de ideas, al diálogo y a la reflexión. Por medio de ella, el hombre se emancipa y enaltece su dignidad, valorando su propia vida y la de sus semejantes. Y es que leer involucra mucho más que decodificar determinado código, “Leer es pues, realmente,

entrar en connotación” tal como lo subraya Barthes (1975, p. 86). En otras palabras, leer es apoderarse del conocimiento, transformarlo y ampliarlo para tener la posibilidad de descifrar e interpretar los acontecimientos de la vida y, de esta manera, tomar parte activa en la evolución y en el progreso de la sociedad, ya que, como dice Bombini (2008), “la lectura es garantía para el libre ejercicio de la ciudadanía” (p. 79).

Se puede aseverar que la promoción de la lectura y la formación ciudadana son dos caras de una misma moneda: Yepes (2010) aduce que: “La promoción de la lectura es un acto político” (p. 11); pero, de acuerdo con Peña (2003), solo es posible hablar de ella en sociedades donde es asumida como un derecho, más que como un peligro. Por eso, acceder al libro es una manera de acceder al mundo y tener la oportunidad de encarar las realidades sociales, culturales, políticas y económicas que definen y afectan a la civilización de hoy; es saber actuar en correspondencia con el espíritu de la época. Zapata y Arteaga (2010) manifiestan que: “La lectura es el recurso privilegiado que, en mayor medida, permite a los seres humanos potenciar sus posibilidades de participación social y enriquecer su vida” (p. 9).

Pero ese privilegio no puede ni debe estar destinado a una minoría o a una élite. Por eso, no son suficientes la biblioteca escolar, la de la universidad o la del barrio, ni las librerías, ni la visita de un representante editorial al colegio, ni las ferias del libro, ni las llamadas “hora del cuento” en los medios de comunicación social. Es menester la presencia y la intervención de mediadores y promotores de lectura en todos y cada uno de los espacios que conforman la esfera social: en las fábricas, en los centros comerciales, en los hospitales, en las iglesias y en las barriadas. Incluso, la misma escuela reclama la participación de docentes que hayan experimentado el placer de la lectura y su posibilidad transformadora, capaces de seleccionar los libros de acuerdo a las necesidades y preferencias de sus estudiantes, más que a los intereses propios o a los impuestos por el gobierno de turno. Solo de esa

manera, será posible el progreso social. Por eso, la tarea de los profesores como promotores de lectura no solo será determinante para el éxito escolar sino para el de sociedad en general.

Ahora, Pérez y Blanco (2018) advierten que: “Promover la lectura supone continuidad para que los alumnos puedan explorar distintos textos y se afiancen en su proceso” (p. 69). Hoy, donde el avance rauda de la tecnología y la expansión del mercado editorial presentan al mundo otros formatos de lectura y códigos distintos al de la palabra, se hace necesario identificar las nuevas tendencias para asumir con compromiso y optimismo los retos y desafíos de la promoción de la lectura en una sociedad que, al parecer, es cada vez más visual.

3 RETOS DEL PROMOTOR DE LECTURA EN LA ERA HIPERVISUAL

La ubicuidad de las representaciones icónicas, generada por los mass media y la publicidad, ha hecho del ser humano un devorador irreflexivo de imágenes. Los soportes electrónicos representan la caverna moderna del mundo de las apariencias, la sociedad actual pasa un tiempo desmedido frente a los dispositivos digitales que proyectan las sombras de la realidad. Hace veintidós años atrás Sartori (1998) afirmaba que: “nuestros niños ven la televisión durante horas y horas, antes de aprender a leer y escribir” (p. 36).

Después de más de dos décadas han cambiado los soportes, pero los más pequeños siguen embelesados con sus niñeras digitales: manipulan celulares, tablets, computadoras portátiles, antes de aprender a leer y escribir. De una u otra manera, la tecnología está reemplazando el lugar de los libros y, lo más preocupante aún, afectando las relaciones de los niños, niñas y jóvenes con su entorno. Al respecto, Goleman (2013) afirma que:

Los niños de hoy en día crecen en una nueva realidad, una realidad en la que están muy desconectados de sus semejantes y mucho más conectados que nunca, por el contrario, con las máquinas,

una situación que, por razones muy diversas, resulta inquietante. (p. 17)

Siendo así, es probable que uno de los mayores riesgos de la llamada generación APP lo constituya el hecho de que “las tecnologías móviles y las redes sociales mermen la calidad de la interacción cara a cara” (Gardner y Davis, 2014, p. 109). Otra de las posibles consecuencias es que en un futuro no muy lejano, pocos se atrevan a defender sus derechos ciudadanos y a participar con espíritu crítico y reflexivo en los acontecimientos que regirán el destino de la humanidad.

Si bien es cierto que muchos hacen un uso adecuado de las aplicaciones (APP competentes) y aprovechan el caudal de información disponible en la red para su formación y desarrollo; otros demuestran, cada vez más, una mayor dependencia. Y es que “(...) la tecnología modifica de forma esencial la naturaleza humana o, como mínimo, el pensamiento y la conducta humanos” (Gardner y Davis, 2014, p. 32)

En este orden de ideas, se puede señalar que la avalancha de imágenes que se proyectan a diario por los medios de comunicación y las redes sociales no deja de constituir una amenaza, ya que, por lo común, gran parte de los receptores carece de una visión crítica; es decir, no está alfabetizada visualmente. Al respecto, da Silva (citado por Lumbreras, 2016), explica que:

los analfabetos visuales son personas que no son capaces de diferenciar entre una imagen con contenido, que puede ser positivo o negativo para su formación, y ello puede provocar que no tengan una visión crítica de las imágenes que perciben y les "bombardean", como las audiovisuales y las procedentes del cine, la televisión y las redes sociales. (párr. 3)

Frente a este escenario, los promotores de lectura tienen un gran reto: capacitarse en el estudio de la comunicación visual con el objetivo de poder analizar, comprender e interpretar dicho código y, de esta manera, desarrollar estrategias que permita a los consumidores de imágenes establecer una dialogía con ellas a fin de descubrir su sentido.

“Lo visual es un lenguaje y tenemos que aprender a leerlo (...) dado que eso es parte de la creación de una sociedad crítica, que sepa interpretar ese lenguaje de forma correcta”, opina da Silva (citado por Lumbreras, 2016, párr. 7). El espíritu de la época solicita la participación de individuos con múltiples niveles de alfabetización, Michéle Anstey (2002, citado por Silva, 2002), aclara que:

Ser multialfabetizado requiere no solo competencias comunicativas, sino la habilidad de analizar de forma crítica una variedad de textos en otras formas de representación. También requiere la habilidad para involucrarse en las responsabilidades sociales y las interacciones que se asocian con estos nuevos textos. (p. 154)

Se puede agregar que ser multialfabetizado es tener competencias que permitan comprender e interpretar otros códigos, para evitar caer en la trampa de las falacias creadas por los gobiernos, la publicidad y los medios de comunicación social. Un individuo multialfabetizado es capaz de acercarse a otros, a través de esos nuevos lenguajes, para que estos, al igual que él, asuman una actitud crítica frente al mundo que los circunda. En consecuencia, un promotor de lectura alfabetizado visualmente reconocerá que: “La generación que ha crecido interactuando con las pantallas requiere de las imágenes para acercarse a los libros” (Silva, 2009, p. 151). Un buen promotor de lectura no debe limitarse a la enseñanza de técnicas para motivar a leer; sino que, además, debe fomentar la lectura de otros códigos diferentes al de la palabra; verbigracia, la lectura de imágenes (Peña, 2003). Entonces, parece lógico pensar que uno de los recursos pedagógicos que puede ser usado por el promotor de lectura es el libro-álbum, artefacto cultural que se caracteriza por su forma narrativa, donde convergen el texto y la imagen.

4 UN ACERCAMIENTO AL LIBRO-ÁLBUM

Hoy, el mercado editorial propone una variedad de textos que, de ser tomados en

cuenta por los educadores, bibliotecarios, animadores culturales y promotores de lectura, podrían representar un elemento útil dentro del campo de la promoción. Uno de ellos es el libro-álbum, género que, según Martínez (2014), está recientemente revalorizado por la crítica, por lo que su concepto aún está en construcción.

Valencia (2014) advierte que comprender la información contenida en el libro-álbum no significa leer texto e imagen de manera independiente, se requieren otras capacidades: “Nos encontramos ante un género que no solo exige la lectura de texto e ilustración sino, además, la competencia para integrar la información que unas y otras proporcionan para la construcción de sentido” (p. 117). En el libro-álbum el código visual y el escrito conforman una simbiosis, cuestión que no ocurre con los libros ilustrados que, en muchos casos, vienen a ser una reafirmación de lo que narra la historia o que simplemente cumple una función decorativa.

Shulevitz (1999) también señala otras complejidades:

A diferencia de un libro de cuentos, que expresa las imágenes y los sonidos por medio de las palabras, un libro-álbum separa ambos elementos, representando la imagen mediante la ilustración y el sonido mediante palabras (...) el libro-álbum retoma una premisa original: ver y oír directamente sin la mediación de la palabra. (p.132)

Fajardo (2014, a partir de Lewis, 2005; Hanán Díaz, 2007; y Durán, 2009) sintetiza los rasgos más resaltantes del libro-álbum:

(...) más que un libro, es un objeto artístico con capacidad narrativa que se vale de un lenguaje híbrido compuesto de imagen y texto, estructurado a través del diseño gráfico y que observa rasgos propios de la metaficción (exceso, indeterminación y subversión de la forma narrativa), gracias al tipo de colaboración que estos códigos (visual y lingüístico) crean entre sí mediante una fuerte interconexión e interdependencia dialógica en la construcción de los significados narrativos, el préstamo de códigos de otras artes y tecnologías, la

capacidad de síntesis y visión caleidoscópica de la realidad, la relatividad del conocimiento que trata, y sobre todo: exigir la participación activa de los receptores en esa construcción de significados, todo lo cual lo convierte en un producto emblemático de la postmodernidad. (p. 57)

Vásquez (2014) enfatiza que: “En el libro álbum tanto el texto como la imagen son igualmente importantes y su lectura requiere atender a los elementos propios de la narrativa como aquellos otros propios de la imagen” (p. 338), cuestión que pone de relieve la necesidad de especializarse en el estudio del código visual, es decir, de alfabetizarse visualmente. Díaz (2007) comenta que el mundo visual de los libros-álbum está lleno de referencias, préstamos y deudas al arte, al cómic, a la literatura y al cine. En otras palabras, el libro álbum es una herramienta innovadora, al menos en el contexto venezolano, pues, además de ayudar a iniciar y motivar a la lectura, funge de puente a otras áreas del currículo escolar.

Para Vásquez (2014) “Dejar de lado o menospreciar todas las posibilidades contenidas en los libros álbum es privarnos de disfrutar estas pequeñas “obras de arte” y perder la oportunidad de formar a otro tipo de lectores” (p. 344); lectores que no solo aprendan a apreciar las imágenes contenidas en ellas, sino que sean capaces de valorar y disfrutar otras representaciones visuales, tales como la pintura, la fotografía, el teatro, la escultura, la arquitectura, el diseño gráfico y, por qué no, de su propio entorno.

Ahora, ¿por qué considerarlo un recurso pedagógico para la promoción de la lectura? A juicio de Durán (2009) la lectura del libro-álbum posee un extraordinario potencial para “incardinar competentemente al niño en la sociedad y la memoria colectiva de su comunidad, cosa que en sí misma constituirá el máximo objetivo de la tarea pedagógica” (p. 230) Nikolajeva (2010) cree que: “Uno de los aspectos más controversiales de la literatura infantil es su uso como instrumento de poder. Los libro-álbum tienen un gran potencial para subvertir el poder adulto y cuestionar el orden

establecido” (p. 34). Naturalmente, esto no es algo que no se da por sí mismo, es fundamental la presencia del promotor de lectura, alfabetizado visualmente, como mediador para incitar mediante la formulación de preguntas la participación de los niños y niñas que dejarán de ser espectadores embelesados por las imágenes para convertirse en constructores de sentido, relacionando eso que muestra el texto con su realidad y su percepción del mundo.

La promoción de la lectura a partir del libro álbum puede representar una propuesta pedagógica para el fortalecimiento de los procesos de enseñanza y aprendizaje, a la construcción del conocimiento, a la alfabetidad visual y al fortalecimiento del espíritu crítico y reflexivo que tanto requiere la sociedad del siglo XXI. Acercar a los pequeños y a los jóvenes a este soporte es una forma de contrarrestar el impacto de los medios de comunicación de masas, puesto que, como manifiesta Kerguén (2000), “No hay que olvidar que la televisión acostumbra a los niños a un desarrollo rápido y a una sucesión de emociones que los convierte en consumidores de sentimientos violentos y de acción” (p. 41).

Con mayor razón el promotor de lectura debe mantenerse en estado de alerta, leyendo los nuevos signos de los tiempos, asimilando la realidad, formándose y formando a otros para la decodificación de nuevos símbolos y códigos; puesto que las tecnologías digitales están generando un cambio de paradigma, especialmente en las generaciones más jóvenes, reconfigurando significativamente su identidad, su intimidad y su imaginación (Gardner Y Davis, 2014).

5 CONCLUSIONES

Es incuestionable el valor de la lectura como medio para la adquisición del conocimiento en todas las áreas del saber; con todo, su práctica no debería limitarse exclusivamente a la educación formal de los seres humanos. La experiencia de la lectura como placer, como goce estético, representa un factor primordial en el desarrollo de los individuos en todas sus dimensiones; en este

sentido, la promoción de la lectura debe ser una práctica orientada a la invención de sentidos.

En Latinoamérica la promoción de la lectura es vista como un trabajo de intervención sociocultural que busca acercar al individuo a una variedad de textos, con el fin de propiciar cambios encauzados al ejercicio de la democracia y a la transformación de la sociedad y de las comunidades.

Hoy, cuando los padres delegan a los medios de comunicación de masas la formación de sus hijos y, en especial, cuando los soportes digitales reemplazan en muchas oportunidades los espacios de interacción presenciales, se hace imprescindible fomentar la lectura de otros códigos diferentes al de la palabra.

La alfabetidad visual constituye uno de los retos del promotor de lectura, por eso es necesario analizar, comprender e interpretar el código gráfico para desarrollar estrategias que permitan descubrir el sentido de las imágenes y, así, establecer una diálogos con ellas. En opinión de Sípido (2003), “La reflexión sobre la Educación Visual debe poner el acento, precisamente, en la capacidad del alumno para acceder al conocimiento visual desde la comprensión de conceptos y procedimientos que le permitan ser un observador competente, crítico y participativo” (p. 62).

El libro-álbum representa un recurso pedagógico que debe aprovecharse para iniciar el camino hacia una sociedad mejor alfabetizada visualmente, capaz de desentrañar los valores transmitidos en las imágenes que les son dadas a través de los medios audiovisuales, con el fin de que asuman una actitud crítica frente a ellas. Por lo tanto, es menester propiciar espacios destinados a la promoción de la lectura a partir del libro-álbum con el fin de diseñar estrategias innovadoras orientadas a establecer un diálogo con la imagen.

6 REFERENCIAS

Álvarez, D., Giraldo, Y.; Rodríguez, G. y Gómez, M. (2008). Acercamiento al estado actual de la promoción de la lectura en la biblioteca pública en Colombia. *Revista*

Interamericana de Bibliotecología. 31 (2) 13-43.

Ávila, A. (2018). Desde una experiencia: ciertos conceptos sobre promoción de lectura. En Naranjo, J. y Agudelo, O. (Eds.). *La promoción de la lectura: una mirada a cuatro voces*. Medellín: Fondo Editorial Comfenalco Antioquia.

Barthes, R. (1975). *Roland Barthes por Roland Barthes*. Caracas: Monte Ávila Editores.

Bombini, G. (2008). Prácticas usuales y nuevas urgencias para una agenda de la promoción de la lectura. *Revista del Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico*. IEPD. 75-100

Díaz, F. (2007). *Leer y mirar el libro álbum: ¿un género en construcción?* Bogotá: Norma.

Fajardo, D. (2014). El potencial didáctico del libro-álbum para la educación literaria-intercultural. *Educación en Revista*, Curitiba, Brasil (52) 45-68. Recuperado de <https://www.scielo.br/pdf/er/n52/04.pdf>

Gallardo, P. (2009). Educación ciudadana y convivencia democrática. *Revista Interuniversitaria de Pedagogía Social* (16) 119-133.

Gardner, H. y Davis, (2014). La generación APP: cómo los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación en el mundo digital.

González, A. (Agosto-diciembre 2012). Dos voces que animan un objetivo: promocionar la lectura y la escritura. *Legenda*, 16. (15), pp. 230-247. Disponible en: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/legenda/article/view/4273/4118>.

Goleman, D. (2013). *Focus. Desarrollar la atención para alcanzar la excelencia*. Barcelona: Kairós.

Hernández, T.; Campillo, C. y Cañizares, A. (2016) *La Promoción de la lectura orientada hacia la prevención del VIH/SIDA en la comunidad universitaria cubana*. *Revista Publicando*, 3 (6). 376-384 Recuperado de

Kerguénou, J. (2000). Ayudar al niño a convertirse en lector. En Morales, L. y Paz, M. (37-47). *Para que haya lectores*. Caracas: Banco del Libro.

- Martínez, A. (2014). El álbum como herramienta pedagógica: propuesta para la mejora de la identidad personal. (Trabajo de fin de grado) Universidad Internacional de La Rioja, Alicante, Colombia. Recuperado de <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/2265/Martinez-Zamora.pdf?sequence=1>
- Morales, O; Rincón, Á. y Tona, J. (2006). La promoción de la lectura en contextos no escolares y sus implicaciones pedagógicas: estudio exploratorio en Mérida, Venezuela. *Educere*, 10, (33) 283-292.
- Naranjo, E. (2003). El bibliotecólogo como promotor de la lectura y sus bases pedagógicas (Tesis de Maestría en Bibliotecología) Universidad Nacional Autónoma de México. Ciudad de México.
- Nikolajeva, M. (2010). El poder y la subjetividad en los libros-álbum. En Colomer, T.; Kümmerling, B. y Silva, M. (34-45). Caracas: Banco del Libro.
- Lumbreras, A. (8 de diciembre de 2016). El descenso de la educación artística produce alumnos analfabetos visuales. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/vida/2016/12/08/412480930128/el-descenso-de-la-educacion-artistica-produce-alumnos-analfabetos-visuales.html>
- Peña, L. (Noviembre, 2003). Dejar leer... Conferencia pronunciada en el I Encuentro de Promotores de la Lectura, celebrado en el marco de la XII Feria Internacional del libro de Guadalajara. Guadalajara, México.
- Pérez, Y. y Blanco, E. (2018). Promoción de la lectura en el proyecto integral comunitario de las Escuelas Básicas en Venezuela. *KOINONIA*. Revista Arbitrada Interdisciplinaria de Ciencias de la Educación, Turismo, Ciencias Sociales y Económica, Ciencias del Agro y Mar y Ciencias Exactas y aplicadas. 6. 62-78. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/327763376_Promocion_de_la_lectura_en_el_proyecto_integral_comunitario_de_la_s_Escuelas_Basicas_en_Venezuela/link/5ba3140392851ca9ed174e0a/download
- Prieto, L. (2013). *La magia de los libros*. Caracas: editorial el perro y la rana.
- Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus.
- Silva-Díaz, M. (2009). Entre el texto y la imagen: álbumes y otros libros ilustrados. En Colomer, T. (Coord.). *Lecturas adolescentes*. Barcelona: Graó.
- Shulevitz, U. (1999). ¿Qué es un libro-álbum? En Paz, M. (129-132). *El libro-álbum: invención y evolución de un género para niños*. Caracas: Banco del Libro.
- Valencia, M. (2014). Práctica docente y libro álbum, un aporte a la educación literaria. *Revista Infancias Imágenes*. 13, (1), 115-120. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4997166>
- Vásquez, F. (2014). Elementos para una lectura del libro álbum. *Enunciación*, 19 (2), 333-345.
- Yepes, B. (2010). La promoción de la lectura en tiempos aciagos y el pequeño cuchillo de la bibliotecaria Chun Li. En Puerta, M. (11-18). *Aportes para la promoción de la literatura y la lectura*. Semanario Internacional de Literatura Infantil. Mérida: Consejo de Publicaciones.
- Zapata, B. y Arteaga M. (2010). *Canta y lee. Material didáctico para incrementar la comprensión de la lectura a través de la música venezolana, en la primera etapa de educación básica*. Investigación y Postgrado. 25 (2 y 5). 9-46.
- Zuleta, E. (2010). *Ensayos educativos. Lecturas pedagógicas*. Bogotá: Secretaría de Educación.