

---

## LA LECTURA LITERARIA EN LA EDUCACIÓN



**JOHANA NOGUERA CÁRDENAS**  
Especialista en Promoción de la Lectura y la Escritura  
Universidad de Los Andes  
johanan499@hotmail.com

Recibido: 07/12/2016

Aceptado: 20/03/2017

---

### Resumen

Fomentar el interés por la lectura resulta un reto en cada generación. Por tal motivo, es conveniente conocer estrategias propias de la promoción y la animación de la lectura para la puesta en práctica en espacios convencionales, como las instituciones educativas, o no convencionales. De manera que se necesitan docentes comprometidos con su labor y con el deseo constante de renovación en sus prácticas educativas para incentivar la lectura literaria.

**Palabras clave:** lectura, promoción y animación

### LITERARY READING IN THE EDUCATION

#### Abstract

The promotion of reading is a challenge in every generation. For this reason, it is opportune to know strategies of promotion and animation of reading for its implementation in conventional spaces and environments, such as educational or no conventional institutions. Therefore, teachers committed to their work and to the constant desire for renewal their educational practices to encourage literary reading are needed.

**Keywords:** reading, promotion and animation



---

## La lectura literaria en la educación

Lograr que los niños, adolescentes y jóvenes lean literatura por placer y no por obligación ha sido y continúa siendo la preocupación de los amantes de la lectura. De manera que conocer con amplitud los aspectos que abarcan la animación y promoción de la lectura, por parte del promotor, permitirá no solo el manejo teórico de dos vocablos, sino que a la vez conlleva a la puesta en práctica de lo que se concibe en cada uno de ellos. Cabe destacar que son prácticas que no quedan sujetas única y exclusivamente al docente, sino también a las bibliotecas escolares, públicas, a la familia e instituciones sociales. Estas deben estar cargadas de múltiples estrategias que permitan que el rol del promotor sea trascendental en la vida del lector.

Para Yepes (1997) La promoción es “cualquier acción o conjuntos de acciones dirigidas a acercar a un individuo y/o comunidad a la lectura elevándola a un nivel superior de uso y gusto...” (p.12) Mientras que la animación es “cualquier acción dirigida a crear un vínculo entre un material de lectura y un individuo/grupo” (p.17) Son acepciones que pueden confundirse, pero que también varían según sus estrategias.

La promoción requiere acciones macrosociales e institucionales. En relación con la primera, el autor plantea: planes y programas internacionales y nacionales de lectura, políticas nacionales de lectura, campañas nacionales de lectura y promoción, eventos nacionales como ferias, seminarios y otros. En cuanto a las acciones institucionales se

encuentran: en la familia, se invita a dar gestos de afecto regalando un libro, actos de lectura familiar, conversatorios entre padres e hijos, etc. En la escuela, realización de campañas de promoción de la lectura y la biblioteca; planes, programas, animación y campañas de lectura. En la biblioteca, sacar provecho de sus servicios como préstamos para la casa, servicio de educación de usuarios, publicidad bibliotecaria, exposición de libros y otros. De manera que la promoción es la macroacción con la que un país, comunidad, institución o individuo contribuyen a formar una sociedad lectora.

En cambio, la animación busca la relación entre el material de lectura, es decir, narrativos, informativos, textuales, contextuales, gráficos y otros, con el lector individuo/grupo. Algunas estrategias de animación son: concursos literarios, la ronda de libros, leer juntos, club y feria de lectura, visita de autores, historia en la plaza, hora del cuento y otras actividades. Todas ellas, pueden ser posibles, gracias al uso de los medios didácticos empleados en la animación, tales como: diálogo, preguntas de predicción, dramatización, pintura y silencio. Pero antes, es conveniente hacer una selección idónea de los textos a utilizar. Hay que preguntarse, entonces, si el lenguaje, diagramación, formas y colores son acordes. Además de disfrutar personalmente el libro.

“El texto literario ostenta, así, la capacidad de reconfigurar la actividad humana y ofrece instrumentos para comprenderla ya que, al verbalizarla,

---

configura un espacio en el que se construyen y negocian los valores y el sistema estético de una cultura” (Colomer, s. f., p. 3). Por tanto, la promoción es un hecho relevante en donde el promotor juega un papel trascendental. Este debe conocer posibilidades distintas de lectura de acuerdo con el libro, así como lo propone Schritter (2006) tales como: el libro objeto, el libro juguete, el libro “albúm” o la imagen habla, conocido por otros expertos como la lectura multiplicada. En otras palabras, es preciso conocer que hay libros en los que el texto se impone ante la imagen, otros en los que aunque se puedan leer sin ilustraciones son representables gráficamente. En otros casos, la imagen amplía la lectura narrando lo no dicho por la palabra o la palabra dice lo dejado de lado por la imagen. De acuerdo con el ilustrador y el rol de sus representaciones, muchos sirven para ser reinterpretados.

En consecuencia, no se debe desestimar los libros en soportes no convencionales, pero tampoco dejar de lado a los convencionales para centrar la atención solo en los libros virtuales. De modo similar, hay que considerar la importancia de las ilustraciones; para ello, Schritter (2006) plantea lo que denomina una “Gimnasia para la mirada” esta consiste en ofrecer unas actividades para leer ilustraciones, como: ver y leer, leer y agrupar, agrupar y reagrupar, reagrupar y desarmar, desarmar e identificar, además de identificar y hacer. Ya que como bien señala el escritor, para reflexionar, se requiere: “Pensar tanto en el contenido co-

mo en el cuerpo del libro, pensar el libro, pensar, pensarse” (p. 19).

Para Petit (1999) “La literatura debe construir un medio para enfrentarse a la tristeza de la realidad, a nuestros miedos y al silencio. Debe intentar pronunciar palabras porque tenemos miedo a lo desconocido a lo innombrable. (p.142). Es así como un libro es un aliado en la intimidad, que permite crear y recrear realidades, enfrentarlas y por qué no, evadirlas.

Entre tanto, el rol del profesor debe ser brindar posibilidades de lecturas literarias sin prejuicios, ni etiquetas, mucho menos señalamientos como que su grupo son lectores en crisis o que los jóvenes de antes leían más que los de ahora. La tarea para el profesorado es mayor desde la motivación. Colomer (2009) señala: “La lectura de los adolescentes se enmarca en los hábitos culturales y lectores de la sociedad donde viven” (p.23) También, agrega que las investigaciones demuestran que implicar al alumnado, en el caso de la escolaridad, en actividades complejas de lectura y yendo más allá de generar “placer” lo que más pesa y cuenta es que los adolescentes piensen que pueden controlar su propia actividad, sientan que están progresando y noten que adquieren estrategias efectivas.

De modo que los docentes deben hacer frente a las circunstancias, esto incluye el uso de las tecnologías, disfrutar de sus beneficios y posibilidades y no apreciarlas como un elemento de menor valor o distractor. Así que la animación de la lectura y por

---

ende, su promoción no necesita tendencias pesimistas, sino incluyentes de los recursos que tengamos a disposición para amenizar.

Por ello, resulta interesante pensar en que promocionar es “conquistar”. En otras palabras es hacer que se enamoren de los textos, incluso, por su estética además de su contenido. Es aquí cuando la acción de promocionar debe prever la adecuación de los textos y por qué no, el gusto. Procurando los tres pasos citados por García Padrino (2005), el primero procurar que la gente sepa leer, después que quiera leer y por último e importante que tenga qué y dónde leer. Lo que sin lugar a dudas, requiere dedicación. Puesto que promocionar es acercar los libros a los jóvenes; animar implica abastecer las bibliotecas y mejorar la distribución de los libros para que lleguen a todos. Estimular las lecturas a través de formatos, imágenes e ilustraciones es animación.

Leer por placer no resulta tan sencillo cuando el entorno escolar marca la lectura como mera evaluación sin considerar el deleite a partir de la escogencia de las obras por parte de los estudiantes, por ejemplo. De manera que es vista por el estudiante como una actividad punitiva. Por tal motivo, acompaño las ideas del profesor Peña (2003) cuyas perspectivas apuntan a que la lectura debe ser un hecho natural y espontáneo. No debe plantearse como un hecho trabajoso o de persecución de acuerdo con la temática.

Es conveniente valorar el hecho de que las personas comiencen a leer desde el gusto y no por con-

cebir este proceso como sinónimo de estudio. La lectura debe ser un derecho no una acción represora. De ahí la importancia de la inclusión de la promoción de la lectura en los planes nacionales. La promoción debe permitir el acceso al libro para que no sigan siendo lejanos hasta por su elevado costo.

Además de ello, el promotor debe ayudar a que el lector le encuentre sentido al texto. Su función, también implica mostrar que los libros son una posibilidad abierta al mundo, sirve para interactuar, relacionarse y culturizarse. La promoción no es presentar determinados libros como recomendables o excelentes. Esta actividad debe brindar una variedad amplia de los mismos y no listas cerradas, sujetas a modas o gustos. La idea es que el lector se pasee por diferentes opciones hasta encontrar lo que buscaba.

En consecuencia, hay que “dejar leer” es un punto clave que nos presenta el profesor Peña (2003). Esto no quiere decir que abandonemos al lector iniciado, por decirlo de alguna forma, sino considerar los siguientes puntos: no hacer leer por obligación, no pretender los significados e interpretaciones únicas, respetar las opiniones de los lectores, reconocer la validez de otras lecturas como en voz alta, lenta, de imágenes, dar libertad para que elijan los libros y otros.

Por otra parte, Cerrillo (2003) en relación con la función que ejercen los mediadores de lectura, nos sugiere una lista de requisitos que aunque parezcan obvios debe reunir un mediador, estos son: ser

---

un lector habitual, transmitir el gozo de la lectura, capacidad para promover la participación de un grupo, acceder a información renovada, poseer una mínima formación literaria, psicológica y didáctica. Ya que sus principales funciones son: fomentar hábitos lectores estables, orientar la lectura extraescolar, ayudar a diferenciar la lectura obligatoria de la voluntaria es decir, leer para vivir. Facilitar la selección de las lecturas además de preparar, desarrollar y evaluar animaciones de la lectura.

No debe, por lo tanto, confundirse el propósito de la animación y promoción con una “clase lúdica” ni mucho menos animar con “una fiesta infantil”, según Hernández (1999). En la escuela es necesario dar un giro a las actividades. Para ello, López en Hernández (p.133) presenta cuarenta maneras de haciendo promoción de lectura en el aula de clase. Entre ellas tenemos: leer en voz alta las partes del libro que más le emocionaron, describir lo que le gustó o disgustó de los personajes, escribir una carta a uno de los personajes, hacer un crucigrama utilizando nombres de personajes, lugares, objetos y palabras claves del texto, diseñar un afiche para promocionar el libro en la calle, preparar una entrevista con el autor, variar el diálogo de algunas de las escenas, ilustrar parte del libro en forma de tira cómica, simular ser un vendedor y tratar de convencer a alguien para que compre el libro, entre otras maneras que resultan atractivas.

En el primer encuentro con los niños, jóvenes y un libro se sugiere mostrarles las ilustraciones, invi-

tarlos a mirar la portada, además de hacer preguntas que permitan formular hipótesis sobre los posibles contenidos del texto. La lectura en voz alta es fundamental y dar amplias oportunidades de reflexión también lo es. Se puede proponer la elaboración de diarios de lectura, grabación de lecturas y narraciones, realización de guiones de teatro para ser escenificados, concursos de cuentos, realización cartelera, talleres de creación de libros, visitas a la biblioteca y la organización de un rincón de lectura.

El docente (promotor) busca la forma de activar las estrategias cognitivas de comprensión lectora, es decir, anticipación, inferencia, predicción, verificación y cierre o momento final. Sabiendo que la escuela es un espacio ideal para lograr esto y más. También es necesario que quede claro que la única institución propulsora no es la escuela, se le suma la biblioteca y las familia. En el caso de las bibliotecas pueden realizar actividades de promoción como disseminación selectiva de la información, ficheros de usuarios intereses lectores, servicio de préstamo para la casa, colecciones de vacaciones, cajas viajeras, entre otras. Pues, como bien señala Venegas (2003) “Todo trabajo pedagógico de la biblioteca escolar tiene un contexto - en el cual las actividades deben resultar significativas- (p.27). Esto incluye la importancia del préstamo de libros, ya que permite establecer confianza con los niños o jóvenes usuarios. Se prolonga en sus casas el placer de leer ya sea solo o compartiendo con sus familiares. Bien dijo Patte (2003), la lec-

tura es un asunto familiar.

En relación con el hogar, Sánchez Cano en Hernández (1999) sugiere leer antes de que el bebé nazca, cantar canciones de cuna, leerle al niño que va creciendo adivinanzas, trabalenguas, rimas, llevar el libro a todas partes, hacerlo un compañero. Reservar un momento especial en el día para leer es clave... (p.129). Lo que demuestra cuán necesaria es la actividad lectora en casa.

“Centrarse en la lectura literaria conlleva una práctica educativa que se desarrolla a través de dos líneas de fuerza: la lectura directa de los textos por parte de los aprendices y la lectura guiada para enseñarles la forma de construir sentidos cada vez más complejos” (Colomer, s. f., p. 5), ya que gracias a la lectura, podemos apropiarnos de la lengua adquiriendo un uso más desenvuelto y la oportunidad de nuevas experiencias.

A sabiendas de que la promoción y la animación son acciones relevantes para el estímulo de la lectura y que el promotor juega un papel notable en este proceso. Es vital conocer en profundidad las múltiples actividades que se pueden desarrollar junto al niño o adolescente en beneficio de los mismos. También, las distintas posibilidades y estrategias de lectura, para ser capaz de enseñar con el ejemplo, con nuestras propias vivencias. Un promotor que busque formar ciudadanos con la capacidad de recrear el imaginario, de debatir, reflexionar y discernir. Además debe estar atento a la oferta editorial, la tipología de los libros juveniles e infantiles, cómo seleccionarlos y evaluarlos.

Considerando que cualquier espacio es propicio para el fomento de la lectura, es decir, la casa, el aula, la biblioteca, un café, la playa, el parque y que aunque existan momentos en los que no cuente con los suficientes recursos para la animación basta el deseo de leer, el libro y el lector.

#### Notas

Este ensayo forma parte de los avances del proyecto de investigación, código NUTA-H-395-16-06-B; financiado por el Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico, Tecnológico y de las Artes (CDCHTA) de la Universidad de Los Andes (ULA).

#### Referencias

- Cerrillo, P. (2003). *El papel del mediador en la formación lectora*. En: Nuevas Hojas de Lectura. Bogotá: Fundalectura.
- Colomer, T. (coord.) (2009). *Lecturas adolescentes*. Barcelona: Graó.
- Colomer, T. (s/f). *La enseñanza de la literatura como construcción de sentido*. Disponible en: [[http://www.lecturayvida.fahce.unlp.edu.ar/numeros/a22n1/22\\_01\\_Colomer.pdf](http://www.lecturayvida.fahce.unlp.edu.ar/numeros/a22n1/22_01_Colomer.pdf)] Consultado: [05/11/2016].
- García, J. (2005). *Mitos y realidades en la promoción a la lectura*. Disponible en la página: [[https://www.fil.com.mx/hist\\_promotores/pon\\_05\\_1.html](https://www.fil.com.mx/hist_promotores/pon_05_1.html)] Consultado: [05/11/2016].
- Hernández, J. (1999). *Leer más allá de la escuela*. Antioquia: Fondo Editorial Comfenalco.
- Peña, L. (2003). *Dejar leer*. Disponible en la página: [[https://www.fil.com.mx/hist\\_promotores/pon\\_03\\_2.html](https://www.fil.com.mx/hist_promotores/pon_03_2.html)] Consultado: [05/11/2016].
- Patte, G. (2003). *La lectura, un asunto de familia*. En: Nuevas Hojas de Lectura. Bogotá: Fundalectura.
- Petit, M. (1999). *Nuevos acercamientos a los jóvenes y la lectura*. España: Fondo de Cultura Económica.
- Schritter, I. (2006). *La ilustración en los libros para niños*. Venezuela: Colección Formemos Lectores.
- Venegas, M. (2003). *Mediadores de la lectura en la biblioteca escolar: de la teoría a la práctica*. En: Nuevas Hojas de Lectura. Bogotá: Fundalectura.
- Yepes, L. (1997). *La promoción de la lectura conceptos, materiales y autores*. Antioquia: Fondo Editorial Comfenalco.