

Literatura digital infantil y juvenil en tabletas y smartphones: una oportunidad para lograr nuevos lectores

Children and youth digital literature on tablets and smartphones: An opportunity to get new readers

Araceli García-Rodríguez y Raquel Gómez-Díaz

García-Rodríguez, Araceli; Gómez-Díaz, Raquel (2017). "Literatura digital infantil y juvenil en tabletas y smartphones: una oportunidad para lograr nuevos lectores". *Anuario ThinkEPI*, v. 11, pp. 167-174.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2017.30>

Publicado en *IweTel* el 31 de enero de 2017



Resumen: El fenómeno de la conectividad móvil y la expansión de los teléfonos inteligentes y las tabletas está teniendo como protagonistas de primera línea a los niños y los adolescentes, por lo que una de las opciones para la promoción de la lectura es convertirlos en sus aliados. Para ello es necesario que todos los agentes que intervienen en la cadena de creación, difusión y consumo del libro se involucren, y se definan estrategias globales que permitan establecer las condiciones idóneas para su desarrollo. En el artículo se indican las acciones que los editores, desarrolladores, mediadores y la Administración pueden realizar para conseguir este objetivo.

Palabras clave: Lectura digital infantil y juvenil; Promoción de la lectura infantil y juvenil ; Promoción de la lectura digital.

Abstract: The connectivity phenomenon and the expansion of smartphones and tablets are playing a major role among children and adolescents. One option for promoting reading is to positively align children and reading on digital devices. For that, it is necessary for all agents involved in the chain of book creation, diffusion, and consumption get involved. In addition, global strategies need to be established that describe the ideal conditions for reading development. This article presents actions that publishers, developers, mediators, and the Administration can do to reach this goal.

Keywords: Children and youth digital reading; Children and youth reading promotion; Digital reading promotion; Ereading.

Tal y como señala Tommaso Koch en su artículo publicado en *El país* (Koch, 2017),

"Cada vez se editan más libros en España. Hay oferta y variedad para todos los gustos, tanto en papel como en digital. Así que cabría imaginarse a un ejército de lectores frotándose las manos. Sin embargo, puede que sea sólo eso, una fantasía. Porque la realidad y sus datos abofetean: el 39,4% de los españoles no abrió ni un libro en 2015, según el CIS".

Ante estas cifras, cabe preguntarse, ¿además de los planes de promoción tradicionales, existen otras opciones que nos permitan fomentar el hábito lector desde las primeras edades? Por supuesto que sí. Una de las opciones, aprovechando la atracción que los niños sienten por la tecnología, es convertir los dispositivos móviles en aliados de la lectura.

Cada época tiene su manera de hacer las cosas. Hoy en día cada vez escribimos menos a mano, e

incluso hay quien aventura que quizá dentro de poco tan sólo sea una anomalía leer en papel. La tecnología ha ido transformando todas las prácticas y también ha llegado, como no podía ser de otra manera a las culturales. Cada vez es más frecuente oír hablar del video arte, la ciberliteratura, los contenidos transmedia, la realidad aumentada y la virtual y un sinfín de términos que nos están indicando que la manera en la que hemos disfrutado del arte en sus distintas expresiones es diferente y en muchos casos pasa necesariamente por la tecnología. Somos tecnológicos, cada vez más, y para ello no hay más que mirar las diferentes estadísticas en torno a la cantidad de dispositivos móviles que tenemos: España está a la cabeza en el consumo de dispositivos electrónicos según la encuesta realizada por *Global Web Index (GWI)* de 32 países del mundo, según la cual el 93% de la población entre 16 y 64 años tiene un smartphome y además, los españoles utilizan más que el resto de los encuestados su *tablet* o su lector electrónico especialmente para su ocio y entretenimiento, tal y como indicó Jason Mander, uno de los responsables de *Global Web*

Index, durante su intervención en la *Semana de la Innovación Digital de la Lectura, los Libros y las Bibliotecas (Readmagine)*, celebrada en junio de 2016 en Madrid.

<http://readmagine.org>

“Tal vez no estamos aprovechando bien la fascinación de niños y jóvenes por las pantallas para convertir las aplicaciones de lectura en un medio para fomentar el hábito lector”

El fenómeno de la conectividad móvil y la expansión de los teléfonos inteligentes y las *tablets* está teniendo como protagonistas a los niños y los adolescentes. No se trata sólo de los regalos más demandados, sino que además han pasado a protagonizar una buena parte del tiempo de ocio entre los más pequeños (Gómez-Díaz et al., 2016). En este tipo de dispositivos se pueden realizar actividades muy versátiles desde simplemente navegar por internet, incluso otras más “raras” como la lectura. Es escasa la información que los diferentes informes mencionan sobre el uso de los dispositivos móviles para la lectura digital en general, y mucho menos los que hacen referencia a niños y jóvenes, pero lo cierto es que es una posibilidad que no podemos ni debemos dejar de lado. En España el 98% de los jóvenes de 10 a 14 años cuenta con un móvil, y en uno de cada tres hogares ya había una *tablet* en 2015 incluso la mayor parte de los niños de 2 a 3 años usan el de los padres, según el *Informe Mobile en España y el mundo (Ditrendia, 2016)*.

Hay quienes afirman que tabletas y smartphones no se llevan bien con la lectura, aduciendo en muchos casos, motivos como la fatiga ocular o el tamaño de la pantalla por citar algunos, pero lo que es innegable es que estos dispositivos están permitiendo un mayor y más rápido acceso a los libros y la consiguiente diversificación de la lectura. Cada vez son más los que opinan que gracias a estos dispositivos se está leyendo más, tal y como corroboran estudios como el realizado por *Scholastic (2016): Kids & family reading report*, o en el caso español los datos recogidos en la últi-

<http://www.scholastic.com/readingreport/>

ma *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2014–2015* según la cual se ha triplicado el número de lectores en soporte digital.

Por otro lado, mucho se ha escrito también sobre la lectura digital y el daño que está haciendo al mundo de libro y, sin dejar de lado los inconvenientes y aspectos negativos que las pantallas pueden tener (obsolescencia tecnológica, escasez de contenidos, costes de los dispositivos, nivel de profundidad de la lectura...), los resultados con los que contamos siguen siendo parciales y poco concluyentes:

“No es posible aún concluir si las pantallas provocan un bajo nivel de lectura o sólo los impresos mejoran las capacidades de lectura de los niños, lo único que se puede afirmar en la actualidad es que simplemente se lee distinto y que algunos prefieren más un formato que otro, incluso están los lectores que saltan de uno a otro y quizá las pantallas están permitiendo que más gente lea” (Juárez, 2013).

Hoy en día es habitual encontrar a los niños pegados a una pantalla; móviles y tabletas se han convertido en un aliado de los adultos para tener tranquilos a los niños. Tal vez no estamos aprovechando bien esa fascinación por las pantallas para convertir las aplicaciones de lectura en una herramienta para fomentar el hábito lector tal y como ya hemos apuntado en algún trabajo anterior (García-Rodríguez; Gómez-Díaz, 2016a).

A lo largo de la historia ha habido muchas iniciativas para fomentar la lectura y no podemos ser tan ingenuos y pensar que simplemente el uso de la tecnología va a ser la panacea. La tecnología se podrá aliar con la lectura y conseguir buenos resultados siempre que todos los agentes que intervienen en la cadena de creación, difusión y consumo del libro se involucren y además se definan estrategias globales que permitan establecer las condiciones idóneas para su desarrollo: editores, programadores, mediadores (padres, maestros y bibliotecarios) y por supuesto la administración, son fundamentales para que *tablets* y teléfonos pasen de ser competidores a aliados de la lectura.

“Las editoriales deben seguir buscando nuevas vías para crear nuevos lectores y el aumento de la edición digital puede ser una forma”

Editores y programadores

La edición de libros para niños y jóvenes es uno de los subsectores más consolidados del panorama editorial español y pese al contexto socioe-

conómico, sigue siendo uno de los principales motores del sector, el tercero en facturación, tras el texto no universitario y la literatura. Entre los factores que han permitido esta estabilidad están:

- actitud de los padres hacia la lectura;
- ampliación y diversificación de la oferta editorial;
- desarrollo de planes lectores tanto en centros educativos como en bibliotecas.

“Un catálogo amplio, unas obras de calidad, la incorporación de enriquecimientos tecnológicos adaptados a las historias y productos bien diseñados a precios atractivos, son condiciones para convertir las *tablets* en aliados de la lectura”

Sin embargo, los lectores infantiles y juveniles se están diversificando y cada vez son más los que leen en varios formatos. Esto obliga a las editoriales a diversificarse también si quieren mantener peso dentro del sector editorial. Deben seguir buscando nuevas vías para crear nuevos lectores, y el aumento de la edición digital, todavía minoritaria en el subsector (3,5% según los datos de 2015 recogidos en la *Panorámica 2016 (Ministerio de Educación, 2016)*), puede ser una forma de incrementar lectores.

En el caso de las editoriales especializadas, los primeros esfuerzos se han centrado en la digitalización de los catálogos. Sin menospreciar la importancia de esta línea de actuación, consideramos que limitarse a digitalizar lo impreso, no es lo más innovador en la edición digital. Es necesario ir más allá y ofrecer productos originales, creados específicamente para el mundo digital, con contenidos enriquecidos que aprovechen al máximo las posibilidades tecnológicas.

En los últimos años estamos asistiendo a la creación de empresas tecnológicas de desarrollo de contenidos digitales que están apostando por la creación de aplicaciones de lectura, libros app, originales o adaptaciones de contenidos existentes en otros formatos, que constituyen una forma interesante de leer. Entre las condiciones que se deben dar para convertir a las *tablets* en aliados de la promoción lectora están (Yuste, 2017):

- catálogo amplio en cuanto al número de títulos ofertados, especialmente en español;
- obras de calidad;
- incorporación de enriquecimientos tecnológicos adaptados a las historias que no sean un simple añadido de elementos interactivos dispersos a través del libro;

- productos bien diseñados que incorporen todo tipo de tendencias y a precios atractivos.

Mediadores: padres, maestros, y bibliotecarios

Los hábitos lectores se adquieren en casa y luego deben ser reforzados en centros educativos y bibliotecas, los tres pilares sobre los que se debe asentar cualquier esfuerzo para conseguir el hábito lector.

Tal y como dice Emilie Buchwald “los niños se hacen lectores en el regazo de sus padres”, a lo que habría que añadir el efecto imitación. Es por lo tanto la casa/familia/hogar donde los niños y jóvenes deben iniciarse en la lectura, en este caso digital, para lo cual es imprescindible un cambio de mentalidad de los padres. Es fundamental eliminar el rechazo que muchos padres sienten hacia este tipo de dispositivos, en algún caso, demostrando sus posibilidades para la lectura, y dejando de lado la idea de que son algo más que el “chupete digital”. No podemos olvidar que los que compran los libros infantiles son los padres y son ellos los que deben comenzar por adquirir también libros digitales.

El libro electrónico puede convertirse en el principal beneficiario de la pantalla con el desarrollo de libros enriquecidos, pero algunos mediadores no están sabiendo aprovechar al máximo estas nuevas funciones.

Y esto es así, entre otras razones, porque la lectura digital necesita de un aprendizaje donde a las competencias de lectura y escritura, propias del entorno analógico, hay que añadir las específicas de lo digital. Estas competencias son cada vez más complejas y están mediatizadas por los avances tecnológicos que ofrecen un amplio catálogo de funciones (García-Rodríguez; Gómez-Díaz, 2016b) que no siempre son intuitivas y que, si no están bien diseñadas y perfectamente imbricadas en la historia, producen el efecto contrario a lo que buscan: provocan una distracción en el proceso lector.

Tal y como afirma el profesor Cordón:

“La apropiación del dispositivo y la formación en lectura digital constituyen factores imprescindibles para el desarrollo de la misma” (Cordón-García, 2016).

ELISA YUSTE
CONSULTORA EN CULTURA Y LECTURA

10

TENDENCIAS EN APPS INFANTILES Y JUVENILES PARA EL 2017

- 1 NUEVAS FORMAS DE CONTAR HISTORIAS**
Las apps continuarán explorando nuevas formas de contar historias (animación, interactividad, gamificación...).
- 2 NUEVAS FORMAS DE PROMOVER LA LECTURA**
Las apps también tendrán un papel importante en la promoción, inspirándose en herramientas de uso extendido (Whatsapp, Snapchat...).
- 3 EXPERIENCIAS MIXTAS DE LECTURA**
Las apps continuarán siendo la puerta de acceso de los lectores infantiles y juveniles a diferentes realidades (aumentadas, virtuales, también físicas).
- 4 APPS DE INSPIRACIÓN TRANSVERSAL**
Veremos apps que presentan una mezcla de elementos de la literatura infantil con otros aspectos (del cine, la televisión, los videojuegos...).
- 5 APPS DE CREACIÓN DE HISTORIAS**
Las apps que dan respuesta a la inquietud creativa de los más jóvenes y los ayudan a canalizarla seguirán estando muy presentes en 2017.
- 6 NUEVOS USOS DE LAS APPS**
El desarrollo de apps se alineará con el de tecnologías que son tendencia: los wearables, los drones, los robots y, por supuesto, los smart toys.
- 7 APPS CON CONTROL PARENTAL**
La seguridad y el control parental se mantendrán entre las tendencias en el desarrollo de apps infantiles.
- 8 APPS PARA COMPARTIR EN FAMILIA**
Las apps seguirán incorporando opciones para que padres, madres y mediadores profesionales disfruten de sus contenidos con los niños.
- 9 APPS PARA “NIÑOS ANDROID”**
Las cifras de venta parece que definitivamente motivarán la creación de más apps para niños y jóvenes con dispositivos Android este 2017.
- 10 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO**
Las apps seguirán probando nuevos modelos de negocio para fidelidad a sus usuarios y conseguir una mayor rentabilidad para creadores y desarrolladores.

MÁS INFO: WWW.ELISAYUSTE.COM

<http://www.elisayuste.com/tendencias-apps-2017>

La formación es tan importante en el caso de la lectura digital, que su existencia o no puede dar lugar a resultados contradictorios en diferentes informes. Así por ejemplo mientras que el *The digital reading habits of children* (Kurcikova; Littleton, 2016) dice que los niños prefieren los libros impresos a las versiones digitales, en diferentes porcentajes en función del objetivo lector, en el elaborado por *National Literacy Trust*, (Knowland, 2016) se afirma que el 39% de los entrevistados leen directamente en dispositivos electrónicos y que sólo el 28% sigue leyendo en formato impreso. Esta diferencia viene dada porque en este último caso, para su elaboración se ofreció durante seis meses un curso de formación, al igual que se hizo en 2013 en *Territorio Ebook* (Cordón-García; Gómez-Díaz; Fernández-Gómez, 2014).

Podemos afirmar por tanto que cuando hay formación cambia la tendencia hacia el formato con el que estamos más familiarizados, el papel, una tendencia natural de toda especie a la selección de aquellas opciones que exigen menos esfuerzo adaptativo.

“Es necesario eliminar el rechazo que muchos padres sienten por las *tablets* demostrando sus posibilidades para la lectura, dejando de lado la idea de que son algo más que el 'chupete digital'”

Por ese motivo son necesarios planes de formación que integren todo lo relacionado con la lectura digital: dispositivos, fuentes de recomendación, posibilidades para el desarrollo de actividades, etc. Sólo de esta forma ellos podrán enseñar a los niños y jóvenes a realizar un uso adecuado de las *tablets* y las aplicaciones para que no se limiten a utilizarlas para jugar, ver vídeos, navegar por internet, etc.

Además de la formación, los mediadores necesitan conocer los mejores productos, por lo que la orientación en la selección se convierte también en algo esencial. Para ello se pueden utilizar desde los recursos más tradicionales como la crítica y recomendación en revistas especializadas, guías



<http://apptk.es>

de lectura, etc., hasta las nuevas herramientas de descubrimiento como son los recomendadores de aplicaciones como *AppTK*, redes de lectura especializadas (*Leoteca*), *booktubers*, *booktrailers*, *apptrailer*,...

<http://apptk.es>

<https://www.leoteca.es>

La mayor parte de los centros educativos dispone de un plan lector, y algunos están empezando a utilizar las *tablets* en las aulas. Sería deseable por tanto que en dichos planes se incluyeran también estrategias de lectura digital aprovechando la disponibilidad de estos dispositivos, estrategias desarrolladas por los maestros de todas las áreas de conocimiento en colaboración con la biblioteca del centro.

No decimos nada nuevo si afirmamos que las bibliotecas potencian los hábitos lectores desde la primera infancia y sirven para promocionar los libros y la lectura, también la digital. Las expectativas y las necesidades de los usuarios varían y se acomodan a las posibilidades que ofrece la tecnología siempre cambiante, por lo que la biblioteca no puede ser ajena ni a la comunidad de usuarios a la que sirve ni a la sociedad en la que se inserta. En este momento las bibliotecas deben ir más allá y ofrecer a sus usuarios actividades y servicios relacionados con todos los tipos de contenidos digitales. Algunas de las estrategias que la biblioteca puede adoptar para que los usuarios no se pierdan en el laberinto digital¹:

- presentar una amplia oferta de libros electrónicos e incluso aplicaciones de lectura y libros apps;



<https://www.leoteca.es>

- realizar actividades con padres, niños y educadores para dar a conocer sus posibilidades;
- desarrollar servicios de asesoramiento, ya sean virtuales o presenciales;
- plantear cursos y talleres sobre selección de recursos, etc.

Según el *Informe OverDrive* (2016) sobre las tendencias en lectura digital para 2016, en Estados Unidos se ha producido durante ese año un aumento del 30% en el préstamo de libros digitales, por lo que potenciar en algunos casos, y poner en marcha en otros, plataformas de préstamo de contenidos digitales y campañas de promoción de lectura digital, es otro de los retos que las bibliotecas deben asumir.

Pero en este reto las bibliotecas no pueden trabajar solas, es imprescindible la colaboración de editoriales, agregadores y distribuidores y por supuesto de la administración:

- es necesario fomentar la edición de libros digitales infantiles y juveniles para que haya una mayor presencia en las plataformas de venta y distribución;
- facilitar la adquisición de este tipo de libros por parte de las bibliotecas eliminando todas las trabas actualmente existentes;

- apoyar desde las diferentes administraciones la edición digital a través de ayudas y la equiparación del IVA del libro electrónico al del libro impreso.

Administración

La tarea de la Administración en el ámbito de la lectura en general y la digital en particular tiene varias líneas de actuación.

Tal y como ha solicitado recientemente la *Federación de Gremios de Editores de España*, es necesaria la puesta en marcha de un plan integral de fomento de la lectura en la línea del planteado en 2015 (*Federación de Gremios de Editores de España*, 2015). En este plan se establecen cuatro líneas de trabajo relacionadas con:

- fomento de la lectura;
- medidas fiscales;
- propiedad intelectual;
- mejora de la comercialización.

Sin embargo, aunque en las tres últimas líneas se incluyen medidas relativas al mundo digital, en el caso del fomento de la lectura no se hace ninguna mención al respecto, algo fundamental si, como se ha dicho anteriormente, queremos convertirla en complemento y aliada de la lectura más tradicional.

La realización de campañas relacionadas con la lectura digital, además de las que se llevan realizando desde hace años, puede ser también un interesante recurso con buenos resultados. Así, por ejemplo, la Junta de Andalucía en colaboración con el *Pacto Andaluz por el Libro*, paradójicamente llamado *Papel*, lanzó una campaña de fomento de la lectura a través del móvil. En cuatro semanas cerca de 23.000 personas visitaron la web de la campaña *Lectura en móviles*, para descargarse gratis, cuentos, relatos y primeros capítulos de libros.

La Administración española debe además contribuir de forma efectiva al *Plan de Trabajo para la Cultura 2015-2018* y promover la lectura en el entorno digital ya que esta es una herramienta para difundir el conocimiento, mejorar la creatividad, apoyar el acceso a la cultura y la diversidad cultural y desarrollar el conocimiento de

una identidad europea. Para ello es interesante la difusión del *Promotion reading in the digital environment* (European Commission, 2016), un estudio que, a modo de mapeo, da a conocer buenas prácticas que se están llevando a cabo en países de la Unión Europea en relación con el fomento de la lectura digital en tres aspectos:

- contenido digital narrativo;
- canales digitales para fomentar la lectura;
- habilidades necesarias para leer o escuchar este tipo de contenidos.

Si queremos conocer las prácticas y motivaciones lectoras del público infantil y juvenil y así formular políticas de lectura efectivas, es imprescindible que desde la Administración se promueva la investigación sobre la lectura digital infantil, un segmento habitualmente excluido en los informes oficiales. Los estudios disponibles son escasos, especialmente en España, muy centrados en datos y cifras, adolecen de análisis profundos, y excluyen habitualmente a los menores de 10 años. Hacen falta más estudios sobre el consumo de libros digitales, géneros, materias, sistema de compra, estudios para los que hace falta la colaboración de editores, distribuidores, plataformas, librerías y bibliotecas.

“La apropiación del dispositivo y la formación constituyen factores imprescindibles para el desarrollo de la lectura digital”

Por supuesto hace falta también que, en el tan deseado pacto nacional por la educación, esté incluida la lectura en todo tipo de soportes, como una de las competencias principales de todo el currículum y no sólo de las asignaturas de lengua y literatura. Hasta ahora en España

“las políticas se han centrado en el fomento de la lectura como actividad de ocio cultural en el sector del libro, lo cual crea confusión e ineficacia en ambos campos. Esta dinámica sigue olvidando que la pieza primordial del fomento de la lectura reside en el modelo de sistema educativo, como experiencia de formación que debería girar en torno al desarrollo de competencias lectoras” (González-Martín, 2017).

Para concluir, las *tablets* y los teléfonos, dispositivos casi omnipresentes en nuestra vida, se pueden convertir en grandes aliados para la promoción de la lectura infantil y juvenil, siempre y cuando todos los que intervienen en ella, se impli-

quen a fondo estableciendo alianzas y sinergias que permitan el fomento de la lectura digital para construir una sociedad lectora desde las primeras edades, independientemente de cómo, dónde y para qué se lea².

“Debemos eliminar prejuicios sobre la lectura en pantalla y aprovechar lo que la tecnología, en constante evolución, nos ofrece viendo en ella no un obstáculo sino una oportunidad para convertirlos en más y mejores lectores”

Todavía es pronto, y nos faltan datos y análisis, para determinar el impacto que la lectura digital tendrá en los hábitos lectores de niños y jóvenes, y si este impacto influirá también en la adquisición de libros, pero debemos eliminar prejuicios sobre la lectura en pantalla y aprovechar lo que la tecnología, en constante evolución, nos ofrece, viendo en ella no un obstáculo sino una oportunidad para convertirlos en más y mejores lectores.

Los niños y jóvenes de hoy en día pueden acceder a la lectura de varias formas, ¿por qué vamos a limitarnos sólo a una?

Notas

1. En **Gómez-Díaz y García-Rodríguez** (2015; 2016) se ofrece más información sobre diferentes posibilidades de dinamización en la biblioteca.

2. Un buen ejemplo puede ser *Readmagine*, la *Semana de la Innovación Digital de la Lectura, los Libros y las Bibliotecas*, que organiza la *Fundación Germán Sánchez Ruipérez*. Consiste en un conjunto de conversaciones, talleres, conferencias, reuniones y otros formatos para el intercambio de ideas en torno a la lectura digital.

Bibliografía

Cordón-García, José-Antonio (2016). “La lectura digital y la formación del lector digital en España: la actividad de la *Fundación Germán Sánchez Ruipérez* y el *Proyecto Territorio Ebook*”. *Álabe*, n. 13. <https://doi.org/10.15645/Alabe2016.13.11>

Cordón-García, José-Antonio; Gómez-Díaz, Raquel; Fernández-Gómez, María-José (2014). “Nube de lágrimas: el efecto de la formación en los lectores digitales” En: *Nube de Lágrimas, club de lectura en la nube. Lectores digitales y lectura social*. Colección La voz de los e-lectores, n. 5 (abril). Peñaranda de Bracamonte: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, pp 19-73 http://www.territorioebook.com/recursos/vozelectores/nube_lagrimas/Informe_lectores_nube_lagrimas.pdf

Ditrendia (2016). *Informe Mobile en España y en el mundo 2016*. Ditrendia. Digital marketing trends.

http://www.amic.media/mediafiles/file_352_1050.pdf

European Commission (2016). *Promoting reading in the digital environment*. European Commission; Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture.

<https://bookshop.europa.eu/en/promoting-reading-in-the-digital-environment-pbNC0116152/>

Federación del Gremio de Editores de España (2015). *Plan integral para el foment del libro y de la lectura. 2015. Propuesta*. Asociación de las Cámaras del Libro de España; Cegal; Fande; Feigraf; UNE.

http://librocyf.com/wp-content/uploads/2016/01/Plan_Integral_Libro.docx

Juárez, Verónica (2013). "¿Los libros electrónicos son malos para los niños?". *Leer en pantalla*, 13 de junio.

<http://leerenpantalla.com/los-libros-electronicos-son-malos-para-los-ninos>

Koch, Tommaso (2017). "Los editores alertan en un informe sobre el estancamiento de la lectura". *El país*, 10 enero.

http://cultura.elpais.com/cultura/2017/01/06/actualidad/1483721992_502985.html

Knowland, Victoria (2016). *The use of technology to support literacy in the early years in 2015*. National Literacy Trust.

http://www.literacytrust.org.uk/assets/0003/3324/The_Use_of_Technology_to_Support_Literacy_in_the_Early_Years_in_2015.pdf

Kucirkova, Natalia; Littleton, Karen (2016). *The digital reading habits of children. A national survey of parents' perceptions of and practices in relation to children's reading for pleasure with print and digital books*. Art Council England; The Open University and BookTrust.

http://www.booktrust.org.uk/user/library/documents/main/final-digital_reading_survey-wed-pdf.pdf

García-Rodríguez, Araceli; Gómez-Díaz, Raquel (2016a). *Lectura digital infantil: dispositivos, aplicaciones y contenidos*. Barcelona: UOC. ISBN: 978 8491164333

García-Rodríguez, Araceli; Gómez-Díaz, Raquel (2016b). "Contenidos enriquecidos para niños o las nuevas formas de leer, crear y escuchar historias: una propuesta de clasificación". *Revista chilena de literatura*, n. 94, pp. 173-195

<http://www.revistaliteratura.uchile.cl/index.php/RCL/article/viewPDFInterstitial/44980/47062>

Gómez-Díaz, Raquel; García-Rodríguez, Araceli; Cerdón-García, José Antonio; Alonso-Arévalo, Julio (2016). *Legendo entre pantallas*. Gijón: Trea. ISBN: 978 8497049450

Gómez-Díaz, Raquel; García-Rodríguez, Araceli (2015). "La biblioteca infantil en el siglo XXI o cómo integrar las apps en la biblioteca". *Prologos*, v. VII, pp. 103-134.

<https://www.dropbox.com/s/oi22lon82d9tr55/Prologos-VII-GDiazGRodriguez.pdf?dl=0>

Gómez-Díaz, Raquel; García-Rodríguez, Araceli (2016). "Ideas para promocionar y dinamizar contenidos digitales en la biblioteca infantil: las apps de lectura". *Mi biblioteca*, Año XII, n. 46 (verano), pp. 58-65.

González-Martín, Luis (2017). "Hábitos lectores y políticas habituales de lectura" En: Millán, José-Antonio (coord.) *La lectura en España. Informe 2017*. Madrid: Federación de Gremios de Editores. ISBN: 978 8486141615 http://www.fge.es/lalectura/docs/La_Lectura_en_Espana.pdf

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2016). *Panorámica de la Edición Española de Libros 2015*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

<https://sede.educacion.gob.es/publiventa/panoramica-de-la-edicion-espanola-de-libros-2015-analisis-sectorial-del-libro/libros-y-lectura/20784C>

Overdrive (2016). *Overdrive reports 2016 digital library trends for public libraries*. Overdrive Inc.

<http://company.overdrive.com/overdrive-reports-2016-digital-library-trends-for-public-libraries/>

Scholastic (2016). *Kids & family reading report*. Scholastic.

<http://www.scholastic.com/readingreport>

Yuste, Elisa (2017). "10 tendencias en apps para niños y jóvenes 2017". *Elisa Yuste. Consultoría en cultura y lectura*, 24 enero.

<http://www.elisayuste.com/tendencias-apps-2017>

Araceli García-Rodríguez

Grupo E-lectra. Instituto de Estudios Medievales, Renacentistas y de Humanidades Digitales
Universidad de Salamanca
araceli@usal.es

Raquel Gómez-Díaz

Grupo E-lectra. Instituto de Estudios Medievales, Renacentistas y de Humanidades Digitales
Universidad de Salamanca
rgomez@usal.es