



**UNIVERSIDAD VERACRUZANA**

**Especialización en Promoción de la Lectura**

**SEDE:**

Promoción de la lectura a través del sitio  
de lectores de la Universidad Veracruzana

Protocolo que se propone para realizar el proyecto del  
trabajo recepcional de la Especialización.

Estudiante:

Tutor:

---

# I Introducción

No hay duda de que el internet ha sido el medio de comunicación masiva que más ha florecido en este siglo. La rapidez con que la información circula, la comodidad para acceder desde casi cualquier parte del mundo y la interactividad, son algunas de las razones que le colocan por encima de los medios tradicionales. A través del internet se pueden crear un cúmulo de contenidos, que se comparten, debaten, comentan y amplían constantemente. Le llaman un medio descentralizado porque es prácticamente independiente y los usuarios lo mantienen activo, sin necesidad de un eje de control.

En la actualidad los usuarios hemos tenido que adaptarnos a esta forma de ejercer la comunicación, ya sea utilizando servicios como el *e-mail*, hasta las más sofisticadas redes de datos, enfrentando un panorama enteramente distinto al de generaciones pasadas. Pero a pesar de las posibilidades que se abren gracias a esta tecnología, no puede olvidarse que esta continúa siendo una herramienta que depende totalmente del uso y aplicación que le demos.

A manera irresponsable puede convertirse en un obstáculo del desarrollo pleno de toda sociedad; bien es conocido que inclusive existe una *deep web* o red profunda, en la que se trafica con datos peligrosos e ilegales, pero sin llegar hasta esos extremos, el internet ha sido en gran parte un instigador del ocio y la vacuidad, en lugar de verse como un medio que ayude a incrementar el rendimiento académico y a expandir los conocimientos del hombre.

Para la gente joven—especialmente—es más satisfactorio pasar tiempo en las redes sociales, mirando videos o jugando en línea, que explorar y descubrir material de aprendizaje. Una relación lógica entre usuario y red, puesto que así es como la mayoría aprender a usarla. Sin embargo, con todo el tiempo que la persona promedio invierte en internet puede sacarse mejor provecho. Entre las actividades que pueden realizarse en el internet está la de leer, pues aunque en gran medida sea un medio visual, con elementos multimedia, está regido por gran cantidad de textos.

Hay más de una forma para practicar y compartir la lectura en internet, pero una de las más viables y populares es mediante el uso de *blogs*. Estos espacios abarcan temas que van desde política hasta deportes, desde ciencia hasta teatro, y a la fecha existen tantos que lo único necesario es tiempo y disponibilidad para leerlos. Muchos blogs son redactados por aficionados con poco conocimiento sobre determinados tópicos, aunque otros son elaborados por especialistas y profesionales; el común denominador es la necesidad de expresar opiniones, conocimientos o emociones. Que la gente desee comunicarse y

libremente, buscando generar una respuesta en el otro (el lector), es un punto crucial que nos demuestra porqué los blogs funcionan como una herramienta para contagiar el hábito de la lectura.

El internet busca transportar y generar nuevas formas de comunicación en el terreno digital, reemplazando en ocasiones las expresiones orales por íconos, imágenes y símbolos. En el caso de la lectura en blogs, el internet se usa como un conducto por medio del cual el usuario accede a toda clase de textos y se vincula con el autor como con otros lectores. Puede leer en línea o descargar textos, comprarlos, copiarlos y optar por comentar y criticar prácticamente sin o con mínimas restricciones. Todo con un simple clic. Nunca antes se había logrado esta clase de comunicación, ni tampoco una aproximación tan directa con material de lectura.

Habría que enfatizarlo una vez más: el internet es un medio predominantemente textual, por lo cual nadie escapa de leer. El usuario podría (y suele suceder bastante) pasar horas navegando sin ningún objetivo en particular, pero incluso así, se topará con varias lecturas, por lo que, sólo es necesario conducirlo, convencerle e invitarle a consultar una lectura más profunda que provoque en él cualquier tipo de reflexión.

El presente proyecto es una propuesta sustentada por teorías y extensos trabajos que se ha hecho a lo largo de más de una década, con respecto a la difusión de la lectura mediante el uso de páginas web y blogs.

Se establecen también estrategias que están dirigidas a crear contenido asimilable para toda clase de lectores, pero especialmente para estudiantes universitarios, intentando ponerse en el lugar de estos, a fin de invitarlos a que se le dé una oportunidad a la lectura por placer y los beneficios que resultan de ella.

## **1.1 Marco conceptual**

Cuando hablamos de sociedad desarrollada, se aborda un factor común; aparentemente menos obvio que otros denominadores como las condiciones de trabajo, educación, políticas y de salud: la lectura.

La lectura se ha vuelto tan imprescindible que con ella podemos determinar si un país posee características de un alto o bajo nivel de vida. Sin duda, en aquellas naciones que se encuentran en una posición privilegiada, la lectura se ejercita como un quehacer diario; se leen libros, periódicos, artículos, revistas y sitios de internet. El medio pasa a un segundo plano, pues lo principal es que se lea por placer y convicción propia.

Al comenzar a vislumbrar la magnitud del tema, es obligatorio conocer la definición de leer, de otro modo, resultaría fácil que se minimice su valor cultural.

Leer es una acción que no se restringe a oralizar las palabras adjuntas en un texto. Cuando alguien lee se entabla un proceso interactivo, una relación entre lo leído y el lector, quien al decodificar, abstraer e interiorizar el lenguaje escrito gracias a sus conocimientos y experiencias previas, puede elaborar su propio significado. Este significado es una nueva realidad cognitiva que conduce a la reflexión y el aprendizaje (Domínguez & Pérez, 2008). En este ámbito, se reconoce que el significado no es una propiedad del texto, sino una construcción personal.

Es muy frecuente que se busquen exaltar las diferencias entre los lectores y los no lectores, argumentando que los primeros, al entrar en contacto con géneros literarios como la novela, tienen oportunidad de viajar a lugares asombrosos, conocer sobre culturas, explorar, imaginar, etc. No obstante, la diferencia primordial, en un sentido estricto y pragmático, es el desarrollo de percepción y sensibilidad; lo cual se refleja en la capacidad de emitir juicios más acertados en relación a un determinado contexto. Dicho de otro modo: a mayor capacidad para recrear significados, es posible que el individuo estructure una interpretación más profunda y fiel de su entorno.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2000) considera a la lectura un pilar en la educación y la difusión del conocimiento, la superación individual y colectiva del ser humano, por lo que se ha impulsado su promoción, especialmente en el área digital, debido a la transformación dramática que ha sufrido.

La transición de los medios tradicionales como son papel y libro, hacia el ambiente digital, es un suceso cultural de enorme impacto, equiparable quizá con el nacimiento de la imprenta de Gutenberg. El texto ha pasado de un cuerpo ordenado, único y lineal, a ser un mosaico interactivo, vinculado a múltiples bloques de información. Leer en cualquier dispositivo o plataforma electrónica es interactuar con elementos del hipertexto y la multimedia. El primero se refiere a las lecturas que no son lineales y están interconectadas con otros documentos de diversas maneras—en internet se representa con links. La multimedia no es otra cosa que la cantidad de formas de comunicación vía internet: videos, animaciones, audio, texto, símbolos, imágenes, dibujos, etc. Cuando ambos se entrelazan surge la hipermedia, un rasgo esencial del lenguaje en internet donde se conjuntan nodos que permiten al lector trazar caminos de lectura sobre lo que a él o ella, le interesa.

Uno de los usuarios que más utiliza la hipermedia es indudablemente el estudiante. Para él representa nuevas y grandes oportunidades de lectura y búsqueda de información, pero a su vez, puede volverse una actividad desorientadora, inconexa y descontextualizada que dificulte la comprensión y el aprendizaje. El internet pone a su alcance sitios web de

contenido tan heterogéneo, especializado o de entretenimiento, de un lenguaje coloquial o complejo, y por ello requiere nuevas estrategias y herramientas que le ayuden a ordenar este océano de información.

Para que todas estas tareas tengan cabida, es básico que el estudiante desarrolle su capacidad lectora, y el presente proyecto se enfocará en fortalecer y ayudar a incrementarla utilizando un sitio web de lectores. Mediante la creación de contenido crítico de distintos tópicos, principalmente relacionados a literatura, se buscará obtener provecho de la hipermedia al momento de acercar el hábito de la lectura por placer a la comunidad de la Universidad Veracruzana.

## **1.2 Marco teórico**

La promoción de la lectura mediante la publicación de textos especializados y literarios en un sitio de internet universitario, plantea nuevos retos que los lectores deben ser capaces de responder. No es una estrategia que haya sido establecida en su totalidad, sino que continúa nutriéndose de diversas perspectivas y teorías relacionadas a la comunicación digital, los hábitos de lectura en internet de los universitarios, la pérdida de la comprensión lectora, y las ventajas y desventajas del entorno virtual, entre muchas otras.

Primeramente, la lectura es definida por diversos autores de forma similar, independientemente del medio en que se presente. Es una actividad individual y social, fundamental para conocer, comprender, consolidar, analizar, sintetizar, criticar y construir los nuevos saberes de la humanidad. Es el mejor estimulante para la curiosidad intelectual y científica, capaz de despertar aficiones e intereses y facilitar la exposición del pensamiento e ideas (Domínguez & Pérez, 2008). Por su parte, el internet es una herramienta imprescindible para la transmisión, recopilación y difusión de la información en la vida cotidiana. Domínguez y Pérez (2008) citando a Trejo, la definen como una enorme red de comunicaciones de ámbito mundial que permite la interconexión de sistemas informáticos.

Es puntual continuar con las formas en que estos dos conceptos han sido unificados. Desde 1997, Giovanni Sartori, citado en un artículo de Martínez (2008) menciona el concepto de video-niño, en relación a la pobreza intelectual y la pérdida de capacidad lingüística que los medios digitales propician—en especial la televisión. Aun así, esa propuesta ha intentado ser refutada, puesto que no refleja la misma situación que experimentan los nativos digitales, concepto que en 2001, Mark Prensky (Martínez, 2008) acuñó al grupo de jóvenes que han crecido acostumbrados a este nuevo entorno.

Es innegable que el influjo de la tecnología, presente cada vez en más aspectos de la sociedad, ha reducido la brecha digital entre aquellos con y sin acceso a internet, aunque

paralelamente ha generado otro tipo de división: la de las interacciones sociales y formas de comunicación emergentes. Las nuevas generaciones tienen una relación fuerte con los dispositivos móviles y los ordenadores, dándole nuevos usos, desarrollando una identidad social y adaptando la lengua al ciberespacio.

A su vez, se ha incrementado la autonomía crítica del usuario, constructo que parte de la teoría constructivista, la cual indica que el conocimiento y aprendizaje se construyen a partir del individuo mediante un proceso interno y estructurado que se relaciona con el entendimiento y la inteligencia, y conlleva a la acción (Cerrillo & Senís, 2005). El-Hindi (1998) indica que una vez que el internet se volvió parte de la vida cotidiana, se inició una reformulación de cómo ocuparlo en actividades que fortalecieran el aprendizaje. El término literacidad, que se asocia a la comodidad de leer (*literacy*) se dotó de un nuevo significado que incluye saber navegar a través de diferentes formas de información y sacar de ellas un sentido concreto. En el ambiente educativo, el constructivismo rompió el paradigma de que el alumno era un recipiente vacío que debía ser llenado con el conocimiento del maestro, y les dio un papel más participativo, donde se asume que es curioso por naturaleza y formula constantemente preguntas y respuestas. El internet como herramienta, integra algunos de estos aspectos, dando libertad para que el alumno navegue en cualquier página web, no solamente recolectando información, sino compartiéndola e incluso creándola, todo a su propio ritmo. Así, los “usuarios-autistas”, como Trejo (1995) les llamó, se hacen gentes activos de la red, y los sitios dejan de ser el objetivo mismo o el final de la comunicación, para transformarse en plataformas que posibilitan la interrelación entre una comunidad que comparte intereses afín. Estas características fueron las que hicieron posible la democratización del internet; compartiendo opiniones, conocimientos y contenido.

En ese sentido, si los medios que rodean a los jóvenes han cambiado tanto, los profesores están obligados a adaptarse a los nuevos retos tecnológicos y crear estructuras de conocimientos que consideren relevantes para compartirse con sus estudiantes.

Gracias a la creación del concepto nativos digitales, ha sido posible explorar más a fondo cómo la gente joven se relaciona y percibe el mundo a través de la tecnología. Resalta lo fácil que sustituyen las relaciones interpersonales por interacciones frente a un monitor y el cómo cambian sus esquemas mentales de comportamiento y manejo del lenguaje. Aun así, el usuario mantiene una comunicación textual (Castillo, 2007), obviamente no de una manera tradicional, sino como hipertexto, un conjunto de documentos enlazados entre sí que ordena extensos y generalizados contextos de información, a los que se accede fácilmente y que frecuentemente vienen acompañados de otro comunicador audiovisual que ayuda a decodificar el mensaje textual. Al unir hipertexto y multimedia se habla de hipermedia, una manera múltiple de transmitir mensajes dentro del mismo cuerpo visual. La hipermedia permite al usuario/estudiante recuperar información de manera instantánea de acuerdo a sus necesidades y preferencias.

Lo ideal sería que el usuario tuviera nociones claras del uso de la información para estructurar el contenido y así lograr un equilibrio óptimo entre la libertad de exploración y una lectura comprensiva de forma controlada (Fainholc, 2005).

Cuando se combinan correctamente estos elementos se puede contribuir al perfeccionamiento del proceso de aprendizaje, ya que el internauta tiene que amoldarse por necesidad a las exigencias del entorno virtual, lo cual implica la percepción y comprensión audiovisual y un esfuerzo en su almacenamiento memorístico para dar orden a la estructura de la información (Martínez, 2008).

A pesar de que se realcen los triunfos de la hipermedia en materia de aprendizaje, no se debe olvidar que la expresión escrita en internet conlleva otra serie de particularidades de connotación negativa. En el caso de la comunicación informal, por ejemplo, se busca recrear la fluidez de una charla frente a frente entre conocidos. Este tipo de escritura es del tipo no documental, no perdurable y efímera, que frecuentemente lleva alteraciones en la ortografía, no siempre a causa de la ignorancia, sino por la rapidez y entonación que se quiere dar. En cualquiera de los casos, representa una deformación del lenguaje escrito y del idioma. Ocurre al contrario –o al menos así se esperaría—con los *blogs* o sitios web de artículos, noticias, etc., cuya narración es planeada para que perdure, y que exhibe un propósito y una redacción con una ortografía más cuidada.

Por otro lado, el usuario no siempre cuenta con las mejores estrategias para sacar provecho de la red. En ocasiones incluso puede ser irónico que a la sociedad actual se le llame “sociedad del conocimiento” o “sociedad de la información”, dado que en el internet la información se puede volver acumulable e inútil cuando el estudiante no la discrimina, procesa ni enjuicia. Dentro de la red, la lectura también llega a cobrar un valor utilitario, temporal, y asociado con prácticas productivas; se lee más como fuente de información en lugar de conocimiento (Ramírez, 2005).

Robles (2003) señala que los estudiantes mexicanos deberían dedicarle al menos 13 horas semanales a la lectura, pero sólo el 15.9 % de los alumnos de universidades públicas y el 15.2 % de planteles privados, destinan más de 10 horas sólo a la lectura de textos escolares. Esto significa que los alumnos ven esta actividad como un medio para cumplir sus tareas y no como acción placentera. Un estudio cualitativo llevado a cabo por Domínguez y Pérez (2008), en alumnos de instituciones superiores públicas y privadas sobre el uso de internet, reveló que la lectura se usa para cumplir actividades académicas, lo que al mismo tiempo resulta un tanto contraproducente, pues facilita el copiado indiscriminado. Los datos obtenidos en la Encuesta Nacional de Lectura refuerzan esta afirmación, (Fundación mexicana para el fomento de la lectura, 2012), y exponen que uno de los usos más comunes de internet es el correo electrónico, las redes sociales y la búsqueda de información, siendo de las últimas: escribir, leer libros, revistas y periódicos.

Del mismo modo, el hipertexto está predispuesto a ser confuso para quienes están acostumbrados a orientarse con libros comunes, y a la interpretación errónea en términos de semiología y significado al momento de saltar de un enlace a otro. Sin un orden para navegar, el usuario puede extraviarse y sufrir una sobrecarga cognitiva. Por ello, desarrollar las capacidades de lectura es tan importante como familiarizarse con el uso de las nuevas tecnologías; lo textual juega un papel fundamental, pero el problema es que los lectores nuevos consumen la tecnología, chatean y se informan, pero no necesariamente saben leer a profundidad. La lectura demanda un gran nivel de concentración para el desciframiento de un código exterior al texto y la construcción de sentido, acción que a su vez fortalece la verbalización y la socialización de la persona (García & Nava, 2009).

El escritor estadounidense Sven Birkerts relata una historia que apoya este argumento, en su libro *Elegía a Gutenberg* (Cerrillo & Senís, 2005). En 1992 impartió un curso sobre el relato corto americano en una universidad. A pesar de no conocer qué clase de estudiantes conocería estaba confiado de que estarían habituados a cierto tipo de lecturas, no solamente a *best-sellers*. *Sleepy Hollow*, de Washington Irving, fue su primera elección y decepción, pues los estudiantes la consideraron demasiado larga y aburrida. No claudicó y volvió a intentar acercárseles con otra obra: *Brooksmith*, de Henry James, pero el resultado fue similar. Una vez más los pupilos fueron derrotados por una prosa compleja de la cual no entendieron nada. Lo peor era que no sabían explicar cuál era la dificultad del texto. ¿Era el estilo, el vocabulario o la sintaxis? La respuesta de Birkerts fue interesante: era todo.

Conocían la mayoría de las palabras y podían leerlas en voz alta, pero la profundidad del texto los apabullaba. El escritor descubrió que los cambios de modos de comunicación a lo largo de los años afectan en gran medida a la lectura y a la promoción de la misma. Existen textos, sean artículos, novela o poesía, cuya antigüedad las aleja de los lectores contemporáneos debido a la pérdida de iniciativa interpretativa y competencia literaria. Esta “distancia” solía reflejar la evolución estética y artística de la sociedad, pero hoy representa la imposibilidad de acceder al sentido esencial del texto. Se constituye otro tipo de lector bajo las nuevas maneras de acceder a la información, y en este caso los estudiantes universitarios no acumulan nuevos horizontes culturales en torno a la lectura, sino que, por el contrario, se inclinan exclusivamente al ámbito del ciberespacio.

Dicho de otro modo, esta interpretación—más pesimista—implica que un lector dominado por los medios digitales, con gran habilidad para la manipulación de dispositivos y la difusión informativa, es incapaz de entender cierto tipo de lectura. Las modificaciones en el uso del lenguaje multimedia pueden afectar también el despliegue de la imaginación al impedir que se creen imágenes propias sobre lo acontecido en la lectura. El ideal, como ya se mencionó, es comprender la literatura tradicional al igual que el hipertexto y así disfrutar de las ventajas de ambos dominios.



El ejemplo de Birkerts no es un hecho aislado, por lo general el maestro de nivel superior se encuentra ante la misma problemática. La mayoría de los jóvenes ignoran que leer es un componente definitivo en la educación y el desarrollo humano, demeritando su valor, considerándola algo a la ligera, como entretenimiento. Es alarmante encontrarse en el ambiente universitario todavía con alumnos que entran dentro del término analfabeta funcional, o sea aquel con la capacidad de leer pero no de entender lo leído, cuando deberían ser capaces de resumir, comprender, sintetizar y discriminar la literatura específica del área que estudian, habilidades que supuestamente se consiguen desde niveles básicos gracias al análisis y crítica a partir del diálogo y la reflexión.

Dadas las condiciones que anteceden, se ha planteado desde hace mucho la cuestión: ¿es el internet benéfico para la promoción de la lectura? Dos posturas se han gestado. Una afirma que sí al momento en que se escribe, se investiga y se analiza la información. Otra alerta que los alumnos se limitan a copiar la información sin tomarse la molestia de leerla, siendo más un medio distractor que un apoyo académico. No obstante, la situación no puede reducirse a esos dos elementos. La promoción de la lectura mediante el internet involucra la construcción de estrategias y contenidos que faciliten la interacción del usuario con la red, persiguiendo que la búsqueda de información y la lectura, sean actividades eficientes, ordenadas, degustables y plenas de sentido.

Para un responsable uso del internet debe ejercerse la lectura crítica; analizar y aprender las funciones que tiene la lectura. Fainholc (2005) propone las siguientes funciones: la función cognitiva, satisface la investigación, profundiza enriquece y mejora la comprensión; función emotiva, satisface necesidades de tipo emocional, se relaciona con identificación de personajes; función instrumental, herramienta de aprendizaje; función social, que sirve para integrarse a la vida social, cultural e histórico-científico-tecnológico de su tiempo, y una de las más importantes, función de estímulo a la creatividad e imaginación, que evoca la posibilidad de fantasear e incrementar la capacidad de asociar ideas. Apoyándonos en dichas funciones se pueden determinar los estilos de lectura más frecuentes en internet, catalogados en los siguientes: lectura ligera y sin objetivo, es decir de degustación lúdica errática, y lectura estructurada y activa, la búsqueda puntual de información para proyectos.

Una vez definido esto, es necesario conocer y aplicar los fundamentos que rigen a los sitios comúnmente llamados *blogs*, los cuales se distinguen por cumplir varias funciones mencionadas, mostrando contenido de autoría individual o colectiva donde se recopilan cronológicamente mensajes sobre una temática en particular, siempre conservando la libertad de dejar publicado u omitir lo que se considere conveniente (Torres, 2006).

Cuando el autor entra en contacto con otros usuarios mediante los comentarios que se generan en el blog, se produce una suerte de diálogo virtual que traspassa la interactividad

ordenador-usuario. Aquel que escribe y crea el contenido puede llegar a tener una audiencia real, personas que se sientan interesadas en sus publicaciones. El *blog* posee otras ventajas que le hacen viable como medio de promoción de lectura: es fácil de usar, es gratuito, y permite el acceso desde cualquier lugar y la suma de muchos participantes que pueden ser alumnos y/o profesores. La gran variedad de blogs, por ejemplo, de índole personal, cultural, artístico o educativo, funciona para alcanzar a una amplia gama de lectores.

Cuando se aplican correctamente *blogs* de contenido educativo, estos tienen gran aceptación entre la comunidad estudiantil, así lo menciona Torres (2006) con respecto a los blogs individuales o colectivos, que sirven para dar seguimiento a las clases, lecturas, proyectos de los alumnos, proyectos colectivos, de investigación, publicación de artículos, tareas o instrucciones. Se debe que ver a los blogs como espacios que propician la facilidad de acceso a gran cantidad de información ordenada, en la que únicamente hace falta fomentar una actitud crítica.

En ese sentido, la variedad de usos posibilita su adaptación en cualquier disciplina y nivel educativo siempre que se base en un método socio-constructivista.

### **1.3 Revisión de la literatura**

Promover la lectura mediante el internet no es una práctica nueva, esta se ha llevado a cabo con regularidad desde finales de los años 90, y consecutivamente se han ido realizando propuestas de mejora utilizando nuevas herramientas y estrategias.

El Hindi (1998) reporta algunos usos que se le dio al internet en los Estados Unidos para reformular los paradigmas del aprendizaje gracias al internet y su uso dentro del salón de clases. Aplicando nuevos programas escolares, se inculcó el uso del internet para que los alumnos de nivel primaria se familiarizaran con la literacidad en internet, es decir, la capacidad para navegar en la red, de un *link* a otro, interactuando no sólo con el texto sino con video, imagen y sonido. Estos eran los primeros pasos para que el internet entrara de lleno en la vida del alumnado como un medio capaz de desplegar la autonomía y la capacidad de investigación. Algunos ejemplos de actividades que se usaron de acuerdo a la autora, son la investigación de historias de fantasmas y sobre el folklore americano, para posteriormente realizar un análisis escrito de estas.

El uso que se le da a la web en materia de enseñanza no ha dejado de evolucionar. Mucho antes de que se llegara propiamente a la promoción de la lectura mediante blogs, se crearon versiones experimentales de boletines de noticias. Tomando como premisa el deber de proveer herramientas a los alumnos para que puedan interpretar gráficos, esquemas y la yuxtaposición de imágenes con la finalidad de que sepan manejar nuevas tecnologías en

el ámbito educativo, se desarrolló en una primaria de España, un boletín de noticias para alfabetizar en materia de tecnología y así desarrollar competencias comunicativas para el consumo adecuado de la información (Fuentes, 2004). El equipo de redacción estaba conformado por maestros y alumnos de nivel secundaria, quienes investigaban y redactaban sus propias noticias para compartirlas en un portal web con la escuela y todo usuario que pudiera acceder a él.

Las aproximaciones metodológicas formales de los blogs se han dado desde principios de este siglo. Torres (2004) hizo una investigación que aborda el origen de los blogs, su definición, sus ventajas para la enseñanza y los diferentes estilos de blogs que se usan en la actualidad. El factor que llama más la atención es que lo considera un medio para compartir recursos y conocimiento, algo que se vincula a la capacidad para resignificar lo que se lee. En la enseñanza (Lonhes, 2003) el blog ha permitido que se inmiscuyan tanto los profesores como el alumnado, en un ciclo de interacción que se auto-sustenta mediante las críticas, las cuestiones y el análisis de diversos temas a los cuales se dedique el *blog*. Barrer (2007), mencionó que el blog pone fin al uso pasivo del internet, favoreciendo la escritura activa en un ambiente estimulante.

La investigación también enuncia una gama de blogs que se dedican a la difusión del conocimiento desde diversas áreas académicas, donde su éxito radica en las propuestas de un modelo controlado que brinda autonomía a los estudiantes. Los profesores juegan un papel crucial en el aprovechamiento de los alumnos como exploradores de la libertad creativa.

Santoveña (2011), indica un caso similar con su investigación, en la cual los blogs funcionan para fomentar el nuevo alfabetismo digital en la educación, facilitando la comunicación, la interacción, la transmisión de información y el diseño de nuevas metodologías. En la investigación se aplicó una encuesta a expertos y usuarios de blog, un total de 541 personas. Así, se llegó a conocer que en su mayoría, los *bloggers* de España, personas que escriben y poseen un blog, son hombres. Además de que se ubican en una edad entre los 30 y 40 años. La mayoría son profesionistas o incluso maestros y doctores. Estos a su vez reportaron que el número de estudiantes que participan en los blogs es relativamente alto. Se estableció también que los blogs proporcionan enriquecimiento profesional como profesores. El estudio mostró las características principales que el blog posee y mediante las cuales se pueden establecer parámetros de trabajo. En sí, la acción de *bloggear* se considera un nuevo alfabetismo que facilita el proceso enseñanza-aprendizaje integrado en su contexto social y desarrollado sobre la base de la inteligencia colectiva. Knobel y Lankshear (2006), lo reafirman diciendo que los *bloggers* usan el blog tanto como medio de comunicación e interacción, como para publicar y clasificar materiales.

Otra aportación tomó lugar en Suecia (Villalobos, 2010), en donde se crearon dos blogs para ayudar a aprender español a estudiantes universitarios de ese país.

*Skövdespanska* y *Göteborgspanska* como se llamaron, tenían un diseño atractivo y fresco para atraer al estudiante hacia los contenidos. Esto era especialmente útil si el estudiante era menor de 20 años y había vivido inmerso en la tecnología. La comunicación activa prevalecía en todas las entradas de los blogs. El estudiante podía modificar y participar en cada entrada del blog. Con secciones fijas como: etimologías de las palabras en español y la pregunta semanal, se combinaron distintas estrategias gramaticales y metodológicas para hacer del aprendizaje algo dinámico, prestando atención en la pluriculturalidad de los usuarios y del lenguaje que aprendían.

Como se mostró en el ejemplo anterior, el éxito del *blog* depende en igual medida del cuidado que se ponga a su apariencia, así como del contenido. Es imposible acercarse al público joven, usuario de las tecnologías, con un diseño convencional, pasivo, sin imágenes, links ni movimiento.

Los *blogs* actuales dedicados a la promoción de lectura utilizan una mezcla de reseñas de libros y noticias relacionadas a publicaciones y eventos culturales que involucren autores reconocidos, así como el desarrollo de planes de estudio relacionados a la lengua española. Uno de los más amplios y completos es el blog o centro virtual del Instituto Cervantes, institución pública creada por España en 1991 para la promoción y la enseñanza del español y de las lenguas cooficiales. El centro virtual Cervantes (Instituto Cervantes, 2014) se encarga de publicar y hacer del conocimiento público la labor del Instituto. En el blog se muestra cómo el Instituto ha estado presente desde su fundación, en diferentes ferias de la lengua, de la educación y del libro, para dar a conocer a un público amplio, y a la vez especializado, sus objetivos: la promoción de la enseñanza del español en todo el mundo y la difusión de la cultura en español.

Las publicaciones del Instituto Cervantes son expresión de algunas de las actividades desarrolladas en sus centros y del interés por la situación del español en el mundo y respecto a otros idiomas. En la ficha de cada título se indica si tiene edición electrónica disponible. Para las publicaciones realizadas en España se ha establecido un servicio de venta electrónica a través de la Tienda Virtual del BOE.

Todos los libros se encuentran disponibles en las bibliotecas de los centros del Instituto Cervantes o a través del préstamo interbibliotecario. El instituto tiene una colección que incluye publicaciones conmemorativas, así como libros nuevos, catálogos, congresos y estudios sobre el español, además de incluir un apartado dedicado a su red de bibliotecas que también tienen una biblioteca virtual y colecciones digitales. Su sección de noticias se actualiza casi diariamente, y brinda la opción de suscribirse para recibir notificaciones.

La promoción es relativamente sencilla dado el renombre de dicha institución. Sin embargo, no se hace del lado que el contenido apetece ser leído por su gran calidad.

Lamentablemente este tipo de contenido está más enfocado a personas que ya son lectoras. Todo individuo con pocas o nulas nociones sobre autores y obras de la literatura española puede perder el interés al ver el sitio.

Langosta literaria (2014) otro sitio web conocido por la difusión que de libros y textos, hace gala de un diseño que juega con imágenes surrealistas, lo cual le vuelve un portal menos formal y más grato a todo público. Su apartado “novedades” hace énfasis en nuevos libros publicados por diferentes editoriales. A su vez, antes de recomendar un autor, proponen conocer sus primeras obras para entenderle de mejor forma.

Random Pinguin House Grupo editorial cuenta también con su espacio virtual. Me gusta leer (2014) es un sitio que promociona sus nuevas adquisiciones de diversas editoriales. El sitio separa por secciones los géneros de la novela y también dedican otra especialmente a la blogosfera literaria, en la que invitan a *bloggers* a realizar reseñas que se colocan como enlaces, logrando que la promoción sea una construcción colaborativa. También ofrecen un servicio de descarga para *e-Books*, muy útil y popular en esta época.

Colgado de la lectura (2014) es una web asociada con la editorial Santillana, y su labor de promoción es de material pedagógico, de nivel escolar primaria y secundaria. Por ser de esta índole, ofrece consejos de enseñanza para profesores y padres de familia, cosa que ningún otro sitio mencionado, aporta. Su sección “Familia” contiene artículos con sugerencias para los padres sobre cómo abordar problemas con sus hijos, ofreciéndoles al mismo tiempo material que sea de utilidad y es posible adquirir en la editorial. Más allá de la promoción de la lectura, fomenta una sana convivencia entre el alumnado, los padres y la escuela, mediante actividades didácticas.

La mayoría de los *blogs* y sitios de internet que promocionan libros y autores van de la mano con las reseñas o *reviews*. Esa es una manera eficaz de expresar concisamente la sinopsis, algunos aspectos generales de la obra y una opinión. Se les define como una introducción y un comentario de un libro nuevo por parte de un crítico o un periodista. Sin embargo, en internet los libros que se critican pueden no ser nuevos y los críticos son “no profesionales”, por lo que el *review* es más un *review* abierto realizado por una revista, un lector, un sitio web de librería, compañía de libro o un individuo de manera independiente (Random House Webster’s dictionary, 2014).

Las reseñas son una herramienta de gran utilidad porque además de informar sobre la calidad y cualidad de los libros, es una guía para que los lectores sepan qué comprar. Huang y Yang (2008) demostraron que el comportamiento de compra es una serie de actividades que los individuos realizan para satisfacer ciertas necesidades. En este proceso, ellos confían en el mercadeo de la comunicación para tomar sus decisiones. En materia de reseñas, es posible que a mayor interés tenga un lector por un libro, más información necesitará y por lo tanto será más probable que busque un *review* de libro.

De este modo se proponen cinco factores que motivan a la compra de un libro: necesidad de información para cognición, se refiere a los estímulos externos e internos necesarios para crear una atracción hacia el libro; relación o apego, es el grado en el que el libro le importa al comprador, este factor se involucra con las creencias o sentimientos, también tiene que ver con el concepto u opinión personal que el comprador tenga de un producto, entre más fuerte sea la relación, más probabilidades hay de que el consumidor lea un *review* y ponga más atención a la influencia e implicaciones de este. El efecto de la lectura por placer (hedónica), que son los beneficios y placer percibidos tanto de la lectura como por la búsqueda que condujo a obtenerlo.

La investigación efectuada probó que los compradores acuden al internet para cerciorarse de su compra y casi siempre prefieren comparar sus opiniones con las de otras personas sobre un mismo libro. En el caso de la lectura por placer, es común que el usuario prefiera analizar los comentarios de los lectores antes de comprar un libro para evitar una lectura decepcionante, y los *reviews* de internet son normalmente la manera más fácil para acercarse a la trama o el contenido del libro.

Los mejores beneficios percibidos según los participantes del estudio son la rapidez que la búsqueda online brinda, así como el decremento de hacer una compra equivocada. La orientación social es uno de los faros más importantes, ya que las opiniones de otros influyen en las decisiones de compra. Si un libro tiene muchos *reviews* positivos es probable que tenga la aceptación de otros. Este apartado ayuda a quienes deben comprar un libro demasiado caro o que maneja un tema en el cual no están familiarizados. En caso de que el libro no sea lo que esperaban, algunos vuelven a realizar una búsqueda para poder comprender algunos aspectos que dejaron pasar por alto o resolver alguna duda, para así poder concordar con la mayoría de *reviews* que han leído.

De nueva cuenta se puede ver cómo, además de los motivos y beneficios de la búsqueda, la utilización de las redes y los *blogs* literarios congregan y conectan las opiniones y argumentos de múltiples usuarios. La teoría detrás de las reseñas sobre libros contiene un marco más extenso de lo que aparenta, pues aunque parezca que en esencia sólo se está buscando externar una comunicación, este tipo de escrito tiene una seria influencia en el comportamiento de quien lo lee.

Finalmente, para que todo *blog* o sitio *web* funcione, independientemente de su cometido principal, se debe recurrir a un acomodamiento de los elementos publicados. Establecer un orden, jerarquizar y dividir los espacios en los cuales se compartirá el contenido. Para ello se recurre a una línea editorial.

Al establecer una línea editorial debe haber una propuesta de valor muy clara que atraiga la atención del lector, es decir, tiene que considerar valiosos y únicos los contenidos

para leer regularmente un determinado sitio, y esto sólo se consigue delimitando un tipo de lector y averiguando sus necesidades (Martínez, 2013).

La línea editorial también abarca los aspectos de colaboración con otros autores, o en dado caso de que el sitio sea manejado por un solo individuo, le permite agilizar su producción de contenido sin que este se sienta presionado. En cualquier caso, lo más importante no es la cantidad de lo que se publique, sino la calidad y la periodicidad. En cualquier *blog* es común que una vez que los contenidos se publican, la cantidad de tiempo entre una entrada y otra varíe. Esto repercute en la expectativa que se cree ante el lector, por lo cual es recomendable que se defina un tiempo para cada publicación. Al proponer un tiempo y cumplirlo se crea una expectativa en el lector, el cuál sabe a qué atenerse (Marcos, 2013).

Tal y como se ve, las bases del proyecto proceden desde la teoría constructivista tradicional, que tiene sus orígenes en la psicología, hasta la incursión de la producción editorial, propiamente inmiscuida con el periodismo, haciendo de este, un trabajo multidisciplinario cuyos antecedentes ya han provocado un impacto en el aprendizaje y la forma de construir la realidad.

## **1.4 Breve caracterización del proyecto**

El presente proyecto nace como necesidad de reactivar y explotar el potencial del sitio de lectores de la Universidad Veracruzana para aumentar su impacto en el fomento de la lectura entre la comunidad universitaria, haciendo especial énfasis en los estudiantes de nivel licenciatura.

Mediante la gestión de las secciones del sitio, llamado Portal de Lectores y Lecturas, se pretende publicar textos de diversa clase, así como establecer una línea editorial que le ordene y dé seguimiento. Para entrar en contacto con la comunidad de manera más eficiente, se colocarán los links de las publicaciones en las redes sociales del sitio, invitando a que los lectores compartan el tema con otra persona si les ha resultado interesante.

La metodología tiene como punto medular la construcción de cartografías lectoras; el conjunto de mapas y representaciones gráficas –textuales—que generarán una respuesta en el lector. Estas serán una invitación a la lectura que intente captar la atención y cubra las necesidades de los lectores universitarios. El contenido podrá ser realizado igualmente con apoyo tanto por estudiantes como profesores, teniendo en mente la promoción de los libros de la biblioteca universitaria, así como los títulos que ha publicado, como prioridad. De

igual modo, se indagará cuáles son los lineamientos y políticas de los temas que se permiten publicar en el sitio de lectores de la UV, para así sacar el mayor provecho posible.

Se planearán también visitas a lo menos tres grupos de diferentes áreas académicas de la Universidad Veracruzana para introducir a los alumnos sobre la difusión y objetivos del sitio web, así como la importancia del hábito de la lectura y los esfuerzos de la universidad por promoverlo, invitándolos para que visiten el portal y a su vez aceptar su participación si lo desean.

Además de que los estudiantes se familiaricen con el portal, también es necesario convencerlos a participar y manifestar su interés mediante sus comentarios, forjando discusión en los foros del sitio. Para cuantificar el impacto del sitio se juntará un pequeño grupo con aquellos que se hayan leído, dejado un comentario o compartido uno los temas—dando por sentado que estos individuos leyeron uno o más temas del sitio—para aplicar una versión ajustada del cuestionario propuesto por Fainholc (2005) en el que se expone la opinión sobre la lectura y navegación de los sitios *web*.

Se espera que mediante la aplicación de las cartografías adecuadas, el contacto que se mantenga por redes sociales y la visita personal, se incremente el número de visitas al sitio de lectores, comentarios y/o discusiones, lo cual también reflejaría mayor impacto en el hábito lector de los estudiantes.

## **II Planteamiento del proyecto**

### **II. 1 Delimitación del problema**

Es común que el universitario promedio no utilice al internet como un medio para ayudar a incrementar sus conocimientos ni mucho menos para efectuar lo que se conoce como lectura por placer; por el contrario, es más bien un modo de buscar información para tareas o trabajos, y entretenerse, a pesar de que se cuenta con acceso a sitios culturales, de noticias, artísticos, de divulgación científica y literarios, un problema con el que el Portal de Lectores y Lecturas frecuentemente se ha tenido que enfrentar.

Es menester en esta era instar al alumno a realizar una lectura crítica que enseñe la discriminación entre lectura utilitaria y lectura por placer, recalcando el papel de esta última, para así obtener un mejor provecho de las nuevas manifestaciones del lenguaje de la red (hipermedia), pues sin este conocimiento es casi seguro que el alumno continúe, a lo mucho, recurriendo a sitios web que demanden un menor esfuerzo intelectual al momento



de leer. La misma lectura crítica también debe servir para ensalzar los textos del tipo literario (novela, cuento, etc.) ya que por su naturaleza menos especializada, son el primer paso para contagiar al estudiante con el hábito de la lectura.

Aunque el Portal de Lectores y Lecturas de la Universidad Veracruzana, el cual fue creado en 2007, tiene toda una plataforma digital que su *blog* y el sitio *web*, imágenes, audio y video, además de un programa de difusión de la lectura, no ha conseguido el impacto deseado entre la población universitaria, en comparación a los años que lleva activo.

En el orden de las ideas anteriores, la universidad como organismo sociocultural, tiene la posibilidad de expandir el uso de las herramientas digitales que ya están puestas al servicio de su comunidad, y sin las cuales, sería menos probable que encontrarán (por su cuenta) la motivación necesaria para leer y compartir experiencias y opiniones que de ello resulten.

Por tal razón es necesario hacer un diagnóstico de la página web, analizando las fallas y explorar nuevas técnicas de difusión en las que se pueda aplicar el uso de hipermedia, ya sea mediante videos, *podcast*, galerías de imágenes, etc., tratando de acercar el contenido de una forma dinámica, atractiva, amena y con propuesta, teniendo en mente que es la población joven la que mayormente ingresa a la red, pero también considerando que no por ser de fácil asimilación, deje de mantener congruencia, criticidad, profesionalidad.

## **II.2 Justificación**

Internet al ser un medio que engloba a otros medios, como televisión, noticias, radio y en general de comunicación y entretenimiento, es ideal para promover la lectura, ya que tiene un alcance mayor. A su vez por su diseño, es altamente atractivo y convincente.

Con una nueva administración del sitio web de lectores en la Universidad Veracruzana se busca que el Portal de Lectores y Lecturas se posicione como uno de los mejores en cuanto a la promoción de la lectura, que trate a su vez de aumentar la interacción entre el, o los autores encargados de redactar los temas, y los lectores, procurando aumentar la curiosidad por los temas expuestos.

A pesar de que existen muchos sitios que usan herramientas similares a las propuestas en este proyecto, son pocos los que han intentado enfocarse en una población universitaria delimitada y particular.

Por otra parte, los programas nacionales de promoción de la lectura no han dado los resultados esperados debido en parte a la falta de seguimiento y capacitación de los instructores y/o maestros. Por ello, además de trabajar con el portal, las charlas y visitas que se realicen durante la aplicación del proyecto, en otras áreas de la UV, servirá para darle seguimiento y un plan de mejora.

Para la promoción de la lectura, trabajar mediante un sitio web se abrirán las puertas a una nueva forma de llegar a los lectores, y a su vez se atraerán otros participantes para colaborar dentro del portal, mediante escritos literarios, especializados, culturales o científicos.

Finalmente el mayor beneficio que se busca es establecer el conducto para ayudar a recuperar el valor de la lectura y su importancia para el desarrollo cultural y social, incitando a su vez que la comunidad universitaria se transforme en un conjunto de ciudadanos participativos, conscientes y comprometidos con su entorno, a un nivel personal y profesional.

Para concluir, mediante la exploración de otras formas de difusión multimedia y las nuevas tecnologías, se pueden mejorar el programa y continuar preparando a más promotores, cuyo mayor triunfo sea compartir su gusto por leer, así como revitalizar el papel del lector y de la lectura dentro de la sociedad.

## **II.3 Objetivos**

### **II.3.1 Objetivo general**

Elevar el potencial del portal de lectores de la Universidad Veracruzana utilizando cuatro de sus secciones: *Blog* de lectores y lecturas, Títulos de la CBU, Cuentos y Lectura, usando elementos de hipermedia, y haciendo énfasis en que, principalmente, sean los estudiantes quienes tengan acceso a un contenido de carácter literario, académico, cultural y artístico desde su propia universidad, con una perspectiva crítica y especializada.

### **II.3.2 Objetivos particulares**

1. Incrementar el impacto que ha conseguido el portal de lectores y lecturas de la UV dentro de la comunidad universitaria.
2. Ampliar las opciones de lectura de la comunidad universitaria mediante la creación de nuevo contenido dinámico y ameno: reseñas, artículos, *podcast*, videos.

3. Generar en los estudiantes de nivel licenciatura, un crecimiento en el hábito de la lectura por placer en textos literarios.
4. Elevar el impacto de las acciones de promoción de la lectura a través de redes sociales.
5. Fomentar el pensamiento crítico sobre temas sociales y culturales de actualidad, entre la comunidad universitaria.

## **II.4 Hipótesis de intervención**

Si se impulsa la creación y publicación de contenido multimedia en el Portal de Lectores y Lecturas de la UV, principalmente del género literario, añadiendo también artículos, reseñas, video y *podcast*, orientado a generar un pensamiento crítico y constructivo, se puede mejorar el impacto en la promoción de la lectura dentro la comunidad de la Universidad Veracruzana.

## **III. Diseño metodológico**

### **III.1 Aspectos generales**

El proyecto surge de la necesidad de aprovechar las oportunidades con las que cuenta el sitio web como una herramienta digital para promover la lectura, logrando vincularla primordialmente con el alumnado de la Universidad Veracruzana que invierte su tiempo navegando en la red, pero no necesariamente han desarrollado el gusto por la lectura, y en aquellos que ya son lectores y sienten deseos de encontrar un espacio con contenido literario, especializado y crítico.

La propuesta de trabajo se llevará a cabo en la ciudad de Xalapa, Veracruz, durante un lapso aproximado de ocho meses; tiempo en el cual aplicará un programa de mejora para la estrategia. Durante el lapso de la intervención se buscará una mayor afluencia de profesionales y/o alumnos de la propia universidad que gusten aportar nuevas publicaciones.

Criterios de inclusión:

Miembros de la comunidad universitaria, especialmente aquellos alumnos matriculados durante el presente y siguiente semestre, los cuales se ubican entre los 18 a 24 años de

edad, que cuenten con acceso al servicio de internet, y lo utilicen para navegar durante varias horas al día.

Criterios de exclusión:

Personas que no posean un conocimiento suficiente para entender o leer el idioma español o no sepan leer en lo absoluto.

### **III.2 Estrategia específica**

Para la intervención se trabajará con las siguientes cuatro secciones del sitio de lecturas: cuentos, lectura, títulos de CBU y blog. Se efectuarán diferentes tipos de cartografías lectoras dependiendo del contenido de cada sección y cierto contenido será reubicado dentro de otras secciones de forma que el sitio tenga mayor congruencia y fácil acceso a sus lecturas.

Cuentos: se conjuntarán cuentos famosos o poco conocidos, de autores de distintas épocas y nacionalidades, independientemente si se trata de cuento infantil, terror, aventura, etc. Se instará a que sean breves y se escribirá una pequeña introducción al inicio o una interpretación al final, además de agregar la ficha correspondiente. Se abrirá la posibilidad de incluir creaciones originales de aquellos interesados en el género, siempre que se mantenga calidad literaria.

Lectura: actualmente se encuentra subdividido en tres subapartados: Bocado completo, en la cual se encuentra una lectura titulada “El largo viaje” de Ignacio Solares y tres poemas de alumnos de la zona de Poza Rica; Una probatida, en la que se encuentra la lectura “El amor” de Alfredo Bryce Echenique; y Efemérides, la cual no posee contenido. La propuesta consiste en ampliar las opciones de lectura mediante la publicación de fragmentos o capítulos de novelas y cuentos que sean muy largos, poemas y pasajes biográficos de personajes célebres de la literatura o alguna otra rama artística.

Blog: es la sección que cuenta con mayor número de subsecciones, las cuales son: artículos, audios, *blogroll*, cartas, cuentos, escritos cortos y fragmentos, encuestas, ensayos, entrevistas, general, grandes escritores, homenajes, recuerdos, poemas, premios y sobre libros. La subsección cuentos, escritos cortos y fragmentos se dejará sólo como fragmentos de libros, y el resto se reubicará en la sección de Cuentos; misma situación con la subsección poemas cuyo contenido se establecerá en la sección de Lectura. La sección de Blog será primordial, ya que ahí convergerá la mayoría del contenido hipermedia que abarque video, audio, imagen, etc. Se añadirá una sección más dedicada a la reseña de libros, la cual combinará elementos audiovisuales con texto.

Títulos de CBU: esta sección no se alterará, en cambio, se usará como base para realizar reseñas de la mayoría de títulos que la universidad ha publicado.

Se desarrollará una línea editorial como base medular que regule, de orden y jerarquice los temas publicados, la cual se actualizará cada 15 días. Será estructurar por temáticas de acuerdo a la época del año, días festivos o eventos de trascendencia para la universidad veracruzana.

Para promocionar los temas del sitio se usará una estrategia individual y general que fomente la cultura participativa.

Individual: se invita a directamente a escribir sobre temáticas que se ajusten al sitio de lectores, a todas aquellas personas que posean habilidad e interés en dicha actividad. De esta acción devendrá la cooperación para la promoción cuando los invitados (considerados a partir de ese momento, colaboradores) promuevan sus escritos independientemente dentro de su círculo de conocidos y hacia el público en general.

General: el uso de las redes sociales Facebook y Twitter será elemental. Mediante ellas se actualizarán los estados o “time line” del sitio de lectores. Usando títulos creativos se compartirán los temas publicados durante el día para atraer a posibles lectores, conformando así un “público espontáneo”. Se trata de aquel que nace de manera natural, que comenta, da “me gusta” o comparte lo publicado (share, RT) mediante las redes sociales.

Se contará también con el boletín de noticias para invitar a toda la comunidad universitaria a suscribirse y recibir las actualizaciones de temas nuevos. Como segundo beneficio, también se podrá conocer a la población que mantiene contacto con el sitio.

El público que se forme por las colaboraciones e invitaciones directas, espontáneamente y mediante el boletín, será contactado posteriormente y servirá para aplicar una entrevista, adaptada de la propuesta de Fainholc (2006) vía correo electrónico con el fin de conocer y medir de manera mixta (cualitativa y cuantitativamente) el impacto del proyecto a través de la opinión que tengan sobre la lectura expuesta y la web en general.

Aunque el proyecto se enfoca en la comunidad universitaria haciendo énfasis en los estudiantes de licenciatura, no se descarta la posibilidad de generar una audiencia heterogénea más allá de la universidad.

### **III.3 Aspectos técnicos**

Para que el diseño metodológico tenga efecto se necesitarán ciertos componentes técnicos como acceso a computadora e internet, conocimientos sobre *Microsoft Word*, editor de *Wordpress* en línea, conocimientos en el manejo de *Twitter* y *Facebook*, contraseña para acceder al portal de lectores, cámara de video y programas para grabar audio y video en computadora.

## IV Programación

### IV.1 Descripción de actividades y productos

<b>Actividad</b>	<b>Descripción de la actividad</b>	<b>Producto a obtener</b>	<b>Semanas</b>
Planear y redactar la primera línea editorial con motivo de fechas decembrinas.	Análisis de temas posibles que pueden ser leídos en estas fechas, incluyendo navidad, consumismo, etc.	Primera línea editorial que sirva también como un primer acercamiento a los potenciales lectores universitarios.	21 al 28 de noviembre de 2014.
Diseñar los carteles que se usarán para promover el sitio en las facultades.	Diseño y creación de carteles orientados a promover el sitio de lectores.	Carteles que serán colgados en puntos concurridos y frecuentados por estudiantes universitarios.	2 al 9 de enero de 2015.
Planeación y redacción de la segunda línea editorial.	Análisis de temas posibles para iniciar el año, enfocándose en nuevos libros, nuevos autores, etc.	Segunda línea editorial.	2 al 9 de enero de 2015.
Planeación y redacción de la tercera línea editorial.	Análisis de temas posibles acorde a esta fecha.	Tercera línea editorial	21 al 28 de enero de 2015.
Planeación y redacción de la cuarta línea editorial.	Análisis de temas relacionados con la festividad de día del amor y la amistad. Poemas, novela, etc.	Cuarta línea editorial.	1 al 13 de febrero de 2015.
Planeación y redacción de la quinta línea editorial.	Propuesta de temas posibles para esta temporada.	Quinta línea editorial.	20 al 27 de febrero de 2015
Planeación y redacción de la sexta línea editorial.	Planteamiento de temas posibles para estas fechas.	Sexta línea editorial.	1 al 13 de marzo de 2015.

Planeación y redacción de la séptima línea editorial.	Planteamiento de temas posibles para estos días.	Séptima línea editorial.	14 al 21 d marzo de 2015.
Inicio del plan de mejora del proyecto.	<p>Visita a facultades y otras instancias de la universidad veracruzana con el motivo de promover más el sitio entre los universitarios.</p> <p>Análisis de las estrategias que no han funcionado y adaptarlas o cambiarlas por otras.</p>		Abril-junio.



Actividad	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
	31 de octubre al 7 de noviembre.	20 al 28 de noviembre.	2 al 9 de enero de 2015.	21 al 28 de enero	1 al 13 de febrero	20 al 27 de febrero	1 al 13 de marzo	14 al 21 de marzo
Obtener acceso al editor del contenido del portal de lectores.	X							
Planear y redactar la primera línea editorial con motivo de fechas decembrinas.		X						
Diseñar los carteles que se usarán para promover el sitio en las facultades.			X					
Planeación y redacción de la segunda línea editorial.			X					
Planeación y redacción de la tercera línea editorial.				X				

línea editorial.								
Planeación y redacción de la cuarta línea editorial.					X			
Planeación y redacción de la quinta línea editorial.						X		
Planeación y redacción de la sexta línea editorial.							X	
Planeación y redacción de la séptima línea editorial.								X

## IV.2 Referencias

Barrer, J. (2007). Robot Wisdom. Recuperado de: <http://www.robotwisdom.com/log1997m12.html>.

Castillo, A. (2007). *El lenguaje de la generación red. Neologismos y sociedad del conocimiento*. Madrid. Fundación Telefónica

Cerrillo, P., & Senis, J. (2005). Nuevos tiempos ¿Nuevos lectores? *Revista OCNOS* (1) 19-33.

Domínguez, D., & Pérez, M. (2009). Internet y el hábito de la lectura en los universitarios. *Innovación Educativa*. Recuperado de: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179414968003>>

El-Hindi, A. (1998). Exploring Literacy on the Internet. *The reading teacher*, 51 (8) 694-700. Recuperado de: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/20201988?sid=21105666777863&uid=2&uid=3738664&uid=4>

Fainholc, B. (2006). La lectura crítica en Internet: evaluación y aplicación de sus recursos. *Comunicar*, (26) 155-162. Recuperado de: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15802624>>

Fuentes, E. (2004). Nuevas estrategias para el fomento de la lectura: elaboración de un boletín de noticias. Recuperado de: [http://www.redescepalcala.org/inspector/DOCUMENTOS%20Y%20LIBROS/TIC/GRAN ADA%20TIC%202007/0543C.pdf](http://www.redescepalcala.org/inspector/DOCUMENTOS%20Y%20LIBROS/TIC/GRAN%20ADA%20TIC%202007/0543C.pdf)

Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura A.C. (2012). Encuesta nacional de lectura 2012. De la penumbra a la oscuridad. México.

García, C., & Nava, G. (2009). Análisis de la cultura lectora en alumnos universitarios. *Revista Educación*. 33 (1) 41-59.

Huang, Y. & Yang, W. (2008). Motives and consequences of reading internet book reviews. *The electronic library*, 26 (1), 97-110. Recuperado de: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/02640470810851770>

Lankshear, C. (2006). Blogging as Participation: The active sociality of a new literacy. Recuperado de: <http://reocities.com/c.lankshear/bloggingparticipation.pdf>

Lonhes, S. (2003). Weblogs in Education: Bringing the World to the Liberal Arts Classroom. Recuperado de: [http://newsletter.nitle.org/v2\\_n1\\_winter2003/features\\_weblogs.php](http://newsletter.nitle.org/v2_n1_winter2003/features_weblogs.php).

Marcos, B. (2013). Cómo crear una línea editorial para tu blog. Recuperado de: <http://www.socialancer.com/linea-editorial-blog-empresa/>

Martínez C. (2013). Comunico, luego vendo. Recuperado de: <http://celestinomartinez.com/2013/05/21/por-que-necesitas-una-linea-editorial-en-tu-blog-y-como-crearla/>

Martínez, E. (2008). La comunicación digital: nuevas formas de lectura-escritura. *Revista Quaderns Digitals* 63. Recuperado de: <http://www.quadernsdigitals.net/>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO (2000). *Informe sobre la educación en el mundo*. España. Santillana.

Ramírez, E. M. (2005). *Seminario de lectura, pasado presente y futuro*. Recuperado de: <http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=7xQ4FpUeQt8C&oi=fnd&pg=PA98&dq=%22lectura+utilitaria%22&ots=CjMHcVLI2m&sig=78Khvn69iCGulYyWgEWqLMekCFA#v=onepage&q=%22lectura%20utilitaria%22&f=false>

Random House. (2014). Random House Webster's Unabridged Dictionary. Londres. Random House.

Robles, L. (2003). El 80% de los alumnos escucha la radio o ve la TV mientras estudia. *La Crónica de Hoy*. Recuperado de: [www.cronica.com.mx/nota.php?id\\_notas=99634](http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_notas=99634)

Santoveña, S. (2011). Incidencia de los nuevos alfabetismos en la mejora de la calidad de la enseñanza: el caso de los blogs. *Aula abierta* 39 (2) 59-68.

Torres, L. (2006). El uso de los blogs en la enseñanza-aprendizaje de ELE. Una experiencia en clase con alumnos adultos. *Memoria de Máster de formación de profesores de ELE. Universidad de Barcelona*.

Trejo, R. (1995). *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*. México. Fundesco-Diana.

Villalobos, S. (2010). Los blogs como herramienta pedagógica en la enseñanza del español en Suecia. *Ponencia: Jornadas internacionales sobre el uso de las TIC en la enseñanza del español como lengua extranjera. Madrid*. Recuperado de: <http://redined.mecd.gob.es/xmlui/handle/11162/82973>

### IV.3 Bibliografía

Alcón, P. (2013). El club de lectura de la universidad de Albacete. 30 de agosto 2014, de Ruidera. *Revista de Humanidades de Información*. Recuperado de: <<https://cesco.revista.uclm.es/index.php/ruiderae/article/view/296/264>>

Álvarez, D., Giraldo, Y. N., Rodríguez, G. M. & 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. Recuperado de: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179014348001>>

Anderson, T., Young, J. (2011). Faculty Course Revision Project. Fayetteville University Recuperado de: <file:///C:/Users/p01apc/Downloads/english%20tema%20sobre%20la%20literacy%20y%20cosas%20as%C3%AD%20chidas%20clase%20de%20Olivia%20Jarvo.pdf>

Churches, A. (2013). Taxonomía de Bloom para la era digital. Recuperado de: <http://edorigami.wikispaces.com>

Kirin, W., Poolsap, P., Plonthong, J. (2011) Promoting Extensive Reading among Chinese Students Learning Thai as a Foreign Language. *Procedia engineering*, 32, 1178-1182. Recuperado de: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877705812014981>

Nigro, P. (2006). Leer y escribir en la Universidad: propuestas de articulación con la escuela media. *Educación y Educadores*, 9(2) 119-127. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83490208>

Núñez, M., Pedreros, A., & Rativa, M. (2012). Using Web-Based activities to promote reading: an exploratory study with teenagers. *Issues in teacher's professional development*, 14 (2) p11. Recuperado de: <http://connection.ebscohost.com/c/articles/83134021/using-web-based-activities-promote-reading-exploratory-study-teenagers>

Sheridan, G. (2007). La lectura en México. *Letras Libres*. Recuperado de: <http://www.letraslibres.com/revista/columnas/la-lectura-en-mexicol>