



UNIVERSIDAD VERACRUZANA
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN PROMOCIÓN DE LA LECTURA
SEDE: XALAPA

CONCURSO NACIONAL DE
BOOKTUBERS:
ESTRATEGIA PARA EL FOMENTO
DE LA LECTURA A TRAVÉS DEL
USO DE LAS TIC

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

Estudiante: Ivette Morales Velázquez

Tutora: Edna Laura Zamora Barragán

Xalapa, Veracruz, 19 diciembre de 2016

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	3
I.1. Marco conceptual	4
I.2. Marco teórico	7
I.3. Revisión de casos similares (o estado del arte)	10
I.4. Breve caracterización del proyecto	14
II. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO	15
II.1. Delimitación del problema	15
II.2. Justificación	18
II.3. Objetivos	19
II.3.1. Objetivo general	19
II.3.2. Objetivos particulares	20
II.4. Hipótesis de intervención	20
III. DISEÑO METODOLÓGICO	21
III.1. Aspectos generales	21
III.2. Estrategia de intervención	21
III.3. Metodología de evaluación	23
IV. PROGRAMACIÓN	24
IV.1. Descripción de actividades y productos	24
IV.2. Referencias	27
IV.3. Bibliografía	30
ANEXOS	32

I. INTRODUCCIÓN

“El poder en la sociedad red es el poder de la comunicación”.

Castells, 2009, p.85.

“Las transformaciones en los modos de cómo circula el saber constituye una de las más profundas transformaciones que una sociedad puede sufrir.”

Martín-Barbero, 2001, p. 81.

Debemos recibir con los brazos abiertos los cambios ocurridos en la sociedad debido a esta incesante revolución tecnológica. Negarnos al proceso es negar la naturaleza del ser humano hacia su adaptación y su posterior evolución. Si existen reacciones adversas, se deben a la velocidad con la que vamos avanzando y lo poco preparados que estamos para acogerlas; por lo tanto, es normal temer por un indebido uso de estas herramientas virtuales, pues el desconocimiento del alcance que pueden llegar a tener y las consecuencias ocasionadas por su constante uso, es hasta el momento incierto.

Heráclito mencionaba que vivimos condenados al movimiento infinito, a un *Panta Rhei*, aforismo que significa que todo fluye y nada permanece. A partir de mi perspectiva como egresada del área de comunicación, esta última, además de ser un elemento necesario para la existencia del hombre, es un espectro amorfo en constante cambio, que abarca desde los fenómenos lingüísticos hasta los culturales. Y debido a estas permutas, es que existen variaciones en los factores comunicativos donde se descifra un sinfín de información lista para ser desentrañada. Cada generación hace interpretaciones desde su experiencia con la realidad, y se desenvuelve a través de la misma.

Vivimos en plena sociedad red, donde la información, su curso, sus canales de difusión y su preponderancia es infinita y, de mil maneras, su influencia es casi hechizante. Conmocionando a una juventud que no está lista ni configurada para la digestión de todos estos datos informativos. Entonces se vive enajenado, esclavo a las redes, al consumo indistinguible de buenos o malos saberes.

¿Cómo se puede luchar en contra de un fenómeno tan excelsa? ¿Cómo se puede promover el desarrollo de otros hábitos a una sociedad embelesada? ¿Cómo invitas a una sociedad que no lee, a leer y abandonar por un momento el mundo virtual? ¿Qué podía hacer yo, desde mi perfil académico, para promover una de las actividades más nobles y vetustas? Todas estas preguntas se me vinieron a la mente. Y siendo poseída por el mismo espectro, me dejé caer en sus redes; entonces me encontré viendo videos, en *Youtube*, de sujetos desconocidos expresando con emoción lo que la lectura de un libro les había dejado e invitando a los espectadores a que leyeran, a que compartieran su opinión. No lo dude ni un segundo más, me puse a investigar como frenética toda la información que existiera sobre ellos, y lo que en un principio solo parecía un simple movimiento, era no más ni menos que el nacimiento de una subcultura encabezada por líderes de opinión forjados independientemente: *Los Booktubers*, un grupo de jóvenes que fomentan la lectura naturalmente utilizando las nuevas herramientas tecnológicas.

Entonces lo entendí: necesitamos abrazar el cambio, al desarrollo tecnológico, a las redes sociales. Es por eso que mi intención es generar un espacio más, dentro de este infinito virtual; una opción para aquellos proyectos de fomento a la lectura en el desarrollo conjunto tecnológico. Y todo esto a través de un concurso que incentive la participación de los jóvenes, dándoles una meta a la que apuntar y envolverlos dentro de un manto enorme, lleno de letras, lleno de libros.

I.1. Marco conceptual

La escasa lectura como práctica social, en contraste al aumento del uso de dispositivos electrónicos, viene a marcar las características fundamentales de las nuevas generaciones. Que si bien, en distintitos países existe una crisis ante la no lectura, otros se encuentran inmersos en la digitalización de textos para el consumo de sus ciudadanos. Los tiempos cambian y, como seres modernos destinados al movimiento perpetuo, nuestras costumbres y formas de ver la vida deben evolucionar.

Existe controversias ante el uso de los siguientes términos que he de referir, debido a su tendencia mediática, privada de una definición aceptada académicamente. La generación *Millennial*, jóvenes que nacieron en el lapso de los noventa a la actualidad, son, por sus nuevas costumbres, objeto de polémicas y preocupaciones para los estudiosos de la realidad postmoderna. En ellos podemos vislumbrar supuestos actos subversivos desde una mirada de extrema conservaduría, que los tacha como herejes de la tradición, por una presunta pérdida de valores ocasionada por la cuantiosa información que desvaloriza saberes y los esconde atrás de falacias. No obstante, es notorio recalcar la necesidad de clasificar a esta nueva juventud, puesto que es ineludible para el quehacer de estudios sociales vanguardistas; permitiendo esbozar de esta forma apenas un imaginario de una realidad que esta aconteciendo.

Dentro de su agenda cotidiana, los *millennials* viven de las redes sociales, en una vorágine de interactividad excesiva y entretenimiento infinito. Surgiendo como un enemigo atroz para el desarrollo de otras actividades, o a su vez como un promotor de éstas. Los jóvenes quieren mantenerse informados e informar en tiempo real acerca de sus pasatiempos, gustos y placeres. Lo que les da la oportunidad de desarrollar una lectura social, definida por Cordón en el Diccionario de nuevas formas de lectura y escritura, como: “aquella que se desarrolla en plataformas virtuales configurando una comunidad que desenvuelve formas de intercambio diversas, compartiendo comentarios, anotaciones, valoraciones, etiquetas y, en algunos casos, libros y lecturas” (Martos Núñez & Campos Fernández-Fígares, 2013).

Generando en el mismo grado de significación, herramientas hipertextuales, siendo este último un concepto precisado por Antonio Gamba Bari (Gamba, Bari, 2016) de esta manera:

El hipertexto es un sustrato de almacenamiento de información que hace del lector un usuario de nuevas herramientas de interlocución y de re-interpretación de información. La interacción con el hipertexto constituye un proceso de diálogo entre el lector y la interfaz. El hipertexto constituye un sustrato de comunicación que en virtud de su diseño nos invita a experimentar formas no-lineales de lectura y escritura, configura nuevas formas de asociación.

Definición que sigue previamente a las denominaciones de Gerard Genette en cuanto al término de paratextos, o sea; cualquier tipo de referencia que se encuentra fuera de la obra inmediata y que ofrece mucha información al respecto (Genette, 1967). Siendo estos

(hipertextos), nuevas formas narrativas que pueden ayudar a atraer la atención del individuo actual hacia la práctica lectora.

Cassany (2012) maneja dos conceptos donde clasifica a la población humana según el uso que le den a la lectura y escritura electrónica; así es como se plantea por primera vez la existencia de nativos digitales y los inmigrantes digitales. Los primeros, refiriéndose a estos *millennials*, se sienten cómodos leyendo y escribiendo en soportes virtuales, generando hipertextos multimodales y estando conectados siempre a una red de interacción. Por otra parte, los inmigrantes digitales tienen la desgracia de tener que adaptarse a estos medios tecnológicos, sin llegar a comprender del todo el uso correcto y dificultándosele de tal manera que su aprovechamiento es escaso.

No obstante, para quehaceres de este proyecto, nuestros esfuerzos serán enfocados a las nuevas generaciones, aquellos acostumbrados a los textos multimodales, siendo estos últimos una nueva perspectiva que menciona que un texto de este tipo incluye en su lectura y ejecución una variedad de recursos externos para significar, muy aparte del soporte donde se distribuya (Kress & van Leeuwen, 2001).

De algún modo la incursión de la tecnología en la sociedad ha dado la pauta para novedosas técnicas de promoción, teniendo una carga significativa monumental y polisémica, siendo completamente racional el hecho de querer utilizar estas herramientas como recursos didácticos dentro de la educación.

Puesto que, una red actualmente existente es la de los jóvenes cibernautas, que para entender su comportamiento debemos emparar nuestras estrategias con el contexto en donde se desenvuelven, es decir, ganar terreno en el mismo ámbito.

Estas audiencias interactivas, son estigmatizadas como lectores polivalentes, aquellos que leen en diversos soportes y dominan varios espacios, condicionándoles a un nuevo proceso de obtención de conocimiento y, considerado esta situación, reiteramos a Cassany que alude a la existencia de nuevos modos de aproximarse de la lectura con el uso de la web 2.0 (Cassany, 2011).

Insistiendo una vez más, la funcionalidad de estos elementos para ser ocupados como herramientas de promoción lectora dentro de la denominada Literatura y Lectura Infantil y Juvenil en la Web Social o LIJ 2.0 (Rovira, 2015)

Dentro de las innovadoras propuestas que destaca por su formato audiovisual, emergen los autonostrados *Booktubers*. Fenómeno que nació alrededor del año 2013 en la plataforma *Youtube (Broadcast Yourself)* red social que se concentra en la publicación de videos en la internet. Los Booktubers, una variación de los *Youtubers*, empiezan a difundir su gusto por la lectura a través de reseñas de obras literarias, platicando sus experiencias con las mismas, haciéndose valer de cualquier recurso visual para promover libros, logrando informar, de una manera certera y sobretodo precisa, sus opiniones. Ejemplificando de nueva cuenta, el uso certero de hipertextos que a su vez son textos multimodales; queriendo aterrizar con ello, una nueva propuesta de difusión de la narrativa moderna y la no tan moderna.

I.2. Marco teórico

Los nuevos modos de leer, siendo la lectura desde un principio una práctica social, histórica y cultural; es el resultado de la intervención de las nuevas tecnologías dentro de los hábitos humanos, modificando desde la concepción hasta la acción. Para estas alturas, nosotros seguimos siendo testigos de un proceso de transformación cultural, que, quizá por estar inmerso dentro la vorágine de permutas, es vaga la percepción. Sobre esto, es necesario hacer hincapié en lo que dice Manovich (2006):

Más bien cabe pensar que igual que la imprenta en el siglo XIV y la fotografía en el XIX tuvieron un impacto revolucionario sobre el desarrollo de la sociedad y las culturas modernas, hoy nos encontramos en medio de una nueva revolución mediática que supone el desplazamiento de toda la cultura hacia formas de producción, distribución y comunicación mediatizadas por el ordenador. Es casi indiscutible que esta nueva revolución es más profunda que las anteriores, y que sólo nos estamos empezando a dar cuenta de sus efectos iniciales. De hecho, la introducción de la imprenta afectó sólo a una fase de la comunicación cultural, como era la distribución mediática...En cambio, la revolución de los medios informáticos afecta a todas las fases de la comunicación, y abarca la captación, la manipulación, el almacenamiento y la distribución; así como afecta también a los medios de todo tipo, ya sean textos, imágenes fijas y en movimiento, sonido o construcciones espaciales.

El avance tecnológico ha sido la plataforma para la expansión y explosión geométricas del proceso de globalización, permitiendo el acceso a cualquier tipo de información y la

convivencia con nuevos significados. Por ello no es extraña la formación de nuevos códigos lingüísticos, nacidos de una hibridación cultural. Estos cambios culturales muestran una vinculación con diferentes campos de estudio; por ejemplo: la economía, donde la apertura del mercado a otros países ha provocado el desarrollo de nuevas prácticas de consumo de los productos externos desde una posición arraigada a la cultura de X o Y países. Sin embargo, la mayoría de veces el producto suele evolucionar para adaptarse a los gustos del consumidor. Este cambio no afecta a la esencia del producto, que paulatinamente se irá posicionando hasta alcanzar cierto reconocimiento y preferencia, logrando de esta manera mantener íntegra su identidad.

Lo anterior ocurre también con la manifestación audiovisual de un mensaje a través de la televisión -el discurso televisivo se puede interpretar como la reproducción audiovisual de los modos de vida o los estereotipos de una sociedad que representan la realidad en la que se desenvuelven-.

El frecuente contacto con diversas ideas puede producir una empatía que ayuda a la asimilación de nuevas culturas; por lo tanto, todo lo que se lee, se ve y se escucha proveniente de otra sociedad puede transformar los códigos lingüísticos, lo que genera la formación de nuevos arquetipos que pueden motivar a una gran transformación de los hábitos.

Fue en la época de los noventa cuando las brillantes teorías funcionalistas de la comunicación iniciaron a ser una pauta a considerar en el pleno desarrollo de la actual cultura de masas; en esos tiempos, donde se busca plantear el efecto de los medios masivos de comunicación en la sociedad, se iban acuñando términos como el del líder de opinión.

Así pues, se escuchó hablar de la Teoría del flujo de la comunicación en dos pasos, donde se buscaba analizar el inminente dominio que tenían algunos dirigentes para influir en las decisiones de las personas. Determinando, en primera instancia, que los individuos con más cercanía a los flujos de comunicación fungían como receptáculos y después a través de sus relaciones interpersonales, se desenvolverían como divulgadores de la información obtenida frente a otros sujetos que tenían menor contacto con los medios masivos, no sin antes tergiversarla con su interpretación individual. (Mcquail, 2007)

Por lo tanto, un líder de opinión es el influenciador por excelencia, aquel que es considerado digno de ser escuchado por su gran acervo intelectual y sabiduría sobre temas

específicos. Estas características pueden ser apreciadas en la actualidad, en los performace utilizados por los jóvenes dentro de las redes sociales, y en particular; para faenas de esta intervención, en los nombrados *Youtubers*. Pioneros en la creación de vídeo blogs que se animaron a expresar sus motivaciones delante de una cámara para después mostrarlo a manera pública.

El hecho de que los *Booktubers* compartan sus perspectivas, nos hace recordar lo importante que son las recomendaciones boca en boca, ya que pueden llegar a percibirse como consejos personales con un grado de creíble sinceridad, debido a que tenemos un acercamiento a su lenguaje paralingüístico, a su aspecto físico; talantes que logran humanizar sus comentarios creando la oportunidad de empatizar con la persona del otro lado del monitor.

Para poder entrar en materia, se debe entender este fenómeno, lo que envuelve su proceso y cómo el impacto de éste nos ayudará a adentrarnos en la vorágine de una sociedad de la información, una sociedad la cual confluye en una inevitable paradoja; donde las relaciones interpersonales se ven fortalecidas por la interacción virtual a través de dispositivos tecnológicos. Asimismo, seriamente fragmentada; aterrizando en una suerte desestructuradora hacia la reestructuración social.

Estas nuevas construcciones sociales, que influyen abiertamente a un público disperso y que logra unir mediante una empatía sin la necesidad de un intercambio interpersonal, son el pináculo de una revolución social. Ya que estas redes “posibilitan ciclos de expresión y refuerzo colectivo alrededor de contenidos y opiniones virtuales que son diferentes de las formas que se producen estos procesos en la interacción oral” (Corredor, Pinzón, & Guerrero, 2011)

Aunado a que, para que pueda existir una comunicación exitosa el emisor y el receptor deben compartir los mismos códigos del lenguaje que llevan implícitas manifestaciones culturales. Cada país mantiene su propio código lingüístico y por ende una cultura propia que en el contexto global actual se mezcla con otras. Y como resultado de la globalización, el intercambio de información va aumentando, a tal grado que influye en la cotidianidad del ser humano, existiendo de esta manera circulaciones culturales en ascenso y en descenso.

Percibiendo estas actividades virtuales como una red o estructuración cultural, ya que “las redes son estructuras abiertas, capaces de expandirse sin límites, integrando nuevos nodos mientras puedan comunicarse entre sí, es decir siempre que compartan los mismos códigos de comunicación (por ejemplo, valores o metas de actuación)” (Castells, 1997) y se entiende que para que un mensaje sea recibido con éxito y descifrado correctamente, este debe estar introducido bajo el mismo tenor, de esta manera habrá comunicación entre las diversas partes y serán integradas en una red mayor.

Por lo tanto, si nuestro objetivo es alcanzar a ser escuchados por los jóvenes que se mueven dentro de estas redes, tenemos que plantearnos el ingresar a este mundo virtual y desde ahí, retomar sus instrumentos y convertirlos en nuestras herramientas.

I.3. Revisión de casos similares (o estado del arte)

A los *Booktubers* se les puede considerar uno de los mediadores más exitosos que han surgido en los últimos tiempos, ya que han conseguido una gran atención, aceptación y seguidores que alcanzan los cientos de miles de visualizaciones; todo dirigido hacia el interés por los libros y la lectura; teniendo un alcance más allá de sólo jóvenes de su misma edad. Uno de sus mayores atractivos y el porqué de su fama, es la sencillez lingüística y metodológica con la que se dirigen a sus seguidores. Sin embargo, estos no se consideran a sí mismos como críticos.

Aunque es un movimiento prácticamente nuevo y no se ha identificado quién fue la primera persona en subir a *Youtube* un video haciendo una reseña literaria, esta actividad se ha consolidado en muy pocos años. Nacido en Estados Unidos, es un fenómeno que está creciendo en la actualidad, aunque es partir de mediados de 2013 cuando se nota su presencia en español. (Pacheco-Alonso, 2014).

Uno de los proyectos colaborativos más destacados durante los últimos años que también se basaba en las reseñas audiovisuales fue el blog Kuentolibros (<http://kuentolibros.blogspot.com.es/>). Es un precedente directo a este fenómeno en la red, pero en este caso con un claro objetivo didáctico (Ambrós, 2015). El proyecto surgió de un equipo de distintos profesores que empezaron a grabar reseñas de libros para sus clases.

Posteriormente el proyecto se abrió a otros centros y cualquier persona podía enviar su vídeo con información para la entrada. Nació en 2011 y fue clausurado en junio de 2013 con casi dos mil entradas y más de un millón de visitas. En las grabaciones encontramos reseñas orales tanto alumnado de primaria, secundaria, bachillerato y estudios superiores, como docentes de todas esas etapas. En el primer anexo encontramos algunas propuestas desde la Universidad de Alicante. Aunque los docentes implicados han iniciado otros proyectos, podemos considerar es blog como un hito en la transformación didáctica de la LIJ 2.0 (Asensi, 2015).

Los *Booktubers* empezaron a tener reconocimiento en México hace apenas unos años, y el movimiento ha sido lo suficientemente llamativo para ser utilizado como un recurso en el fomento de la lectoescritura. Tal es el caso que, en la página de la Secretaria de Cultura (antes CONACULTA) nombrada como Observatorio de la Lectura, se maneja una sección sobre páginas de interés para ser utilizadas como “una herramienta de múltiples usos para los interesados en el fomento de la lectura, el libro y la industria editorial” En donde se enlistan canales de los *Booktubers* más reconocidos y con mayores reproducciones en el país. Está consideración denota el reconocimiento a estos promotores amateurs.

También, podemos destacar el concurso realizado por la reconocida Feria Internacional del Libro de Guadalajara, que en el 2014 emitió su primera convocatoria nacional en la que instaba a la participación de jóvenes para la realización de un video reseña. A su vez, se debe tomar en cuenta el Concurso Internacional de *Booktubers*, promovido por el Fondo de Cultura Económica (FCE) debido a la celebración de los 25 años de su colección “A la Orilla del Viento”, del cual destacaba un público *target* enfocado en jóvenes de 9 a 15 años de edad. Para el auge de esta convocatoria, el FCE consolidó lo que sería el *Booktuber Fest*, reunión donde escritores y famosos críticos de este movimiento digital se congregarían dentro de las actividades de la Feria del Libro Latinoamericano.

Así pues, son los lectores juveniles los principales protagonistas que comparten la opinión de sus lecturas, siendo una herramienta de promoción editorial importantísima; porque además se comunican con sus coetáneos usando su propio lenguaje, donde el dominio de la comunicación audiovisual y la técnica es evidente. Esta moda traslada el fenómeno *youtuber* al fomento de la lectura y confirma que los jóvenes actuales, muchas veces definidos como “nativos digitales” leen más que nunca.

En la actualidad, existen numerosos concursos de *Booktubers* en el mundo, mayoritariamente se hablarán de los que se suscitan en Latinoamérica; donde se insta a crear una videorreseña, difundirla por todos los medios virtuales y generar enormes redes de difusión, que logran perpetuar estas anécdotas a través de los años.

Tal es el caso del Concurso “Book Tubers Correntinos en el Bicentenario” en Argentina:

Se trata de una propuesta innovadora que pretende, a través de la elaboración de cortos audiovisuales, de 5 minutos de duración, mostrar síntesis, interpretaciones, reflexiones y opiniones personales de libros, en ésta oportunidad con temas relacionados al Bicentenario de la Independencia Argentina (...) El objetivo del novedoso Concurso es incentivar la lectura en los estudiantes de Educación Superior y competencias en el uso de herramientas tecnológicas actuales. (“El Ministerio de Educación lanzó el Concurso “Book Tubers Correntinos en el Bicentenario””, 2016)

O concursos que vuelven a reincidir, por el éxito que tuvieron en años anteriores. Un ejemplo de ello, se muestra el FCE y la Secretaria de Relaciones Exteriores, formando nuevamente una mancuerna. Explicándose en un artículo para Proceso (Rivera, 2016) como la intención de hacer esta contienda es un empuje:

La iniciativa “se inscribe en un esfuerzo sostenido del Fondo por acoplarse a las prácticas digitales de las nuevas y no tan nuevas generaciones en sus formas de leer, acceder al conocimiento, reseñar, recomendar, fomentar la lectura y hasta de escribir. Esta comunidad global llamada Booktubers se dirige precisamente a otros adolescentes como ellos, quienes escuchan sus opiniones y las toman en cuenta para lo que van a reseñar”, puntualizó el FCE.

Y que, desde un principio, en su primera convocatoria, habían hecho una aclaración similar:

El objetivo del concurso es acercar la lectura a las nuevas generaciones que utilizan las redes sociales. Los Booktubers son jóvenes que realizan videos con reseñas de libros y posteriormente los comparten en plataformas digitales para explorar nuevas formas de leer, de obtener conocimiento y de comunicarse con otros. (“Primer Concurso Internacional de Booktubers”, 2015)

Discursos similares, apoyando estos concursos como métodos para incentivar la lectura en jóvenes, pueden encontrarse en la página web de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM) en Chile. Donde celebran su segunda convocatoria de Booktubers y algunas de sus razones se encuentran especificadas en sus bases: ("Dibam convoca al 2do Concurso Nacional de Booktubers de Bibliotecas Públicas", 2016)

En aras de incentivar la participación de la comunidad con su biblioteca pública, este concurso convoca a la publicación de reseñas literarias a través de videos de Youtube, dedicadas a libros que se puedan encontrar en las más de 450 bibliotecas públicas en convenio con la DIBAM, a lo largo y ancho del país, así como también en la Biblioteca Pública Digital(BPD). Esto con el objetivo de apoyar y estimular las instancias de intercambio de recomendaciones bibliográficas entre los usuarios de las bibliotecas públicas y dinamizar las colecciones de las mismas.

Otro ejemplo rescatable, es el esfuerzo que hace la Secretaria de Cultura de una población argentina llamada Catamarca, que en el marco de su Tercer Festival de la Palabra y las Artes, también se unirán a la celebración contendientes de videorreseñas en el concurso "Te cuento un libro", mientras tanto una de las tantas motivaciones para coordinar esta especie podría ser que:

En esas reseñas, los booktubers no solo hablan de libros y de sus autores, también de todos los actos que rodean al libro: desde el deseo y la espera, la compra, el regalo, la lectura, hasta el coleccionismo y el almacenamiento. La intención de la Secretaría de Cultura es que esta propuesta sirva para incentivar la lectura entre los adolescentes, promoviendo la recomendación de lecturas entre pares. (#TeCuentoUnLibro, 2016)

No obstante, cabe observar que ellos también hablan del proceso implícito que trasciende en las novedosas críticas literaria, y que aunque parecieran banales a la hora de persuadir, el mostrar los sentimientos que rodean el placer de la lectura es punto clave para generar un buen producto que llegue a nuevos espectadores.

I.4. Breve caracterización del proyecto

En la actualidad, México es un país que no tiene el hábito de leer y en contraste, es un país al que le agrada la tecnología. En los últimos años, el uso de dispositivos móviles y las redes sociales ha ido en aumento, al grado que los jóvenes invierten más tiempo en el mundo virtual que en el mundo de los sueños.

Estas generaciones se han caracterizado por la confluencia y el manejo de grandes cantidades de información que pueden ser transmitidas, recibidas y decodificadas en cuestión de segundos.

Estamos ante la presencia de un nuevo fenómeno evolutivo en cuanto al comportamiento sociocultural que exige el replanteamiento de actividades educativas y la reestructuración de los mensajes de comunicativos.

La tecnología nos ha brindado herramientas que nos facilitan la conexión con otras personas que comparten los mismo ideales, esta función se ve cumplida con el uso de las redes sociales; que, mediante su uso, los extremos del mundo parecen unirse. Por lo tanto, la utilización de las redes sociales es un punto clave para acercarnos a los jóvenes, que ya no reconocen otra realidad.

Fue alrededor del año 2013 cuando, como resultado de que algunos individuos comenzaran hacer sus propios videos caseros dando su opinión acerca de cualquier tema y los publicaran mediante la plataforma de *Youtube* (llegando a alcanzar una cierta popularidad para después ser bautizados con el nombre de *Youtubers*) nacieran también aquellos con el interés de compartir su opinión acerca de los libros que estaban leyendo y como consecuencia, redirigir la atención hacia un agente olvidado: La lectura.

Es por ello, que a estos últimos los llamaron con el termino anglosajón *Booktubers*, una combinación de los primeros pioneros en las redes de *Youtube* y el amor por los libros, al grado de crear comunidades virtuales en donde comparten sus experiencias: Desde la compra física, el proceso lector, el contexto sentimental y hasta la conclusión de la historia e investigación de más obras del autor para reiniciar un ciclo que por último llega a convertirse en un hábito con factor lecto-escritor. Dando las suficientes razones para designar a esta

novedosa subcultura como promotores de la lectura independientes y sin conocimiento certero de la naturaleza de sus intenciones.

El propósito de este proyecto es aprovechar esta oportunidad a través del lanzamiento de una convocatoria se invite a las personas involucradas en estos medios a convertirse en un promotor de lectura con el mote de *Booktuber*, animar a la comunidad estudiantil a compartir sus experiencias como lectores e invitar a más personas a unirse a esta noble causa.

En México ya existe asentamientos de estas prácticas, varias instituciones como editoriales y Ferias del libro han sabido aprovechar este movimiento en busca de su publicitación. Las contiendas de esta índole comenzaron su apogeo hace apenas dos años, y los esfuerzos implícitos en su ejecución han brindado resultados gratificantes. En esta ocasión se intentará la realización de un concurso en donde el único objetivo sea crear una comunidad de promotores de la lectura y que vinculando varios sectores de la Universidad Veracruzana, como sería el caso de la importante participación de la Feria Internacional del Libro Universitario (FILU), alcancemos una significativa cantidad de espectadores que se interesen en estos temas; apoyando de esta forma, la utilización adecuada de las redes sociales como gestores culturales.

Por último, se espera con este proyecto conocer y reconocer las practicas lectoras de los jóvenes, fortalecer los lazos entre las dependencias de la Universidad Veracruzana involucradas y ubicar al Programa Universitario de Formación de Lectores dentro del el mapa geográfico virtual.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

II.1. Delimitación del problema

Con el paso de los años las innovaciones tecnológicas han revolucionado nuestra concepción del mundo, modificando nuestro quehacer diario, implementando acciones recreativas y brindando oportunidades hacia el desarrollo individual. Estas transformaciones, que también

pueden considerarse en el ámbito cultural, se han presentado como acérrimos enemigos de unas de las actividades menos frecuentadas por los mexicanos: la lectura.

Según los datos arrojados por la Encuesta Nacional de Lectura y Escritura realizada por la Secretaría de Cultura (2015), en México se lee al año 5.3 libros de los cuales, 3.5 son por placer y 1.8 son por obligación. Estas cifras comparadas con investigaciones realizadas años anteriores no solo denotan una baja en el hábito lector sino un estancamiento muy cercano a un retroceso. A su vez, menciona que los mexicanos comienzan a leer más dentro de las redes sociales, exponiendo que el 44.9% hace uso de estas.

Por otra parte, en la Primera Encuesta Nacional Sobre Consumo de Medios Digitales y Lectura hecha en el mismo año por IBBY y Banamex (2016), podemos observar que son muy asiduos a leer en su Smartphone, información noticiosa que antes fue compartida por alguien más.

Cabe destacar que, a manera conclusiva, la encuesta enmarca que la lectura en medios digitales, a pesar de ser utilizados en mayor medida para la convivencia interpersonal, son ocupadas de igual forma como una herramienta de investigación en temas de su interés y que sobre todo 3 de cada 10 jóvenes lo ocupa para leer libros, finiquitando, innegablemente que la lectura en medios digitales es bastante frecuente.

Considerando estos datos, no podemos evitar enfatizar una especie de relación de amor y odio entre el uso de las tecnologías de la información; que al parecer nos invitan al ocio.

Por otra parte, está el reciente reporte de IMS Mobile en colaboración con ComScore (2016), donde sus datos muestran que los mexicanos en realidad pasan 10.1 horas frente a su Smartphone y que el 84% del tiempo lo utilizan para navegar en sus redes sociales, un 60% lo utilizan para servicio en streaming para consultar mapas y un 70% para ver videos en general. (López, 2016)

Una vez más podemos observar como la sociedad actual, comienza a relegar otras actividades y su consumo virtual es cada día mayor, demostrando que el paso del tiempo fecundará el progreso de nuevas interacciones cibernéticas gracias al portentoso desarrollo tecnológico.

Para finalizar con lo expuesto anteriormente, Pitol (2005) menciona esta disyuntiva en su introducción hecha para la Colección de Biblioteca del Universitario, editada en la Universidad Veracruzana:

La internet, nos asestó en varias ocasiones, es el vehículo cultural del presente. Su aparición reviste la misma importancia que el descubrimiento de Gutenberg en su época (...) Sabemos que por largo tiempo el libro no decaerá, no por el uso del internet sino por el contrario, ambos son susceptibles a potenciar los efectos de uno a los otros.

Mediante el Programa Universitario de Formación de Lectores de la Universidad Veracruzana se han instaurado varias actividades sobrepromoción de la lectura, dentro y fuera del aula pensando en alcanzar no solo al alumnado, sino también a toda la entidad universitaria. Se busca entonces tener presencia, para poder ser reconocido y que la misma gente entienda que existe un programa con este tipo de bondades a la cual se puede acercar para extenar sus dudas, o bien participar dentro de las mismas acciones.

En cuanto esto, es ineludible posicionarse en las redes sociales, ya que éstas funcionan como un puente hacia los jóvenes universitarios y el ambiente que los rodea. Es un medio económico y de fácil difusión, que a su vez es exigente, debido a la pretensión que se tiene en cuanto a sus contenidos, que deben ser amenos, concisos y concretos; y el lenguaje visual, que debe siempre ser muy atractivo y a la vanguardia. Lo que demanda, por supuesto, una homologación de imagen y contenido, una congruencia en las publicaciones, un símbolo que sea fácil de recordar, que sea disfrutable a los ojos de cualquier adulto y de manera sencilla de memorizar. Se requiere persuadir un joven que todos los días lo bombardean miles de contenidos nuevos y vistosos, convencerlo de que no solo nos den un *like*, sino que busque seguir nuestra información, conseguir nuestros propios *followers* (seguidores). Y hago mención de esto, porque al PULF le hace falta salir de estas vías en desarrollo y lograr sembrarse en la mente de sus universitarios. No puede existir dudas en cuanto al nombre del programa, porque eso afectaría en la imagen que se intenta generar. El no ocupar todos los elementos que las redes sociales nos provee, y al no generar contenidos propios; se está ralentizando el proceso de fomento de la lectura en el espectro virtual de la universidad.

Teniendo en vista lo anterior, se pueden buscar dependencias de la misma universidad que necesiten un impacto mayor en su imagen, pensando en una colaboración unida. Tal es el caso de la FILU, que, a pesar de ser una feria del libro reconocida a nivel nacional, carece del apogeo de los *Booktubers*.

II.2. Justificación

Debido al paupérrimo interés por leer es pertinente y hasta cierto punto evidente, comenzar a plantear estrategias de promoción y fomento de la lectura, considerando las nuevas herramientas tecnológicas que nos brindan el uso de las redes sociales; porque como fuertes aliados son atractivos y sugerentes para las nuevas generaciones, pues el fácil acceso a internet se ha integrado dentro de una amplia variedad de actividades, llamémosle básicas, de cualquier persona.

Está de sobra, entonces, mencionar que las redes sociales forman parte de nuestro día con día, y que van por ahí transformando las concepciones de la realidad, construyendo nuevos juicios dentro de la misma sociedad que las suscita; dejándonos un impacto en nuestro comportamiento que puede llegar a ser tan complejo como difícil de describir. No obstante, lo importante para el quehacer de esta proposición es la generación de un cambio, y no cabrá duda que no hay mejor socio que la generación de hipertextos con sus innovadoras propuestas.

Si tomamos la fuerza reconstructora de estas herramientas tecnológicas junto con los nuevos hábitos que la juventud profesa, podemos aspirar a crear dentro del mismo entorno, una red de persuasores de libros. Porque lo cierto es que, existen de manera independiente, altruista y sin ambiciones más allá de contarnos el impacto que tuvo la lectura de cierto libro en su vida; un grupo de líderes de opinión cuando avocados a la recomendación de literatura.

Aunque la mayor parte del consumo de estos productos se realiza fuera del aula y de las obligaciones escolares, es hora de que se conviertan en práctica habitual del profesorado. Gemma Lluch afirma que:

Muchas de las actividades que hacen en internet, como compartir, leer, redactar, organizar, buscar, valorar, clasificar o utilizar archivos multimedia, podemos utilizarlas para leer y escribir sobre las lecturas, para compartirla con conocidos o desconocidos, para aprender, para crear una comunidad unida por la lectura (Lluch, 2011).

Que, planteándolo desde una perspectiva pedagógica, Limbu y Gurung esbozan la utilidad de incorporar esta dinámica en nuestra practica escolar, ya que permite incrementar el aprendizaje de nuestro alumnado:

Teachers who incorporate the creation of “BookTubers” or other identity-bound grassroots genres into their curriculum could facilitate the interactive, borderless, social, and collaborative possibilities of such an NKC in the classroom environment, thereby increasing learning and engagement through student production of videos and other multimodal texts (Limbu y Gurung, 2014).

Apoyar al desarrollo de una red de *Booktubers*, dentro del Programa Universitario de Formación de Lectores puede ser el principio de una de muchas acciones dirigidas a la juventud en el plano de las nuevas tecnologías de la información, ubicándonos en la vanguardia al contemplar la unificación de esta nueva realidad cibernética con proyectos de fomento a la lectura, pudiendo destacar la convergencia de dos entes que podrán parecer contrarios, sin embargo, son las dos caras de una misma moneda.

II.3. Objetivos

II.3.1. Objetivo general

Fomentar la lectura a través de las herramientas tecnológicas que cada día llegan a más personas, contribuyendo al desarrollo de videorreseñas que ayuden al intercambio de recomendaciones bibliográficas mediante las redes sociales, promoviendo un concurso nacional de videorreseñas aprovechando el fenómeno *Booktuber*.

II.3.2. Objetivos particulares

- Potenciar el Programa Universitario de Formación de Lectores “Sembrando Letras”, enfocándose principalmente en posicionamiento de la imagen y el reconocimiento de este a manera nacional.
- Apoyar y estimular la participación dentro y fuera de la comunidad universitaria, articulando instancias que tengan relación en el tema, para dinamizar el impacto del proyecto.
- Promover el involucramiento reflexivo de los jóvenes en cuanto al uso de los mass media como herramientas utilitarias que les proporcione conocimiento y puedan desarrollar una posición crítica.

II.4. Hipótesis de intervención

A través del uso de las TIC, enfocándose en el manejo de las redes sociales, o bien conocidas como la web 2.0; se busca llamar la atención a jóvenes inmersos en estos ámbitos para que se interesen por la lectura.

Generando dos inquietudes: en primera instancia volverse mediadores o, en consecuencia, consumidores.

Como mediadores se volverán productores de sus propias videorreseñas. Proporcionando mediante discursos innovadores la información necesaria para enamorar al espectador, ocupando técnicas de persuasión para atraerlos. En pocas palabras, buscar incentivar el desarrollo de promotores de la lectura independientes.

Por su parte, los consumidores son aquellos espectadores que sea vean envueltos en el tema y que les interese dar un seguimiento a los consejos literarios, o en el mejor de los casos, muestren interés por compartirlos en sus círculos sociales y redes.

También, el Programa Universitario de Formación de Lectores fortalecerá lazos con algunas dependencias de la Universidad Veracruzana que están en busca de los mismos objetivos en pos de la promoción lectora; renovando su imagen y posicionándola en el gusto

de la comunidad juvenil: obteniendo más reconocimiento y asegurando la coadyuvancia de futuros proyectos en el área de las nuevas tecnologías.

III. DISEÑO METODOLÓGICO

III.1. Aspectos generales

Con la intención de la creación de una red de *Booktubers*, se pretende lanzar una convocatoria dentro de las actividades del Programa Universitario de Formación de Lectores en conjunto con la Feria Internacional del Libro Universitario, donde el público en general participe en un concurso para la elaboración de videorreseñas que serán subidas a la plataforma de *Youtube* y compartidas mediante las redes sociales institucionales.

El público al que será dirigido entra entre los denominados, anteriormente, como millenials y descritos tal cual en la convocatoria como jóvenes mexicanos de entre 12 a 30 años.

Promocionando, a su vez, los libros y colecciones de la Editorial UV y creando una oportunidad de fortalecer lazos entre las dependencias universitarias.

La convocatoria saldrá en el mes de noviembre del presente año y estará disponible hasta mediados de febrero del 2017.

III.2. Estrategia de intervención

Esta convocatoria será difundida en las redes sociales oficiales del programa previamente mencionado, así como también en las páginas de difusión cultural pertenecientes a la universidad. Se buscará, de igual forma, pedir el apoyo de otras universidades, para que extiendan la invitación a su comunidad estudiantil para que participen.

Antes del lanzamiento de la convocatoria, se tiene que reconsiderar el rediseño de la imagen del PUFL, debido a que existe cierta disparidad en el uso del nombre y otras

acotaciones, lo que ocasiona la falta de posicionamiento como una red social oficial. Es por ello, que haciendo equipo con otras compañeras que trabajaran en proyectos similares, se elaborará un cronograma y una guía para el uso ordenado y adecuado de la imagen en redes sociales. Con esta integración de actividades se pretende potenciar el impacto de los proyectos y la unificación de la imagen para el fácil reconocimiento de nuestras actividades.

El siguiente paso será la creación de una cuenta en *Youtube*, donde se elaborará una lista de reproducción donde puedan ser encontradas con mayor facilidad los vídeos participantes. Esta cuenta podrá ser utilizada en un futuro para almacenar cualquier material concerniente al Programa. A la par, se trabajará con la producción de una convocatoria audiovisual, que será lanzada unas semanas después de la escrita.

En la convocatoria se puntualizarán ciertos aspectos a cumplir en el performance a realizar por los participantes, con el objetivo de obtener video reseñas de calidad y evitar el uso de *paraliteratura*, que se refiera a la literatura degradada y degradante destinada al consumo de las masas.

Dentro de sus bases se destacará la participación de cualquier individuo de nacionalidad mexicana que en estos momentos este residiendo en el país, así como una duración máxima de cinco minutos por video.

En cuanto a las videorreseñas, la elección del libro será personal, siendo cualquier género literario, donde se buscará que exponga su interés por el tema e invite al público a leerlo también. Se prohibirá la mención de puntos clave de la obra o el final de la misma que puedan afectar la curiosidad y se sugerirá la recomendación de autores poco comerciales con la de que exista diversidad, en busca de originalidad y creatividad.

La inscripción se dividirá en dos fases para facilitar el proceso de recepción y análisis de la información:

En la Fase I los vídeos se deberán subir a la plataforma de *Youtube*. El vídeo deberá titularse SoyBooktUVer con el nombre del libro y del autor. Después de tener listo la videorreseña, los participantes deberán mandar un mensaje al correo electrónico oficial los siguientes datos: Nombre completo, ciudad y estado de residencia, fecha de nacimiento, último grado escolar cursado, Facebook, canal de *Youtube*, link de *Youtube* y correo electrónico.

En la Fase II, los aspirantes deben esperar a recibir un correo de confirmación de sus datos: donde encontrarán un archivo adjunto con un cuestionario que deberán regresar después de haberlo contestado.

La solicitud será aceptada cuando el video pase a formar parte de la lista de reproducción del canal de “Sembrando Letras”. Cumpliendo correctamente con las fases anteriores quedarán automáticamente inscritos.

Por último, la premiación y el jurado irán a cargo de la coordinación de la Feria Internacional del Libro Universitario:

La premiación se llevará a cabo dentro del programa establecido de la Feria Internacional del Libro (FILU) de la Universidad Veracruzana. El jurado estará conformado por especialistas del tema y organizadores del evento y el fallo del mismo, será inapelable. Los ganadores serán contactados vía correo electrónico el 31 de marzo del 2017 y se darán a conocer en las redes sociales institucionales en días posteriores.

Se considerarán criterios de evaluación como la originalidad de la reseña y la coherencia del discurso, así como también los views, likes y comentarios que tengan las videorreseñas y que serán contabilizados hasta la fecha límite de la convocatoria.

Habrán tres premios: Un premio otorgado por el jurado, una mención honorífica por popularidad y un premio otorgado a la mejor videorreseña de algún libro que pertenezca a la editorial UV. Cualquier caso no previsto en esta convocatoria será resuelto directamente con el Comité Organizador de #SoyBooktUVer

Ante esto, se deberá tener en cuenta una colaboración en el diseño de la imagen con organizadores de la FILU, para la unificación y congruencia de este. Es necesario llegar a un acuerdo en la gestión los recursos de comunicación. Así que las redes sociales pertenecientes a la FILU se unirán al esfuerzo de promover y vincularse con otras páginas webs, en este primer caso con el del Programa Universitario de Formación de Lectores.

III.3. Metodología de evaluación

En cuanto a la estrategia de evaluación, se están considerando dos aspectos: por una parte, la obtención de datos cuantitativos, que serán demostrados por la misma página de Youtube.

Como lo son el conteo de reproducciones, de *likes & dislikes*, las veces que fueron compartidos los vídeos; entre otros aspectos técnicos donde se podrá visualizar una imagen del alcance que se ha tenido. Y por la otra, el análisis de datos cualitativos obtenidos de entrevistas semiestructuradas aplicadas a los participantes. Tomando en cuenta la observación crítica del performance individual y de los comentarios de otros usuarios acerca del contenido del vídeo; donde se buscará destacar el cómo los individuos se apropian del conocimiento siendo animadores de la lectura, y generan sus propios códigos dentro de la comunidad virtual.

IV. PROGRAMACIÓN

IV.1. Descripción de actividades y productos

Actividad	Descripción de la actividad	Producto	Semanas
Elaboración del protocolo	Redacción y desarrollo tanto del protocolo y de la intervención	Protocolo aprobado	10
Elaboración de la convocatoria	Investigación otros concursos y comparación de los puntos principales en sus bases.	Nombre del concurso y convocatoria	2
Redacción del cuestionario	Redacción de un cuestionario de preguntas abiertas para conocer cuáles son los gustos literarios y sus predilecciones en las redes sociales.	Cuestionario con mínimo 10 preguntas	1
Elaboración del cartel de la convocatoria e infografía para su difusión por medio de redes sociales y en los espacios físicos	Se hablará con la encargada de imagen del PUFL y se manejarán distintas propuestas que se presentarán a organizadores de la FILU	Cartel publicitario	2
Junta con organizadores y	Presentación resumida en Power point o Prezi del	Acuerdos	1

directivos de la FILU	proyecto		
Exposición del protocolo de intervención	Presentación en Power Point del protocolo de intervención ante nuestro tutor, director y lectores.	Presentación en Power Point y exposición.	2
Intervención: Elaboración de un correo electrónico para la recepción de trabajos. Difusión en las redes sociales	Difundir la convocatoria	Gestión de aspirantes	12 semanas aproximadamente.
Cierre de convocatoria y gestión de la información recibida.	Recabar la información y analizar	Datos cualitativos	2
Análisis de la información aventada en Youtube y Facebook	Tener tablas donde vaciar la información de datos duros para su análisis	Datos cuantitativos	1
Premiación	Apoyar en el desarrollo de la premiación y aspectos finales del Concurso en la FILU	Información	1
Movilidad	Intercambio académico para el enriquecimiento del conocimiento y obtención de experiencia como promotor de lectura	Reportes y bitácoras	6
Elaboración del trabajo recepcional a partir del borrador	Redacción del trabajo recepcional a partir del borrador	Tesis del proyecto de intervención	12
Corrección del trabajo recepcional	Considerar las acotaciones de mis lectores, para mejorar el trabajo	Trabajo recepcional listo para ser presentado.	3
Presentación del trabajo recepcional	Se realizarán últimas revisiones y ensayos para la presentación del trabajo	Trabajo recepcional finalizado	4

M E T A	Tiempo en semanas 2016-2017																											
	Sep- tiembre				Octubre				Noviemb re				Diciem- bre				Enero				Febrero							
Revisión de bibliografía inicial																												
Mapas conceptuales (Marco referencial y metodológico)																												
Presentación de propuesta de rediseño																												
Elaboración de Anteproyecto y su presentación																												
Cambio de imagen: logotipo y slogan del PUFL																												
Redacción de convocatoria y lanzamiento.																												
Elaboración de protocolo																												
Elaboración de cuestionario para participantes																												
Intervención (Análisis semanal)																												
Difusión externa e interna del concurso																												

M E T A	Tiempo en semanas 2016-2017																											
	Febre- ro				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto			
Evaluación de la intervención																												
Borrador del Trabajo Recepcional																												
Deliberación para la entrega del premio																												
Premiación del concursante																												
Corrección de trabajo Recepcional																												
Movilidad académica																												
Examen Recepcional																												

IV.2. Referencias

#TeCuentoUnLibro, C. (2016). *Concurso de booktubers #TeCuentoUnLibro - El Ancasti de Catamarca*. *Elancasti.com.ar*. Recuperado el 24 de octubre de 2016 en <http://www.elancasti.com.ar/cultura/2016/9/9/concurso-booktubers-tecuentounlibro-310474.html>

Ambrós, A. (2015). Proyecto Kuentolibros: creación de hipertextos literarios audiovisuales. En Cleger, O. Amo J.M. De (eds.) *La educación literaria y la e- literatura desde la minificción. Enfoques hipertextuales para el aula*. Barcelona: ICE Universitat de Barcelona.

- Asensi Fernández M. (2015). *Booktuber como herramienta para promover la lectura en secundaria*. Universidad de Alicante. [TFM-En prensa]
- Cassany, D. (2012). *En Línea Leer y escribir en la red*. Barcelona: Anagrama.
- Castells, M. (1997) *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. vol.1. La sociedad red. Madrid: Alianza.
- Castells, M (1999). *La sociedad red. La era de la información*. Vol. 1. Madrid: Alianza Editorial
- ComScore & Internet Media Service (2016) *Estudio IMS Mobile en LatAm*: Latinoamérica
- Corredor, J., Pinzón, Ó., & Guerrero, R. (2011). Mundo sin centro: cultura, construcción de la identidad y cognición en la era digital. *Revista De Estudios Sociales No.35*, (40), 44-56. <http://dx.doi.org/10.7440/res40.2011.05>
- Dibam convoca al 2do Concurso Nacional de Booktubers de Bibliotecas Públicas - Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas*. (2016). *Bibliotecaspublicas.cl*. Recuperado el 24 de octubre del 2016, de <http://www.bibliotecaspublicas.cl/624/w3-article-65195.html>
- Gamba Bari, A. *El Relato Digital*. *Javeriana.edu.co*. Recuperado el 5 de diciembre de 2016, de http://www.javeriana.edu.co/relato_digital/r_digital/bibliografia/virtual/gamba-completo.htm
- IBBY & Banamex (2016) *Primera Encuesta Nacional Sobre Consumo de Medios Digitales y Lectura*. México
- Kress, G. & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse - The Modes andMedia of Contemporary Communication*. Londres: Arnold.
- Limbu, M. y Gurung, B. (2014). *Emerging Pedagogies in the Networked Knowledge Society: Practices integrating social media and globalization*. USA: Information Science Reference.
- Lluch Crespo, G. (2011). *Del oral, audiovisual y digital a la lectura (y la escritura) en secundaria*. Madrid: Fundación SM.
- López, J. (2016). *Mexicanos pasan 3 horas más frente a su smartphone respecto a la televisión*. *Expansión*. Recuperado el 24 de octubre del 2016, de <http://expansion.mx/tecnologia/2016/10/19/mexicanos-pasan-3-horas-mas-frente-a-su-smartphone-respecto-a-la-television>

- Manovich, Lev. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Editorial Paidós. Barcelona, 2006.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las Mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martos Núñez, E. & Campos Fernández-Fígares, M. (2013). *Diccionario de nuevas formas de lectura y escritura* (1st ed.). Madrid: Red Internacional de Universidades Lectoras.
- Mcquail, D. (1997). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México, DF: Paidós
- Ministerio de Educación de Corrientes - *El Ministerio de Educación lanzó el Concurso "Book Tubers Correntinos en el Bicentenario"*. (2016). *Mec.gob.ar*. Recuperado el 24 de octubre del 2016, de <http://www.mec.gob.ar/323-el-ministerio-de-educacion-lanzo-el-concurso-book-tubers-correntinos-en-el-bicentenario>
- Pacheco Alonso, B. G. (2014). BookTube. Una propuesta para el fomento a la lectura. UNAM. Recuperado el 23 de octubre de 2016 de http://issuu.com/gustavopacheco4/docs/booktubers__linea_
- Pitol, S. (2005) *Colección de la Biblioteca del Universitario*. Universidad Veracruzana: México.
- Primer Concurso Internacional de Booktubers*. (2015). *Educ.ar*. Recuperado el 24 de octubre del 2016, de <http://www.educ.ar/sitios/educar/noticias/ver?id=128064>
- Rivera, N. (2016). *Anuncia FCE segunda edición del Concurso Internacional Booktubers - Proceso.Proceso*. Retrieved Recuperado el 23 de octubre del 2016, de <http://www.proceso.com.mx/459392/anuncia-fce-segunda-edicion-del-concurso-internacional-booktubers>
- Rovira Collado, J. (2015) *Literatura infantil y juvenil en Internet. De la Cervantes Virtual a la LIJ 2.0. Herramientas y espacios para su estudio y difusión* (Tesis doctoral) Universidad de Alicante. Recuperado el 23 de octubre de de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/46345>
- Secretaria de Cultura (2015) *Encuesta Nacional de Lectura y Escritura*. México

IV.3. Bibliografía

- Basaraba, N. (2015). *The Rhetoric of Transmedia Storytelling in Book Trailers Published on YouTube* (Master). Faculty of Extension, University of Alberta.
- Cassany, D.(2011) "*Después de internet...*" *Textos de didáctica de la lengua y de la literatura*. Recuperado 17 de septiembre de 2016. En http://www.labev.uerj.br/textos/3-Cassany_Despu%C3%A9s%20de%20Internet-2011.pdf
- Cordón García, J.A. (2011). *La revolución del libro electrónico*. Barcelona: UOC
- Franklin, T. & van Harmelen, M. (2007). *Web 2.0 for Learning and Teaching in Higher Education*. *Ictlogy.net*. Recuperado el 25 de agosto de 2016. <http://ictlogy.net/bibliography/reports/projects.php?idp=776&lang=es>
- García Canclini, N., Cruces, F., & Urteaga, M. (2012). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Barcelona: Ariel.
- García Canclini, N., Gerber Bicecci, V., & López Ojeda, A. (2015). *Hacia una antropología de los lectores*. Distrito Federal: D - Ediciones Culturales Paidós
- Genette, G.(1987) *Seuils*. París:Éditions du Seuil.
- Lara, T. (2008). *La nueva esfera pública: Los medios de comunicación como redes sociales*. Recuperado el 25 de agosto del 2016. <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@idarticulo=9&rev=76.htm>
- Lozano, R. (2009). *El fomento de la lectura en la biblioteca pública 2.0: una apuesta por la innovación y el riesgo*. Recuperado el 26 agosto de 2016. <http://www.thinkepi.net/el-fomento-de-la-lectura-en-la-biblioteca-publica-20-una-apuesta-por-la-innovacion-y-el-riesgo>
- Lluch, G., Tabernero-Sala, R., Calvo-Valios, V. (2015) *Epitextos virtuales públicos como herramientas para la difusión del libro*. Recuperado el 19 de agosto del 2016. <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2015/nov/11.html>
- Martos Núñez, E. & Campos Fernández-Fígares, M. (2013). *Diccionario de nuevas formas de lectura y escritura*. Madrid: Red Internacional de Universidades Lectoras.

- Monteblanco, L. (2015). Comunidades en red en la Sociedad de la Información: informan, comunican, conectan. El fenómeno Booktube. *Informatio. Revista Del Instituto De Información De La Facultad De Información Y Comunicación*, 20(1). Recuperado de <http://informatio.eubca.edu.uy/ojs/index.php/Infor/article/view/167>
- Olmedo, J., Cardete, J., Aradra, R., & Fabregat, A. (2008). *Recursos educativos para fomento de la lectura. Internet al servicio de la lectura. Dialnet*. Recuperado el 18 de agosto del 2016. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3105163>
- Paredes Labra, J. (2005). *Animación a la lectura y tic: creando situaciones y espacios*. Recuperado el 18 de agosto de 2016. http://www.revistaeducacion.mec.es/re2005_17.htm
- Ravettino, A. (2015). *Booktubers y performance virtuales*. Recuperado el 18 de agosto del 2016. http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/3343/Ravettino%20Destefanis_%20Booktubers.pdf?sequence=1
- Torrego, A., Pablo, A., & Dornaletche, J. (2016). *La educación literaria en la Era de la Convergencia: el proyecto "BooktUVa"*. ResearchGate. Recuperado el 22 de agosto de 2016. https://www.researchgate.net/publication/302586695_La_educacion_literaria_en_la_Era_de_la_Convergencia_el_proyecto_BooktUVa

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario

Cuestionario sobre prácticas lectoras y la promoción de la lectura a través de las redes sociales

DATOS PERSONALES

Nombre completo:

Edad:

Último año educativo cursado:

Sexo:

1. ¿Habías escuchado antes hablar de los Booktubers?
 2. ¿Cómo fue tu primer contacto con el fenómeno booktuber?
 3. ¿Qué motivaciones tuviste para realizar esta videorreseña?
 4. ¿Leerías un libro que fue recomendado a través de las redes sociales? ¿Por qué?
 5. ¿Por qué crees que sea necesario recomendar un libro?
 6. ¿Cuánto tiempo consideras que pasas navegando en las redes?
 7. ¿Consideras a los medios audiovisuales (redes sociales) como distractores ante la lectura y de otras actividades recreativas?
 8. ¿Crees que el gusto por la lectura se pueda contagiar a través de los medios audiovisuales?
 9. ¿Te gusta leer?
 10. ¿Acostumbra a leer en dispositivos electrónicos?
 11. ¿Cuál es tu género preferido?
-

Anexo 2. Infografía piloto

LA UNIVERSIDAD VERACRUZANA A TRAVÉS DEL PROGRAMA UNIVERSITARIO DE FORMACIÓN DE LA LECTORES "SEMBRANDO LETRAS" CONVOCA A TODOS LOS JÓVENES MEXICANOS DE ENTRE 12 A 30 AÑOS QUE ESTÉN INTERESADOS EN HACER UNA VIDEORRESEÑA ACERCA DE UN LIBRO PARA PARTICIPAR EN EL CONCURSO

Concurso #SoyBook tUVer

2 0 1 7

ISOLO TIENES QUE ELEGIR UN LIBRO QUE TE HAYA IMPACTADO !



¡EXPLICARNOS POR QUÉ EN UN VÍDEO SUBIDO A YOUTUBE!



LA PREMIACIÓN SE LLEVARÁ A CABO DENTRO DEL PROGRAMA ESTABLECIDO DE LA FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO (FILU) DE LA UNIVERSIDAD VERACRUZANA



SE SELECCIONARÁN TRES VÍDEOS GANADORES Y SE LE OTORGARÁ UNA MENCIÓN ESPECIAL A AQUEL QUE REÚNA MÁS LIKES, VIEWS Y COMENTARIOS.



* LAS BASES COMPLETAS SE PODRÁN ENCONTRAR EN LA PÁGINAS WEB Y REDES SOCIALES OFICIALES.



SEMBRANDO LETRAS



Universidad Veracruzana