



Universidad Veracruzana

Universidad Veracruzana

Centro de Idiomas Córdoba

Especialización en Promoción de la Lectura

Sede: Córdoba

**Lectura en voz alta/Cuentos fantásticos: El uso de
Facebook Live como herramienta lúdica para la
promoción de la lectura por placer**

Estudiante: Silvia Fernanda Hernández López

Tutor: Dr. José Antonio Márquez González

Córdoba, Veracruz, julio de 2020.

Contenido

LISTA DE TABLAS Y FIGURAS iv

Tablas iv

Figuras v

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO 1. MARCO REFERENCIAL 2

1.1 Marco conceptual 2

1.1.1 Literacidad 2

1.1.2 Literacidad crítica 2

1.1.3 Literacidad digital 5

1.1.4 Lector crítico 5

1.1.5 Red social 6

1.1.6 Lectura en voz alta 6

1.1.7 Diálogo 8

1.2 Marco teórico 8

1.2.1 Pedagogía crítica 9

1.2.1.1 Hermenéutica 10

1.3 Estado del arte 11

1.4 Breve caracterización del proyecto 14

CAPÍTULO 2. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO 16

2.1 Delimitación del problema 16

2.2 Justificación 20

2.3 Objetivos 22

2.3.1 Objetivo general. 22

2.3.2 Objetivos particulares. 22

2.4 Hipótesis de intervención 23

CAPÍTULO 3. DISEÑO METODOLÓGICO 24

3.1 Aspectos generales y ámbito de la intervención 24

3.2 Estrategia de intervención 25

3.3 Metodología de evaluación 27

CAPÍTULO 4. PROGRAMACIÓN 29

4.1 Descripción de actividades y productos 29

REFERENCIAS 33

BIBLIOGRAFÍA 36

APÉNDICES 37

Apéndice A. Referencias de lecturas 37

Apéndice B. Encuesta de entrada 38

Apéndice C Bitácora 39

Apéndice D Encuesta final 40

LISTA DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas

Tabla 1. Actividades y productos

Figuras

Figura 1. Cronograma de actividades de la Especialización en Promoción de la Lectura

INTRODUCCIÓN

Es bien sabido que el problema de la alfabetización en México fue abordado de manera bastante exitosa bajo la gestión del entonces secretario de Educación Pública José Vasconcelos durante los años 1921 a 1924 impulsando la educación popular, creando bibliotecas e incentivando la edición y distribución de los grandes clásicos de la literatura universal. Con estos antecedentes en la actualidad nos preguntamos qué fue de aquel impulso educativo que se desplegó de manera tan eficaz pues al consultar los datos sobre el índice de lectura en nuestro país nos damos cuenta que dista mucho de ser el ideal, ni siquiera el suficiente.

Es por ello que en la Universidad Veracruzana ha motivado la creación de la Especialización en promoción de la lectura, como un esfuerzo que en conjunto con otras universidades y sus integrantes pretende en la medida de lo posible disminuir la brecha en la falta del hábito lector entre los estudiantes y la población en general.

El proyecto que se presenta a continuación tiene como uno de sus objetivos el aportar a dicha tarea a través de las nuevas plataformas del universo digital. Se ha planteado como estrategia de promoción de la lectura por placer el uso de las redes sociales específicamente Facebook por ser una de las redes más populares donde los internautas pasan gran parte de su tiempo buscando entretenimiento. Se busca aprovechar el alto nivel de audiencia con la que cuenta la red social sobre todo en el formato de la transmisión en vivo o Facebook Live pues el formato de videos es una herramienta de gran atractivo para los usuarios de internet.

Será por este medio que se aplicará la estrategia de lectura en voz alta de cuentos y diversos textos literarios como la poesía, la novela, entre otros como principal herramienta que esperamos permita captar audiencia que eventualmente se convierta en una audiencia de lectores por placer.

Los capítulos que conforman el proyecto explican en primer lugar las teorías que fundamentan la intervención, así como la metodología con la que se llevará a cabo la medición de los resultados que se obtengan y las estrategias que se aplicarán durante el proceso. De igual manera, se explican los objetivos y la hipótesis que sustenta la estrategia de intervención. Se muestran también las actividades propuestas, las herramientas y los materiales de lectura que se presentarán a la audiencia.

CAPÍTULO 1. MARCO REFERENCIAL

1.1 Marco conceptual

1.1.1 Literacidad

Para comprender de manera más clara la finalidad del presente proyecto se procederá a desarrollar de manera breve los conceptos a través de los cuales fundamentaremos nuestras prácticas. El primer concepto a abordar será el de literacidad. Un concepto que define la habilidad de leer y escribir de manera competente es “literacy” en el idioma inglés, en un primer momento no había un concepto en español que fuera equivalente a este significado por lo que se adoptó el concepto de literacidad.

La literacidad hace referencia a todas aquellas competencias y habilidades que capacitan a la persona para adquirir y procesar la información en determinado contexto a través de la lectura para transformarla en conocimiento que puede ser manifestado de forma oral o por medio de la escritura. La literacidad tiene como característica insistir en la perspectiva sociocultural del aprendizaje. Lo que significa que traspasa los límites de las habilidades puramente cognitivas. La literacidad no solo toma en consideración el reconocimiento y la comprensión del lenguaje, reconoce la influencia del contexto social, de las dinámicas y los roles del lector y del escritor, así como de los posibles interlocutores.

Para Cassany (2006) el concepto de literacidad abraza todo lo que se relacione con el uso del alfabeto hasta las capacidades de razonamiento que tienen relación con la escritura, pero no únicamente se ocupa de lo escrito. Puesto que convivimos con el discurso oral a través de los medios masivos de comunicación, conversaciones y demás intervenciones orales a las que agregaremos en el contexto actual y de las nuevas tecnologías una combinación de escritura,

habla, imagen, audio, videos, web, reproducción virtual o multimedia. Todo ello previamente planificado, organizado y escrito.

Además de los códigos escritos y géneros discursivos que engloba la literacidad, abarca también los roles del autor y el lector, es decir sus grados de subjetividad, la función de los interlocutores, las formas de pensamiento y los procedimientos de observación de la realidad, puntos de vista y razonamientos. Los valores y las representaciones culturales pues las comunidades también se construyen por medio de la escritura de tal modo que cualquier elemento y atributo de su realidad son componentes de la “cultura escrita” o literacidad.

1.1.2 Literacidad crítica

Una vez que hemos caracterizado lo que entenderemos por literacidad se procede a abordar los conceptos de literacidad crítica. El concepto de literacidad crítica tiene historia lo podemos encontrar en diversas teorías y autores iniciando por la Pedagogía crítica Freire donde encontramos que la literacidad es el medio a través del cual se genera la conciencia crítica que nos ayuda a repensar la propia identidad y transformar nuestra realidad social. En la obra de Derrida y Foucault encontramos la idea de que el discurso construye la identidad, las relaciones sociales y la visión del mundo del lector y uno de los planteamientos más importantes es que Los textos no pueden interpretarse de forma absoluta. En los nuevos estudios de literacidad de autores como Gee, Barton, Zavala, Ames proponen que el acto de escribir es un objeto social, así como una práctica cultural que se comprende al atender y entender el contexto. Finalmente, la Teoría crítica o la Escuela de Frankfurt sostiene que debe haber un esfuerzo intelectual por no aceptar sin reflexión o por hábito ideas, formas de acción y mucho menos las relaciones sociales dominantes.

Por su parte, Cassany (2006) sostiene que desde la mirada crítica y sociocultural de la lectura el discurso escrito no es objetivo ni neutral por el contrario es el producto de los condicionamientos ideológicos que influyen la selección del tipo de texto, la retórica, la estructura, la organización semántica, la disposición espacial, la tipografía y el diseño, entre otros aspectos. Además, le otorga un papel significativo a los usos y estructuras específicas que adquiere la lectura en cada contexto.

La lectura desde la óptica de la literacidad crítica piensa que el texto está situado sociohistóricamente, es un dispositivo cultural con intenciones y contexto cultural, histórico, político, social. Es fundamental considerar a las perspectivas de clase social, cultural, género, etnia, entre otros.

Tejada y Vargas (2007) consideran que un aspecto de gran importancia para comprender la literacidad crítica es darse cuenta que no existe la lectura como actividad neutral por el contrario la forma de acercarse a ella es múltiple, compleja y dinámica, varía con cada género discursivo, en cada disciplina del conocimiento y en cada una de las comunidades humanas lo cual implica el reconocimiento que el acceso a la cultura escrita no solo es cuestión de desarrollar ciertas habilidades y procesos de cognición. Se deben valorar e incorporar aquellos conocimientos socioculturales concretos de cada discurso y de cada una de las prácticas lectoras y de escritura.

Además, tiene como fundamento principios básicos como que la lengua sea entendida como una abstracción que se manifiesta por medio de artefactos culturales, es decir, un libro, la publicidad, el cine, el noticiero, entre otras manifestaciones. Lo que debe quedar claro es que lo que existe es el discurso o discursos, los cuales se gestan en un momento histórico determinado, en un tiempo

y un espacio, bajo condiciones específicas que de ninguna manera son atemporales, neutras, desinteresadas u objetivas.

1.1.3 Literacidad digital

Vargas Franco (2015) considera que la literacidad crítica digital implica ser capaz de distinguir y depurar información en gran cantidad, de analizar su autenticidad y rigor, la destreza de confrontar fuentes y enfoques que se dan a los datos y referencias, la facultad de entender los contextos, el nuevo papel de lector y escritor y la capacidad de eludir la manipulación de los discursos que se difunden a través del Internet, los medios masivos de comunicación y las redes sociales, así como de desarrollar la habilidad de generar discursos propios utilizando las múltiples herramientas que nos proporciona la red.

1.1.4 Lector crítico

Un concepto que es importante considerar es el de lector crítico y encontramos que Cassany y Castellá (2010) nos explican de manera puntual aquellas características indispensables para saber qué debemos de tomar en cuenta para considerar a un lector, lector crítico. Es aquel que lleva a cabo una lectura poliédrica y compleja, que utiliza el contexto, hace una interpretación relativa: distingue, selecciona y puede incluso cuestionar la lectura.

Es un lector que se inclina a pensar que las cosas cambian dependiendo de la perspectiva, que constantemente cuestiona la información, su coherencia y se pregunta por ejemplo a quién podría beneficiar o qué clase de persona la ha escrito. Solicita información y sabe manejarla, se involucra en el mensaje y tiene una posición definida respecto al contenido de un texto, demuestra interés por el mundo que le rodea. Pone atención en las palabras y los significados, tiene una actitud activa, argumenta, realiza análisis, juzga los textos a partir de su coherencia y sus argumentos. Después de realizar la lectura y comprenderla, reacciona, comenta e interviene.

1.1.5 Red social

Según la RAE (2020) el concepto Red social se explica como un servicio de la sociedad de la información que proporciona a los consumidores una plataforma de comunicación e intercambio de información por medio de internet para que éstos produzcan un perfil personal que facilite la gestación de comunidades basadas en pautas comunes que permitan el intercambio de información de sus usuarios, de tal manera que interactúen por medio de mensajes, compartir información, videos, imágenes, ere otras herramientas haciendo posible que las publicaciones sean de fácil acceso y estén disponibles de forma inmediata para todos los usuarios de la comunidad.

1.1.6 Lectura en voz alta

El concepto de lectura en voz alta es de singular importancia para este proyecto pues es la estrategia principal que será utilizada para la promoción de la lectura vía redes sociales.

Para Garrido (2014) la lectura en voz alta nos da la oportunidad de fascinar a quien se tenga en frente, es una ceremonia de iniciación y de encantamiento. La lectura en voz alta estimula el interés de los oyentes en los libros, el desarrollo emocional, la imaginación y el lenguaje puesto que, el lenguaje de un individuo se conforma y va creciendo partiendo de las palabras que escucha y que lee. Al leer en voz alta el lector transmite el significado y el sentido que él pone en el texto lo que constituye un acto de enseñanza que abre los oídos de los escuchas a cómo se lee y cómo se pone el significado y el sentido al texto.

Se considera que la lectura es una tarea que se dirige a sobre todo a los niños que aún no saben leer o niños pequeños y se considera una actividad principalmente íntima, individual, silenciosa e introspectiva, sin embargo, estas ideas proceden de la modernidad. Siguiendo los

argumentos de Bourdieu (2010) podemos tener un panorama más amplio de la actividad lectora al hacer una revisión histórica de dicha actividad. A continuación, nos explica al respecto.

Si revisamos la historia encontramos que no siempre la lectura fue una cuestión individual y privada. También existían lecturas colectivas. Estamos de tal modo habituados a esta manera de leer el texto a referirlo nada más que así mismo que lo universalizamos inconscientemente mientras que es una invención relativamente reciente.

Un equivalente en tiempos más antiguos sería la lectura de los textos sagrados. (p.255)

La lectura en voz alta puede entenderse como un lazo entre el texto literario y la audiencia a la cual le facilita adueñarse del mensaje que el autor expresa a través del discurso literario, desde la posibilidad de utilizar la imaginación para involucrarse en otros universos, hasta el desarrollo del disfrute estético. Es por esta razón que literatura y lectura en voz alta están estrechamente relacionadas. En conclusión, consideramos que la lectura en voz alta es una estrategia que proporciona un alto beneficio independientemente la edad de los escuchas y puede generar un impacto altamente positivo en los hábitos lectores de la audiencia.

1.1.7 Diálogo

Para nuestro proyecto es importante que se genere un diálogo con la audiencia por lo que consideraremos la definición de Pérez Porto y Merino (2008) de dicho concepto y lo explica de la siguiente manera.

“Del griego diálogos, derivado de dialégomai, conversar, discurrir. El diálogo es una forma del discurso racional originado a través de la conversación entre varios interlocutores. Implica la discusión y confrontación de una diversidad de opiniones en la investigación y delimitación de los conceptos. El diálogo se basa en el contraste de pareceres opuestos. Describe a una conversación entre dos o más individuos, que

exponen sus ideas o afectos de modo alternativo para intercambiar posturas. En ese sentido, un diálogo es también una discusión o contacto que surge con el propósito de lograr un acuerdo. El diálogo genuino intenta buscar la verdad y fomentar el conocimiento sin prejuicios.”

Entablar una conexión a través del diálogo con la audiencia será de gran importancia pues es por medio de esta práctica como se busca incentivar la reflexión sobre la lectura y generar curiosidad sobre la obra de los autores presentados.

1.2 Marco teórico

Es indispensable para el proyecto definir los fundamentos teóricos que proporcionarán las bases sobre las cuales se constituirá nuestra intervención, los cuales nos darán claridad sobre el problema a enfrentar y nos dirigirán al momento de elegir las técnicas y estrategias que llevaremos a la práctica con nuestro grupo de intervención. Las teorías que hemos elegido como fundamentos son en primera instancia la teoría constructivista desde la perspectiva de la pedagogía crítica de Freire. Nos apoyaremos también en la teoría hermenéutica especialmente en la concepción del círculo hermenéutico. La postura de pensamiento crítico y el concepto de Literacidad crítica que ya hemos caracterizado en líneas anteriores será la postura central a la que nos adscribiremos en el presente proyecto.

1.2.1 Pedagogía crítica

Cassany (2006) nos da una idea fundamental para desarrollar la noción de pedagogía crítica. Freire realiza un análisis crítico de las prácticas de enseñanza de la literacidad basadas en ideales contruidos desde el positivismo, que enaltecen la rigurosidad de la ciencia buscando únicamente exaltar y pulir la metodología.

La postura de la teoría crítica es el rechazo de aquella educación que se centra en la búsqueda de la supremacía técnica y la eficiencia, que desligue la acción de la lectura con las condiciones de vida y el contexto sociopolítico del individuo. La lectura no es una habilidad puramente cognitiva aislada de los individuos y su entorno, sino un instrumento para la acción dentro de la comunidad, una herramienta para crear mejores circunstancias de existencia del educando. No realizamos lecturas ni comprendemos significados neutros, hacemos lectura de discursos de nuestro entorno e interpretamos referencias que nos facultan para interactuar y transformar nuestra vida. No sólo leemos discursos, leemos el mundo que nos rodea.

Desde la visión pedagógica de Freire (1984) el proceso educativo es un acto de conocimiento político pues debe tender a la transformación del hombre. El pensamiento es conocimiento dialéctico e históricamente determinado, es un acto colectivo que tiene como eje central el proceso dialéctico que posibilita la acción transformadora. La educación como acto político es un proceso de transformación del hombre y su realidad ésta última entendida como práctica social. Dentro de su perspectiva, existe una estrecha relación entre texto y contexto y considera que aprender a leer no implica necesariamente el desarrollo de la capacidad reflexiva. Pues el auténtico acto de leer es un proceso dialéctico que sintetiza la relación entre conocimiento la transformación del entorno y de nosotros mismos. Leer es enunciar el mundo, conocerlo críticamente para transformarlo, no es el acto de consumir ideas, sino de crearlas y recrearlas. La comprensión del texto por medio de la lectura crítica supone la percepción entre la relación del discurso y el contexto. El autor por su parte es presa de un condicionamiento histórico, sociológico e ideológico que no siempre será el mismo que el del lector.

1.2.2 Hermenéutica

Para comprender mejor la perspectiva hermenéutica, describiremos los conceptos centrales que nos aporta Eco (1992) nos presenta dos tipos de interpretaciones: la semántica semiótica que trata de llenar de significado al texto por medio de la manifestación lineal (instructivos, recetarios, etc.). Por el otro lado tenemos la interpretación crítica semiótica que intenta explicar por qué razones estructurales el texto puede producir esas u otras interpretaciones semánticas. Respecto a la interpretación tenemos dos posturas, la utopía de la interpretación semántica única que pretende levantarse con el estandarte de la interpretación verdadera y la teoría de la interpretación crítica que aboga por la mejor interpretación lo cual no implica necesariamente que sea la única pues existen tantas interpretaciones como lectores, lo cual tampoco implica que todas sean atinadas o tengan el mismo valor. Algunas interpretaciones están mejor fundamentadas que otras.

Debemos preguntarnos entonces ¿qué es el texto? Eco (1992) responde a dicha cuestión explicando que el texto es un objeto de la interpretación, es un artificio. Pero sobre todo es la matriz de las interpretaciones y es a través del proceso de interpretación como construimos cognitivamente el mundo. El texto interpretado pone restricciones a sus intérpretes, cuyos límites de la interpretación coinciden con los derechos del texto. Para entender un texto hay que comprender sus partes, su relación con el todo y a la inversa, de este modo se construye el círculo hermenéutico.

Para Garrido Domínguez (s/f) El resorte del texto es siempre de naturaleza significativo-comunicativa y, de ahí, la importancia de un enfoque hermenéutico. El texto no sólo se considera como asiento del sentido sino, sobre todo, como generador de nuevos sentidos (presumiblemente

no previstos), hecho que pone de manifiesto el carácter creativo del texto. Los verdaderos artífices de la significación no son los textos sino sus lectores.

1.3 Estado del arte

En la actualidad se han desarrollado una serie de proyectos de promoción de la lectura utilizando los medios digitales, redes sociales y diversas plataformas como Facebook, Twitter, YouTube, blogs, al ser un medio accesible a gran parte de la población posibilitan el acceso de manera sencilla a los clubes de lectura y a la lectura digital.

En España, Gema Lluch (2014) realizó un estudio donde documenta una serie de proyectos en espacios virtuales, en formato digital y en redes sociales, donde los jóvenes de entre 13 y 29 años se reúnen para intercambiar ideas sobre libros y autores. Los usaron también para reseñar sus libros favoritos, intercambiar lecturas y debatir sobre sus ideas e interpretaciones. Nos presenta principalmente dos casos: la campaña promocional para la venta del texto *Delirium* de la editorial SM, mediante blogs que fueron dirigidos por los jóvenes y la red social tanto Facebook como Twitter. Además de los foros de Laura Gallegos

La investigación llega a la conclusión de que los jóvenes inician conversaciones virtuales acerca de los textos, relatos de sus lecturas, comparación de una nueva temática en la lectura, etc. Colaboran a través de la escritura en foros virtuales siendo el tema relevante el libro que han leído o desean leer, aspectos que se relacionen con las lecturas. Indagan, comparan opiniones, festejan un buen post, proporcionan datos desde Twitter o emprenden conversaciones públicas acerca de un escritor, un plan de promoción o su opinión respecto de una portada. Cabe mencionar que todas las actividades están sujetas a reglamentos rigurosos con el fin de organizar los intercambios de comunicación e información, todo ello se aplica a mensajes y estilo de textos, los propios estudiantes vigilan la actividad y funcionamiento del sitio.

Otro de los referentes que se encontraron es el análisis de Rovira Collado (2011) de la Universidad de Alicante. Su investigación muestra una variedad de proyectos que se centran en el estudio de las expresiones de los textos literarios infantiles y juveniles que se pueden encontrar dentro de las variadas opciones que nos proporciona la Web 2.0. En este espacio la intervención de los usuarios particulares y la relación entre ellos serán lo representativo. Redes Sociales como Facebook, Twitter, Blogs y Wikis fueron la base de su investigación. Algunos casos que menciona En Facebook son: Cultura Lectura LIJ de la Universidad de Valencia. Así como clubes de lectura virtuales: Club de Lectura <http://clublectura.ning.com/>, Cuentos de Hadas, Literatura, cine y juegos de fantasía <http://cuentosdehadas.ning.com/> o Lecturas y Lectores <http://lecturasylectores.ning.com/>. El Portal Platero, La Biblioteca Encantada, Blog de Investigación “Estudiando la LIJ en la Web Social”.

En México especialmente en la Universidad Veracruzana tenemos varios referentes uno de ellos es el caso de Aguilar Uscanga (2016) se planteó como uno de los objetivos más relevantes la promoción lectora en jóvenes de la ciudad de Xalapa con rango de edad entre 21 y 35 años, por medio de Facebook haciendo uso de las herramientas multimedia con la finalidad de provocar interés en la lectura de textos literarios promoviendo la creación de una colectividad de lectores que motivó a los participantes a relacionarse entre sí, de igual manera promovió el debate y el intercambio de criterios partiendo de los textos propuestos en Facebook.

Morales Mena Brito (2017) es otro referente cuyo caso se centró en contribuir a la implementación de un plan de promoción lectora en redes sociales de la Web 2.0 como lo son Facebook, Twitter e Instagram, para incrementar de manera positiva la influencia del portal y las actividades del PUFL. Además de promover una comunicación inmediata y fluida a través de las redes sociales.

García Figueroa (2016) realizó promoción de lectura por placer dirigido a los estudiantes de la Facultad de Contaduría de la Universidad Veracruzana campus Ixtaczoquitlán, por medio de la utilización de la página de Facebook: Libros digitales, literatura, poesía, arte y más. La intervención fue realizada a través de actividades virtuales. La intervención se dirigió a la promoción de lectura en redes sociales. Las actividades presenciales consiguieron incrementar el interés de los alumnos en la página de Facebook, así como conocer su perspectiva personal respecto a la lectura.

En Venezuela, Castro Rondón y García Romero (2016) reportan que aplicaron su propuesta de promoción lectora de textos literarios en la materia de Literatura Venezolana del Siglo XX, correspondiente a la carrera de Educación mención español y Literatura. Los individuos que participaron en la investigación fueron 30 estudiantes los cuales tuvieron la oportunidad de completar sus clases presenciales apoyándose de Facebook. La investigación, adherida a la investigación acción, propuso como su objetivo reconocer los intereses, hábitos e inclinaciones hacia la lectura literaria, así como el uso de la red social como apoyo en la promoción de obras literarias.

De la Universidad de Castilla, Alcón Jiménez (2013) presenta la creación de los Clubes de Lectura Universitarios de Albacete, sus objetivos y actividades aportan una visión personal sobre los clubes de lectura virtuales. Dichos clubes se enfocan a estudiantes, profesores y personal de administración y servicios de la UCLM, con la finalidad de compartir experiencia y tiempo de lectura en la comunidad, aunque se abrió la convocatoria a usuarios externos. Inicialmente se buscaba era facilitar la lectura por ocio entre la comunidad universitaria, especialmente entre los jóvenes universitarios. Se ha implementado la lectura de los clásicos, insistiendo en obras exigentes que exijan un esfuerzo en el lector. El Club de Lectura es un

servicio que proporciona la Biblioteca. Es desde la página de Facebook de donde se informa acerca de los libros, los videos de las versiones cinematográficas, las bandas sonoras y enlaces que tengan una relación directa con el libro elegido.

En la Biblioteca del Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara Gamboa Venegas (2015) instaura el Círculo de Lectura Xook, el cual al principio se llevó a cabo de manera presencial pero eventualmente se implementaron los instrumentos de la biblioteca 2.0. Se ha cumplido el objetivo de llegar a lectores de diversos lugares del mundo donde se realiza la lectura, se debaten, comentan y analizan diversas obras del género literario. Al ser una alternativa virtual, se ha convertido en una oportunidad ideal para promover la lectura a personas que no tienen la facilidad de acudir a un espacio físico, coadyubando con ello a estimular la práctica de la lectura por placer. Además, busca motivar a los gestores culturales y promotores de lectura a utilizar las herramientas tecnológicas en actividades de fomento a la lectura.

1.4 Breve caracterización del proyecto

Este proyecto se enfoca principalmente en promover la lectura por placer a través de la creación de un club de lectura virtual. Específicamente en la red social Facebook con la finalidad de que los miembros del grupo denominado Lectura en voz alta/ Cuentos fantásticos puedan acceder a textos de diversos autores y géneros de manera lúdica por medio de diversas técnicas y estrategias. Se realizará a través de transmisiones en vivo donde se leerán dichos textos en voz alta. Posteriormente se procederá a motivar la interacción y el intercambio de ideas con la audiencia con la finalidad de compartir interpretaciones y opiniones sobre lo leído, además se abordarán tanto elementos biográficos como contextuales de cada autor y texto respectivamente.

Se busca promover la lectura crítica y la reflexión de los participantes en torno a los textos presentados, así como motivar el uso de la imaginación y la creatividad. De tal manera que las acciones emprendidas generen nuevos y mejores hábitos lectores en los participantes.

A la par de dichas actividades y estrategias de promoción lectora se procederá a aplicar una serie de estrategias como cuestionarios y entrevistas para conocer los hábitos lectores y el interés que éstos tienen en participar tanto en la práctica lectora individual y colectiva, así como en las dinámicas que se aplicarán en el grupo.

Dichas actividades consistirán en aplicar encuestas virtuales con el fin de generar un diagnóstico previo y se aplicarán también al final del proyecto para conocer los resultados de nuestras estrategias. Además de las actividades de diagnóstico previas y finales, se procederá a realizar la evaluación del proyecto a través de los recursos que nos proporciona la plataforma de Facebook, así como de los análisis de dichos datos. Entre ellos se analizarán los reportes estadísticos de grupo, el número de participantes, el alcance, las reacciones, vistas, testimonios de los participantes, comentarios, entrevistas, comentarios en las transmisiones y las diversas publicaciones. El grupo de Facebook estará integrado por contactos directos, se promocionará al público en general y se invitará a los participantes a colaborar con la difusión y promoción del grupo con sus contactos, amistades y círculo cercano.

CAPÍTULO 2. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

2.1 Delimitación del problema

Sin duda el problema de alfabetización en México se ha superado de una manera relativamente satisfactoria no así la cuestión del hábito de la lectura. El estar alfabetizado no implica necesariamente ser lector o contar con el hábito de la lectura tampoco es sinónimo de comprensión lectora. Por ello es de vital importancia analizar los datos que las instituciones e investigaciones aportan y a partir de ello crear estrategias para llevar a cabo acciones que permitan en la medida de lo posible subsanar el problema del déficit de lectura en el país. De la misma manera se debe estar abierto a integrar las nuevas herramientas tecnológicas y digitales que han surgido como un importante apoyo en la ardua tarea de acrecentar el número de lectores. A la luz de los datos que expondremos a continuación podemos ver que cada vez más personas optan por espacios virtuales para llevar a cabo un sin número de tareas cotidianas, entre las que se encuentran leer.

Con el desarrollo de la tecnología y la facilidad de acceso a la información que poseen las nuevas generaciones paradójicamente estamos en un momento donde el índice de lectores no ha aumentado como se espera. Según la información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2019) la lectura entre la población de 18 y más años de edad no se incrementa por el contrario se presenta un descenso. Se pensaría que los internautas estarían mejor informados y actualizados en lo que a la producción de conocimiento se refiere, pero no es así. Las cifras al respecto nos permiten analizar la situación.

Según los datos del MOLEC (NEGI, 2020) nos da las características de la practica lectora en la población a partir de los 18 años en adelante que saben leer y escribir basándose en materiales de lectura considerados dentro de sus encuestas que son libros, revistas, periódicos,

historietas y páginas de Internet, foros o blogs nos arroja los siguientes datos: de cada diez personas de 18 y más años, 7 lee los materiales antes mencionados es decir el 72.4%. Este porcentaje va en incremento dependiendo del grado de estudios. De aquellos que no tienen la educación básica terminada el 49.1% son lectores, los que tienen la educación básica terminada o algún grado de educación media el 73% practican la lectura, los que cuentan con por lo menos un grado de educación superior son lectores en un 90.4%.

Dentro de la población de 18 años de edad y mayores que saben leer y escribir el 41.1% leyeron por lo menos un libro en el año. Dentro de esta población la media fue que las mujeres leyeron 3.2 ejemplares y los hombres 3.7., mientras que los motivos por los cuales la población de 18 y más años se acerca a la lectura con la finalidad de entretenerse es un porcentaje de 38.7%, un 21.1% que lo hace por estudio o trabajo, el 25.5% y el 7.4% lo hacen por cultura general y religión respectivamente. Nos muestra también que de la población que cuenta con estudios de nivel superior un 65.7% lee libros. Cabe mencionar que mientras el 43.8% de las mujeres afirmaron que en el último año leyeron algún libro y 34.6% una revista, los hombres alcanzan el 38.1% y 30% respectivamente, mostrando un porcentaje superior en las mujeres. No así en el caso de Páginas de Internet, foros o blogs pues la gráfica muestra que las mujeres accedieron a estos formatos en su 38.5% mientras que los hombres el 40.4%. Otro dato respecto a la comprensión lectora es que de los encuestados de 18 años en adelante el 58% afirmaron que comprende la mayor parte de lo que lee. Además el 46% de esta misma población sostienen que buscan otros materiales para informarse como enciclopedias, diccionarios, Internet, entre otros. Los temas de lectura de mayor popularidad en la población alfabetizada mayor de 18 años son en tercer puesto Autoayuda, superación personal o religiosos con un 27.5% en segundo lugar, libros de texto o de uso universitario con un 35.5%, mientras que en primer lugar encontramos que la

literatura es el tema más popular con un 42.3% siendo el formato impreso de libros al que más recurren con un 83%. Sin embargo, también se muestra que el porcentaje del uso del formato digital va en aumento pues se ha incrementado el uso y manejo de las nuevas tecnologías de la información. Vemos que en un período de 5 años a partir del 2016 al 2020 el promedio era el 7.3% mientras que ha aumentado al 12.3% respectivamente.

En el caso de las plataformas digitales Adame y Newberry (2019) nos informan que las personas entre los 16 y 24 años están usando YouTube, Facebook, Snapchat e Instagram cada vez más. Mientras tanto, el 46 % de los llamados millennials también está aumentando el uso de dichas plataformas. La mayor parte del valor de YouTube y las redes sociales reside en su portabilidad. Por ejemplo, la audiencia podría estar usando dichas plataformas para hacer de su trayecto diario en el transporte público una experiencia más placentera al ver un video del tema de su agrado.

De acuerdo con el INEGI (2019) 8 de cada 10 mexicanos tienen preferencia por la lectura de libros impresos sobre los digitalizados. En la población femenina la preferencia es mayor pues de cada 10 son 9 las que se inclinan por la lectura en formato impreso. A pesar de ello, la lectura digital se ha incrementado significativamente duplicándose en tan sólo 3 años. Para el año 2015 únicamente el 2.1% de los lectores preferían el formato digitalizado en cambio, en el 2018 la cifra aumentó al 10.7%. Por esta razón que el interés de este proyecto se dirige hacia la exploración de las redes sociales para captar futuros lectores.

Ahora que vemos el panorama general sobre los hábitos de lectura en la población también podemos advertir que cada día el consumo de información por la vía digital y en redes sociales ha aumentado, sin embargo, aún hay mucho trabajo por hacer respecto a la promoción

de la lectura en los espacios virtuales y las redes sociales específicamente en la red social Facebook.

Otros datos que nos proporciona el comunicado de prensa del INEGI en las Estadísticas a propósito del día mundial del internet (2019) en la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, De 18.3 millones de hogares 52.9% del total nacional disponen de conexión a Internet. 95.1% de los usuarios con estudios de nivel superior se conectan a la red, así como 54.9% de los que tienen estudios de educación básica. Para el año 2018 el 65.8% de la población de seis años o más en México utiliza el Internet.

Además, nos muestra la siguiente información respecto al uso del internet respecto al nivel educativo y las principales actividades que se realizan. Aquellos que cuentan con estudios superiores como licenciatura o posgrado sólo un 4.9% no usa Internet. Los que cuentan con estudios de preparatoria o equivalentes representan un 11.5% y entre los que cuentan con estudios de nivel básico como primaria o secundaria aumenta el porcentaje al 45.1 por ciento. Las principales actividades realizadas en Internet durante 2018 son: Entretenimiento 90.5%, comunicarse 90.3%, obtener información 86.9%. Otras como por ejemplo apoyar la educación, capacitación o acceder a contenidos audiovisuales tienen un porcentaje de 83.6 y 78.1%, respectivamente. Y para leer revistas, periódicos o libros el 48.7% recurre al Internet.

La información mencionada nos proporciona un panorama sobre el gran potencial que nos puede proporcionar uso del Internet y las redes sociales para la promoción de la lectura pues como ya hemos visto gran parte de la población a la que se dirige el presente proyecto es decir a adultos profesionistas con nivel académico de licenciatura o superior son un gran porcentaje de usuarios del Internet. Por lo que podemos deducir que existe un nicho de potenciales usuarios del

Internet y las redes sociales que están buscando entretenimiento, pero también información que les aporte valor.

Como hemos visto en la información proporcionada, un alto porcentaje de esta población es decir el 48.7% están leyendo libros, periódicos y revistas en la red. Por lo que, el presente proyecto está enfocado en conectar con dicha población y generar una comunidad de lectores de literatura por placer en redes sociales. Así como, promover en ellos la lectura crítica y creativa a través del diálogo y el intercambio de ideas por medio de las plataformas digitales y las herramientas que nos proporcionan dichas redes. Pues como ya hemos visto el hábito lector y sobre todo la comprensión lectora, la lectura crítica y la lectura por placer dista mucho de ser una constante entre la población, aunque como ya mencionamos el problema de la alfabetización está resuelto, no así el problema del bajo índice de lectores en México.

2.2 Justificación

La lectura y la escritura han sido durante siglos los medios a través de los cuales el ser humano ha producido, compartido y resguardado el conocimiento siendo el libro el medio más efectivo. Pero debemos considerar que actualmente tenemos nuevas maneras de comunicarnos y transmitir el conocimiento. Lo que no significa que la lectura de un texto físico o digital deje de ser el componente principal del desarrollo humano. Cabe aclarar que la lectura no sólo se reduce a la decodificación de lo leído implica también un esfuerzo del lector por analizar, comprender e interpretar el discurso. Y en un nivel más elevado se requiere cuestionar y contra argumentar la información adquirida. Es por ello que se hace necesario promover las herramientas necesarias para llevar a cabo una lectura integral y crítica de los textos. Pero para llegar a ese punto es necesario primero fomentar la lectura por placer en la población en general. Es por ello que este proyecto se alinea tanto con la Especialización en Promoción de la Lectura de la Universidad

Veracruzana como con la comunidad, en acciones que acerquen la lectura por placer esperando causar un impacto positivo en sus hábitos lectores, así como ayudar a crear un vínculo con la lectura por placer.

En primer lugar lo que nos motiva a llevar a cabo nuestro proyecto es la preocupación personal por el bajo índice de lectura en la comunidad y es fundamental en nuestra propuesta. Pero no es suficiente preocuparnos por el problema es necesario llevar a cabo acciones que permitan en la medida de lo posible abonar a la solución. En segunda instancia la intención que nos impulsa a crear un proyecto de promoción de la lectura en redes sociales se debe a que es un medio a través del cual se puede alcanzar un alto número de audiencia. Actualmente la pertenencia a una red social es parte fundamental de los nuevos hábitos de socialización, de entretenimiento, incluso de adquisición de información.

Siendo las redes sociales una plataforma de gran importancia para conectar con las personas se ha considerado que es pertinente utilizarla para crear contenido de calidad con la firme intención de crear un espacio dedicado a la promoción de la lectura sin sacrificar la interacción con la audiencia. Por esta razón se ha optado por el formato de transmisión en vivo o Facebook Live el cual permitirá fomentar el dialogo con los escuchas. De esta manera permitir que externen sus opiniones, dudas e inquietudes través del dialogo generado por una lectura previamente seleccionada. Lo que se busca es que se cambie la perspectiva de que la lectura es aburrida o que la lectura por placer no es una pérdida de tiempo. Se pretende que la audiencia se interese tanto en seguir el contenido propuesto como en que surja en ellos el interés en acudir por cuenta propia a los textos literarios. Que se den cuenta que la lectura aporta un beneficio tanto intelectual como en la vida personal pues la intención es que exista un impacto en el pensamiento de la audiencia al promover la reflexión y la relación de la literatura con nuestro entorno. Pues al

analizar tanto la obra como al autor se puede lograr que la audiencia conecte la experiencia de vida, el contexto y las ideas de ambos, incluso que cada escucha se vea en cierta medida proyectado en lo que lee.

2.3 Objetivos

2.3.1 Objetivo general.

Promover la lectura por placer a través de la creación de un club de lectura en redes sociales, aplicando la estrategia de la lectura de cuentos en voz alta mediante transmisiones en vivo en un grupo de Facebook. Enfocado a adultos profesionistas de entre 35-45 años pero no exclusivamente, pues está abierto al público en general. Se entablará un diálogo con la audiencia mediante el intercambio de ideas, comentarios e interpretaciones de los textos, generando una lectura crítica y creativa en la audiencia. Con la finalidad de que la audiencia reflexione sobre las lecturas y su trasfondo. Se expondrá la relación entre la obra y la vida personal de autor, así como las circunstancias que rodean su creación con la finalidad de generar curiosidad en la audiencia para motivarlos a acudir a la obra de los autores presentados.

2.3.2 Objetivos particulares.

- 1.- Promover en la audiencia la idea de que la lectura no sólo es utilitaria, sino que podemos acercarnos a ella por placer. Realizando lecturas en voz alta de textos literarios en formato de transmisión en vivo por la red social Facebook como medio para captar el mayor número de audiencia posible.
- 2.- Fomentar en la audiencia el interés por generar y mejorar el hábito de la lectura a través de la participación en las distintas dinámicas y estrategias que se enfocarán en hacer promoción de la lectura. Proponiendo acciones que propicien la actividad artística y de escritura en la comunidad como la creación de dibujos basados en los textos literarios y los autores.

3- Propiciar el dialogo, el intercambio de ideas, opiniones críticas de los textos, así como motivar la imaginación de los que escuchan planteando preguntas detonadoras que lleven a la audiencia a la reflexión de la lectura y a construir sus propias interpretaciones.

4.- Promover la lectura crítica y creativa en la audiencia por medio del análisis contextual amplio de los textos y los autores que se presenten dando pie al diálogo abierto y respetuoso.

5.- Generar curiosidad en la audiencia sobre el autor y su obra con la intención de motivarlos a continuar haciendo lecturas sobre los autores presentados. Utilizando el contexto personal e histórico estableciendo una relación entre dicho contexto y la construcción de la obra presentada.

2.4 Hipótesis de intervención

El uso de las redes sociales nos permite tener acceso a un amplio número de audiencia para llevar a cabo la promoción de la lectura es por ello que consideramos que al utilizar las redes sociales y crear un grupo de Facebook enfocado a la promoción lectora para acercar los textos literarios a la comunidad a través de Facebook Live y charlas literarias, aplicando la estrategia de lectura en voz alta y generando curiosidad utilizando el vínculo entre el contexto personal e histórico del autor y la creación de la obra literaria se podrá motivar a la audiencia a acercarse a la lectura por placer.

CAPÍTULO 3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Aspectos generales y ámbito de la intervención

El presente proyecto de intervención tendrá como sede la ciudad de Córdoba, Veracruz. Sin embargo, se llevará a cabo la convocatoria y todas las actividades referentes a la promoción de la lectura a través de las redes sociales específicamente Facebook. Se utilizará el enfoque e investigación - acción entendido como un proceso que partiendo de una reflexión centra su interés en un aspecto específico de la interacción la analiza para obtener información y de acuerdo con los resultados modifica aquello que considera necesario a fin de mejorar su práctica y puede ser aplicada a estudios sobre realidades humanas. Tiene bases en el enfoque de la concepción de necesidad que predomina tanto en el sentido de insuficiencia como en su potencial de transformación. Determinados objetivos consisten en que a la comunidad se le proporcionen ciertas habilidades para que sean capaces de tomar sus propias decisiones con la intención de encontrar la mejor solución a sus necesidades, para que logren que cada uno de los individuos que conforman la comunidad se comprometan para dar cumplimiento a una acción transformadora.

Todo ello con el objetivo de promover la lectura por placer y mejorar los hábitos de lectura de los miembros del grupo. Se planea tener las sesiones de lectura en voz alta los días miércoles y domingo de 9:00 pm. a 9:45 pm. Durante los meses de julio, agosto y septiembre del 2020. También se llevarán a cabo actividades especiales diversos días de la semana. Se busca un público heterogéneo que también aporte sus experiencias como lectores y ayuden a la animación de la lectura a aquellos que aún no cuentan con un hábito lector consolidado. Que colaboren con recomendaciones y opiniones sobre las lecturas realizadas en la intervención.

La invitación será en primera instancia directamente a todos los contactos con los que ya se cuentan en el perfil de Facebook personal. Posteriormente se solicitará del apoyo de los miembros iniciales para que a su vez socialicen la invitación al grupo. Finalmente, se realizará una convocatoria abierta al público tanto en el perfil personal, como en diversos grupos de Facebook y perfiles personales de contactos.

3.2 Estrategia de intervención

Para el presente proyecto de intervención se realizará la apertura de un grupo de Facebook denominado Lectura en voz alta/ Cuentos fantásticos. Se realizará la convocatoria a través de redes sociales con la intención de atraer al mayor número de miembros posible para lograr una interacción orgánica de intervenciones y comentarios en todas y cada una de las actividades y dinámicas que serán propuestas a los miembros el grupo. El objetivo es conformar un grupo dirigido a adultos con un grado académico de por lo menos licenciatura sin embargo no habrá restricciones al momento de aceptar las solicitudes de admisión al grupo en primera instancia. El interés es consolidar un grupo activo y participativo que se preste al dialogo respetuoso y aporte opiniones significativas. También se busca incitar a la lectura por placer de textos literarios en contraste con la lectura utilitaria y académica.

Se llevarán a cabo mínimo 16 sesiones máximo 18 de aproximadamente 45 minutos La actividad principal del grupo serán las sesiones de lectura en voz alta de cuentos, poesía, fragmentos de novelas y mitología. Se realizará una breve introducción para posteriormente realizar la lectura en voz alta a través de transmisiones en vivo o Facebook Live. Se invitará a la audiencia a compartir sus impresiones, opiniones e interpretaciones de cada una de las obras leídas. Se realizará un breve análisis sobre la biografía de cada uno de los autores y finalmente se

dejarán disponibles todas las sesiones de lectura para que posteriormente los miembros puedan continuar comentando en la publicación.

Se realizarán charlas literarias sobre una obra particular que se dará a conocer en el grupo previamente y se les facilitará el texto por medio de archivos en PDF a través de las herramientas que nos da la plataforma y por medio de correo electrónico. Se propondrán actividades que propicien la actividad artística y de escritura en la comunidad como la creación de dibujos basados en textos literarios y sus autores.

Se llevarán a cabo dinámicas de lectura conjunta e individual, donde se hará la invitación a la audiencia para que participen vía transmisión en vivo, por medio de la herramienta de Salas que proporciona Facebook o en video donde realicen una reseña de sus lecturas y sus opiniones sobre la obra con la finalidad de que cada participante de su punto de vista, se fomente el diálogo y se desarrolle la habilidad de síntesis, análisis y visión crítica de la lectura. Se presentarán imágenes atractivas para la audiencia con la temática de cada lectura por ejemplo se leerán cuentos considerados dentro del género de horror los cuales serán acompañados de datos biográficos de los autores aunado a comentarios relevantes sobre su vida personal o las condiciones bajo las cuales se escribieron dichos textos. Se complementará con imágenes fotográficas o dibujos de los autores, así como de comentarios sobre los pasajes más relevantes del texto y se analizarán conceptos clave, palabras desconocidas o poco comunes con la intención de llamar la atención a la audiencia y generar en ellos la curiosidad.

Respecto a la cartografía lectora se utilizarán cuentos y poesía por ser de extensión corta siendo ideal para la lectura en voz alta con el formato de transmisión en vivo pues facilitará que la audiencia se mantenga conectada y atenta a la lectura para el posterior análisis y comentarios

sobre su contenido. A pesar de que se ponderará el cuento para las lecturas en voz alta, también se leerán fragmentos de novelas, ensayos y obras teatrales.

A lo largo de la intervención se propone abordar los siguientes textos: Allan Poe (2004), Allen (2001), Arreola (2002), Baudelaire (1984), Bergman (2001), Borges (1997), Borges (2013), Borges (1999), Cortázar (2003), Cortázar (2002), Dávila (2009), Jackson (1991), Maupassant (2004), Menassé (1999), Orwell (2004), Quiroga (2001), Rulfo (1984), Saramago (2009).

Cabe mencionar que se agregarán o sustituirán lecturas de acuerdo a los intereses de la audiencia sin perder el enfoque que ya se ha planteado. Lo anterior se tomará como un punto positivo en el proceso de la intervención pues denotará que existe interés en la audiencia sobre los temas que se abordarán y se tomarán en cuenta las opiniones y sugerencias que se aporten en las sesiones de lectura, con la intención de mostrar que todos los miembros son tomados en cuenta y que se ha formado una comunidad que comparte diversos puntos de vista.

3.3 Metodología de evaluación

La metodología de evaluación constará de diversos elementos tanto cuantitativos como cualitativos entre los cuales se aplicarán encuestas y se recabarán datos de los participantes, así como la solicitud de testimonios a través de videos que se colocarán en el grupo. Se llevará una bitácora donde se reportarán las actividades de cada sesión y se describirán las actividades realizadas, así como los comentarios pertinentes

Al inicio de la intervención se aplicará la encuesta de entrada que proporcionará datos sobre los participantes del grupo y nos dará un panorama general sobre sus hábitos lectores. En cada sesión como ya se mencionó se reportarán en detalle las actividades realizadas y sus resultados. Previo a finalizar la intervención se les solicitará a los miembros del grupo que

cuenten sus testimonios, impresiones y opiniones de las actividades realizadas durante el periodo de la intervención. Al término de la intervención se les aplicará una encuesta final para recabar información sobre si se dio un impacto en los hábitos de lectura de los participantes.

Se utilizarán los informes estadísticos de medición que proporciona Facebook para cuantificar la actividad real de cada una de las sesiones y dinámicas que se ofrecerán a los participantes del grupo. Se medirán el número de participantes, participantes con mayor actividad, vistas, compartidas, comentarios, reproducciones, y todos los datos que nos ofrece Facebook de manera automática. Se analizarán de manera cualitativa los comentarios de la audiencia durante y después de las sesiones. Se publicará una invitación a la comunidad para que colaboren y participen en las transmisiones en Live y realicen su lectura en voz alta.

CAPÍTULO 4. PROGRAMACIÓN

4.1 Descripción de actividades y productos

En este capítulo se expondrá el cronograma de actividades que se realizarán durante los meses de febrero 2020 a enero 2021. Se describirán las actividades a realizar, así como los productos que se esperan obtener y el tiempo en el que se llevaran a cabo.

Tabla 1. Actividades y productos

Actividad	Descripción de la actividad	Producto por obtener	Semanas
Elaboración del protocolo	Se realizará el diseño y redacción del protocolo. Se someterá a las revisiones correspondientes	Protocolo Protocolo aprobado	6
Elaboración de la cartografía lectora	Se realizará la selección de poemas, cuentos, novelas y biografías, para el proyecto de intervención de acuerdo a las metas establecidas para el proyecto.	Cartografía completa	8
Delimitación y gestión del grupo	Se creará un club de lectura virtual a través de un grupo de Facebook y se realizará la difusión correspondiente, quedando abierto al público durante el periodo de la intervención	Solicitudes de miembros aprobadas	12
Planeación de actividades del proyecto de intervención	Se realizará la planeación y evaluación de actividades que se consideren adecuadas y productivas para los miembros del grupo	Planeaciones y diseño de bitácora	8
Aplicación de encuestas iniciales	Se diseñará una encuesta digital dirigida los participantes para obtener información significativa sobre sus hábitos lectores.	Diagnóstico del grupo	1
Intervención	Se aplicarán las estrategias diseñadas para cada una de las sesiones y se llevará un registro de las actividades con el apoyo de bitácoras.	Intervención concluida	10

Cuestionario final y entrevistas	Se llevará a cabo la aplicación de encuestas virtuales y entrevistas virtuales, así como una invitación a los participantes de dejar un testimonio en video sobre su experiencia.	Encuestas y entrevistas realizadas	1
Captura de datos	Se realizará la captura de los datos estadísticos que proporcionan las mediciones de Facebook, así como la digitalización de los datos obtenidos a través de las encuestas y entrevistas realizadas a los miembros activos del grupo.	Datos digitalizados	2
Análisis de resultados	Se realizarán análisis de tipo cuantitativo a través de los datos estadísticos que proporcione la medición automática de Facebook, así como de los datos recopilados de los instrumentos de medición que se apliquen.	Análisis y reporte de resultados	2
Redacción de documento recepcional	Se llevará a cabo la redacción del reporte de resultados y del documento recepcional de acuerdo a los lineamientos que establece el programa de la experiencia educativa Proyecto integrador II	Reporte completado	12
Gestión y presentación de examen	Se realizarán las actividades de gestión preparación y ensayos de la presentación final y defensa del reporte de intervención (el examen recepcional)	Examen aprobado	4

	ar	b	ay	un	ul	go	ep	ct	ov	ic	ne
)EP											
)CL											
)DG G											
)PA PI											
)AEI											
)INT											
)CF											
)CD											
)AR											
0)A DR											
1)EX A											

Figura 1. Cronograma de actividades de la Especialización en Promoción de la Lectura

1. Elaboración de protocolo
2. Elaboración de la cartografía lectora
3. Delimitación y gestión de grupo
4. Planeación de actividades del Proyecto de Intervención
5. Aplicación de instrumento inicial
6. Intervención

7. Cuestionario final/ entrevistas
8. Capturar datos
9. Análisis de resultados
10. Redacción de documento recepcional
11. Gestión y presentación de examen.

REFERENCIAS

- Aguilar Uscanga, E. A. (2016). *Te cuento un libro: promoción de la lectura mediante recursos multimedia a través de Facebook*. [Reporte de Especialización en Promoción de la Lectura, Universidad Veracruzana]. Archivo digital de la Universidad Veracruzana.
www.uv.mx/epl/files/2017/01/Protocolo_Ariadna_Aguilar.pdf
- Alcón Jiménez, P. (2013). El club de lectura de la biblioteca universitaria de Albacete: La experiencia de un club de lectura universitario. *RUIDERAE: Revista de Unidades de Información* 3, 1-15. <https://revista.uclm.es/index.php/ruiderae/article/view/296>
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Siglo veintiuno
- Cassany, D., y M. Castellá, J. (dm2010) Aproximación a la literacidad crítica. *PERSPECTIVA*, Florianópolis, 28(2), 353-374
<http://www.perspectiva.ufsc.br>
- Castro Rondón, V., y García Romero, S. (2016). Uso de Facebook en la promoción de la lectura del texto literario en la universidad. *Encuentro educacional*, 23(1,2,3) 81-100.
<https://produccioncientificaluz.org/index.php/encuentro/article/view/31553>
- Ecco, U. (1992). *Los límites de la interpretación*. Editorial Lumen
- Freire, P. (1984). *La importancia de leer y el proceso de liberación*. Siglo 21
- Fuenmayor, D. (2015). *El ABC de la investigación acción*
<http://abc-investigacionaccion.blogspot.com/p/objetivos-de-la-i.htm>

García Figueroa, A. M. (2016). *Promoción de lectura mediante Facebook entre estudiantes de la Facultad de Contaduría de la Universidad Veracruzana campus Ixtaczoquitlán*. [Reporte de Especialización en Promoción de la Lectura, Universidad Veracruzana]. Archivo digital de la Universidad Veracruzana.

www.uv.mx/epl/files/2015/08/Reporte_AgeluzMelissaGarciaFiguro_080316.pdf

Garrido, F. (2014). *Para leer mejor. Mecanismos de la lectura y de la formación de lectores capaces de escribir*. Paidós

Garrido Domínguez, A. (2004). El texto literario a la luz de la hermenéutica. *Signa Revista de la asociación española de Semiótica*, 13, p. 103-124

<file:///D:/Dialnet-ElTextoLiterarioALaLuzDeLaHermeneutica-1455679.pdf>

Gamboa Venegas, M. (2015, 14 de octubre). *Círculo de lectura Xook, innovando en la promoción de la lectura* [Presentación de la Conferencia]. 2 Encuentro Nacional de Gestión Cultural. Diversidad, tradición e innovación en la gestión cultural, Tlaquepaque, Jalisco.

<http://www.udgvirtual.udg.mx/remed/index.php/memorias/article/viewFile/85/106>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2019, febrero). *Modulo sobre lectura (MOLEC)*.

<https://www.inegi.org.mx/programas/molec/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020, febrero). *Modulo sobre lectura (MOLEC)*.

https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/molec/doc/resultados_molec_feb20.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2019, 15 mayo). *Estadísticas a propósito del día mundial del internet*

https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2019/internet2019_Nal.pdf

Lluch, G. (2014). Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red. *Ocnos*, 11, 7-20.

<http://www.revista.uclm.es/index.php/ocnos/article/view/441>

Montes Silva, Melanie E., y López Bonilla, G. (2017). Literacidad y alfabetización disciplinar: enfoques teóricos y propuestas pedagógicas. *Perfiles educativos*, 39(155), 162-178.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982017000100162&lng=es&tlng=es.

Montes Silva, Melanie Elizabeth, y López Bonilla, Guadalupe. (2017). Literacidad y alfabetización disciplinar: enfoques teóricos y propuestas pedagógicas. *Perfiles educativos*, 39(155), 162-178. Recuperado en 22 de julio de 2020, de

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982017000100162&lng=es&tlng=es.

Newberry, C., y Adame, A. (2019, 2 agosto). Estadísticas de YouTube – 22 métricas esenciales para este 2019. *Hootsuite Social Media Management*

<https://blog.hootsuite.com/es/estadisticas-de-youtube/>

Real Academia Española. (2020). *Diccionario del español jurídico*.

<https://dej.rae.es/lema/red-social>

Pérez Porto, J. y Merino, M. (2008) Definición.de

<https://definicion.de/dialogo/>

Rovira Collado, J. (2011). Literatura infantil y juvenil en internet: de la Cervantes Virtual a la LIJ 2.0. Herramientas para su estudio y difusión, *Ocnos*, 7, 137-151.

Tejada, H. y Vargas, A. (2007). Hacia una integración de la literacidad crítica, la literacidad funcional y la literacidad cultural. *Lenguaje*, 35(2), 197-21

BIBLIOGRAFÍA

Índigo Staff. (2017, 18 septiembre). ¿Cuánto, cómo y qué leen los mexicanos?

Reporte Índigo. <https://www.reporteindigo.com/piensa/cuanto-como-leen-mexicanos-inegi-dia-internacional-libro/>

Echeverría, E. (2004). Filosofía para niños. Aula nueva

APÉNDICES

Apéndice A. Referencias de lecturas

- Allan Poe, E. (2004). *Narraciones Extraordinarias*. Ediciones Leyenda
- Allen W. (2001) *Perfiles*. Tusquets Editores
- Arreola, J. J. (2002). *Confabulario*. Fondo de Cultura Económica
- Baudelaire, C. (1984). *Las flores del mal*. Porrúa
- Bergman, S. (2001). *Feliz nuevo siglo Dr. Freud*. Ediciones El milagro
- Borges, J. L. (1997). *El Aleph*. Alianza
- Borges, J. L. (2013). *Libro de sueños*. DEBOLS!LLO
- Borges, J. L. (1999). *El libro de Arena*. Madrid España: Alianza Editorial
- Cortázar, J. (2003). *Cuentos completos*. Alfaguara
- Cortázar, J. (2002). *Rayuela*. Punto de lectura
- Dávila, A. (2009). *Cuentos reunidos*. Titivilus
- Jackson, S. (1991). *La lotería*. Edhasa
- Maupassant, G. (2004). *Bola de Sebo y otros cuentos*. Editorial Tomo
- Menassé, A. (1999). *La ley y la fisura, ensayos sobre literatura y ética*. Universidad Veracruzana
- Orwell, G. (2004). *1984*. Ediciones Leyenda
- Quiroga, H. (2001). *Cuentos de Amor Locura y Muerte*. Editores Mexicanos Unidos
- Rulfo, J. (1984). *El llano en Llamas*. Fondo de Cultura Económica
- Saramago, J. (2009). *Ensayo sobre la ceguera*. México: Alfaguara

Apéndice B. Encuesta de inicio

Edad:

Sexo:

Escolaridad:

Lugar de residencia:

Redes sociales:

Correo electrónico:

Responde a las siguientes preguntas

- 1.- ¿Cuánto tiempo dedicas a la lectura a la semana?
- 2.- ¿Consideras que las redes sociales son también un espacio para la lectura?
- 3.- ¿Alguna vez participaste en clubes de lectura presenciales o virtuales?
- 4.- ¿Cuánto tiempo dedicas a las de redes sociales?
- 5.- ¿Sueles ver videos en redes sociales?
- 6.- ¿Te interesaría saber sobre cómo y porqué se escribieron los libros de autores famosos?
- 7.- ¿Participarías en un diálogo para compartir tus ideas sobre alguna obra literaria?

Apéndice C. Bitácora

Bitácora Núm..
Fecha
Actividad
Autor
Texto
Comentarios

Apéndice D. Encuesta Final

Edad:

Escolaridad:

Lugar de residencia:

Redes sociales:

Correo electrónico:

Responde a las siguientes preguntas

- 1.- Actualmente ¿dedicas tiempo a la lectura por placer?
- 2.- ¿Consideras que las redes sociales son también un espacio para la lectura?
- 3.- ¿Continuaras participando en el club de lectura virtual o asistirías a uno de manera presencial?
- 4.- ¿Te conectaste a las transmisiones en vivo?

Siempre

Frecuentemente

Poco frecuente

Nunca

- 5.- ¿Participaste en las sesiones de dialogo en vivo?

Siempre

Frecuentemente

Poco frecuente

Nunca

6.- ¿Dejaste tus opiniones, dudas, comentarios, ideas o críticas en las sesiones de lectura en voz alta?

Siempre

Frecuentemente

Poco frecuente

Nunca

7.- ¿Compartiste las publicaciones o videos en tus redes sociales?

Siempre

Frecuentemente

Poco frecuente

Nunca

8.- ¿Participaste en las diferentes dinámicas que se presentaron en el grupo?

Siempre

Frecuentemente

Poco frecuente

Nunca