



Universidad Veracruzana

Centro de Estudios de la Cultura
y la Comunicación

Universidad Veracruzana

Centro de Estudios de la Cultura y la Comunicación

Especialización en Promoción de la Lectura

Sede: Xalapa

*Sociedad secreta "Leonora Cuervo": El uso de
Instagram como herramienta de mediación lectora*

Estudiante: Melissa Valeria Cisneros Gámez

Tutora: Mtra. Edna Laura Zamora Barragán

Xalapa, Veracruz, diciembre de 2022.

Contenido

LISTA DE TABLAS Y FIGURAS iv

Tablas iv

Figuras v

INTRODUCCIÓN 6

CAPÍTULO 1. MARCO REFERENCIAL 11

1.1 Marco conceptual 11

1.1.1 Leer y lectura 11

1.1.1.1 Lectura por placer. 12

1.1.1.2 Promoción de lectura. 13

1.1.1.3 Libro club virtual. 14

1.1.2 Lectura digital 14

1.1.2.1 Lectura transmedia. 15

1.1.2.2 Alfabetización digital. 16

1.1.3 Promoción de lectura en redes sociales y Bookstagram 17

1.1.4 Literatura de terror 18

1.1.5 Democratización del conocimiento y libre descarga 19

1.2 Marco teórico 20

1.2.1 Transaccionalidad lectora 20

1.2.2 Capital cultural 21

1.2.3 Teoría del hipertexto 22

1.3 Revisión de casos similares 23

1.3.1 Promoción lectora en redes sociales 23

1.3.2 Género de terror como herramienta didáctica 24

1.3.3 Alfabetización y lectura digital 25

1.4 Breve caracterización del proyecto 26

CAPÍTULO 2. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO 28

2.1 Delimitación del problema 28

2.1.1 El problema general 28

2.1.2 El problema específico 29

2.1.3 El problema concreto 30

2.2 Justificación 31

2.1 Objetivos 32

2.3.1 *Objetivo general* 32

2.3.2 *Objetivos particulares* 32

2.4 Hipótesis de intervención 33

CAPÍTULO 3. DISEÑO METODOLÓGICO 34

3.1 Modelo metodológico 34

3.2 Aspectos generales y ámbito de la intervención 34

3.3 Estrategia de intervención 35

3.4 Metodología de evaluación 36

CAPÍTULO 4. PROGRAMACIÓN 38

4.1 Descripción de actividades y productos 38

BIBLIOGRAFÍA 47

APÉNDICES 51

Apéndice A. Cuestionario diagnóstico 51

Apéndice B. Cartografía lectora 56

Apéndice C. Materiales para Instagram 59

Apéndice D. Escala de participaciones por sesión 63

Apéndice E. Bitácora de sesiones 65

GLOSARIO 66

LISTA DE TABLAS Y FIGURAS**Tablas**

Tabla 1. *Actividades y productos* 38

Figuras

Figura 1. *Cronograma de actividades de la Especialización en Promoción de la Lectura* 40

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, los libros y la lectura han experimentado cambios tan importantes para la humanidad que han modificado las prácticas sociales y culturales de cada época. Es justo decir que la aparición de la imprenta a finales del siglo XV representó la entrada del mundo a la modernidad (Chartier, 2007). A partir de ese momento, la relación entre las personas con la literatura se volvió intrínseca y mucho de este logro se debió al libro impreso como objeto venerado. Esa cualidad romantizada por siglos tiene motivos. El libro ha logrado sobreponerse al paso del tiempo; entre guerras, religiones, ideologías y catástrofes, la palabra impresa se mantiene (Vallejo, 2020).

Han tenido que pasar más de 500 años para que la humanidad pudiera conocer una nueva tinta. En 1971 el mundo asistía, sin saberlo, a una revolución digital equiparable a la de la imprenta. Un estudiante de la Universidad de Illinois, Michael Hart, tenía como propósito mandar por correo electrónico una copia de la Declaración de Independencia de los Estados Unidos de América. Para ello, la transcribió desde un teletipo e imprimió en la estación receptora. No tuvo éxito, por lo que decidió codificar su transcripción para que el archivo pudiera ser descargado de forma individual, Hart no lo supo en ese momento, pero sin proponérselo había creado el primer libro digital (Lebert, 2009).

Y es que, aunque se usan los mismos verbos para leer y escribir, la práctica ha cambiado desde entonces. La lectura en el mundo digital ofrece inmediatez y un mayor acceso a información de todo tipo, sin embargo, las destrezas aplicadas son mucho más complejas. Por ejemplo, la lectura digital tiene la característica la hipertextualidad. Pues es el lector quien traza el camino no lineal que seguirá a través de las pestañas de una página web o una red social (Cassany, 2012) que está leyendo en vivo. Los formatos y soportes para leer también se han

diversificado. En la actualidad se consumen lecturas digitales desde *smarthphones*, *tablets*, computadoras, *e-readers*, o casi cualquier objeto que cuente con una pantalla. Sin darse cuenta, las personas pasan la mayor parte de su día leyendo y escribiendo desde sus celulares. Es más fácil de lo que parece, basta con escribir mensajes en algún chat de mensajería o intercambiar alguna imagen divertida en la red. Es así como las personas practican sus habilidades lectoescriturales sin estar conscientes de ello.

Por otro lado, las redes sociales han supuesto un cambio radical en el mundo de la lectura. Algunos podrían atreverse a considerarlas una nueva revolución tan importante como la imprenta o la invención fortuita del libro electrónico. La realidad es que aún es demasiado pronto para medir su impacto en el mundo lector. De cualquier forma, plataformas como Instagram, Twitter, Facebook, Reddit, YouTube y ahora TikTok han logrado ser puntos de reunión para lectores en todo el mundo.

En medio de este mar de posibilidades, nuevas interrogantes nacen. La lectura digital y las redes sociales han diversificado el quehacer lector para las personas, pero también han complicado su camino. Cassany (2012) mencionaba en su libro *En línea. Leer y escribir en la red* que en la actualidad las personas parlotean como mariposas en la red cuando tratan de leer debido al exceso de recursos. Y es por motivos como este que las estadísticas más importantes de lectura en países como México, siguen sin reportar cambios importantes en sus variables. La atención deberá enfocarse en incidir en la alfabetización digital para poder formar lectores críticos y desarrollar habilidades aptas para la época.

Los lectores no pueden seguir siendo solo usuarios de una red que no comprenden. Porque, aunque muchas veces el acceso a los textos es más simple, la adquisición de conocimiento es mucho más difícil. De alguna forma la tecnología ha deshumanizado las lecturas

al colmarlas de distractores que fingen ser complementos. Para quienes acostumbran leer en la red, la línea entre la distracción y la integración de hipertextos o material transmedia es más fina que nunca. Poner atención a fenómenos como este y analizar las prácticas de lectura actual dentro del mundo digital es primordial.

Este proyecto nace de preocupaciones que no son nuevas pero que sí han sido ignoradas por mucho tiempo. Es común que cuando se hable de la red se deduzca su funcionamiento. Se cree, por ejemplo, que algunas generaciones nacieron y crecieron con la tecnología y por ello son capaces de dominarla. No obstante, en el mundo de la lectura, los recursos han sido constantemente infrautilizados y el motivo radica en la falta formación de quienes tratan de apropiárselos. A los lectores no solo se les puede proveer de textos digitales gratuitos o soportes para leer. Deben existir proyectos integrales que ataquen todos los frentes: la alfabetización digital, la mediación lectora, la divulgación de contenidos literarios y por supuesto, el placer lector.

Se necesita trabajar de manera conjunta para hacer de la lectura en el mundo digital una tarea colaborativa entre instituciones gubernamentales y académicas. Incluso la estrategia nacional de lectura del gobierno de Andrés Manuel López Obrador “Leer Transforma” (2019) ha considerado un apartado para la promoción de lectura desde redes sociales. El problema radica en que la mayoría de estos programas se concentran en las propuestas y no en poner en marcha las soluciones.

En este contexto, Sociedad secreta "Leonora Cuervo": El uso de Instagram como herramienta de mediación lectora, surge como un proyecto capaz de construir, compartir y difundir recursos para la lectura en el mundo digital. Su funcionamiento busca fomentar la lectura por placer en un grupo de jóvenes adultos de 20 a 35 años a través de la red social

Instagram mediante un libro club virtual de terror. Además, con la divulgación de contenido y las dinámicas de participación se buscará incrementar su conocimiento literario y sus niveles de alfabetización digital. Así como informar y promover la democratización del conocimiento y la libre descarga de contenidos digitales, primordialmente *e-books*.

Este protocolo está conformado por cuatro capítulos. En primer lugar, se muestra el marco referencial, donde se presentan los conceptos usados para este trabajo. Se examinan nociones como leer y lectura, y se da paso a las definiciones de lectura por placer, promoción de lectura y libro club virtual. Este último será el artífice de todo el proyecto. Posteriormente, se abunda en la lectura digital y las variantes que la acompañan para esta investigación, como la lectura transmedia y la democratización del conocimiento en la red. A su vez, se expone un concepto general de qué es literatura de terror debido a que esa será la temática del proyecto.

En cuanto al marco teórico, este se integra por la teoría transaccional de Rosenblatt (1978), el capital cultural de Bourdieu (1984, 2011) y la teoría del hipertexto (Cassany, 2012; Landow, 1995). También se presenta un apartado que da cuenta de la revisión de casos similares para este proyecto divididos en las tres temáticas: promoción de lectura en redes sociales; literatura de terror como herramienta didáctica en prácticas lectoescriturales y alfabetización y lectura digital. Al final se esboza una breve caracterización del presente proyecto.

En el segundo capítulo se explica el planteamiento del problema general, específico y concreto al que se busca apelar con el libro club virtual. Para ello se dan las justificaciones sociales, metodológicas, institucionales y personales, que motivaron todo el trabajo. Por su parte el objetivo general y los objetivos particulares, explicarán de manera detallada las metas que se buscan alcanzar y las formas de hacerlo. Así como la hipótesis de intervención funcionará como una guía para la estrategia presentada en el siguiente capítulo.

En el capítulo tres se delimita el diseño de la intervención con la presentación del modelo metodológico participación acción y su enfoque, que en este caso será mixto. Se señalan aspectos generales, la estrategia y la metodología de evaluación. Por último, en el capítulo cuatro se muestra la programación de todo el proyecto; que consiste en una tabla y un cronograma detallado de actividades y productos a entregar durante toda la especialización. Además, este documento proporciona a los lectores las fuentes referenciales y bibliográficas del proyecto, así como los apéndices que dan muestra visual de lo realizado durante algunas intervenciones.

En resumen, este documento trata de servir como un mapa para orientar a la promotora de lectura que suscribe el trabajo y al resto de personas que estén interesadas en temas de lectura digital. Proyectos como este tratan esbozar soluciones hacia problemáticas concretas en el mundo actual, además de documentar los cambios que ha tenido la lectura en los últimos años.

Ir contra la lectura digital y lo que ha devenido de ella es luchar contra el futuro que tiene de su parte al tiempo. Las herramientas y los recursos que están expuestos en este proyecto son solo una pequeña parte del infinito de posibilidades para promocionar y mediar la lectura dentro de la red. Con suerte, en unos años trabajos como esté hayan ayudado a pavimentar el largo camino de la lectura dentro de una nueva era.

CAPÍTULO 1. MARCO REFERENCIAL

1.1 Marco conceptual

En los siguientes apartados se desarrollarán tres conceptos teóricos que se consideran relevantes para el proyecto de intervención, así como sus respectivos subtemas. En primer lugar, se aborda el concepto de leer desde una perspectiva sociológica y cultural. Dentro de esa óptica se retoman términos como lectura por placer y lector. Asimismo, se dan características generales sobre la promoción de lectura enfocadas en el papel del mediador o promotor de la misma. Por otro lado, se retoma el concepto de lectura desde una perspectiva digital para abrir paso a términos como lectura transmedia y alfabetización digital. En este apartado se conjuntan todas las nociones antes mencionadas para abundar sobre la promoción de lectura en redes sociales. También se incluyen nociones sobre la democratización del conocimiento y la libre descarga de contenidos en la red, enfocados en textos. Se finalizará con una contextualización sobre literatura de terror, debido a la temática del libro club virtual para este proyecto.

1.1.1 Leer y lectura

En su sentido más estricto, leer es un acto de descodificación de grafías. No obstante, a lo largo de la historia diversos autores han abundado sobre el concepto desde una perspectiva social. Barthes (1973) mencionaba que leer es hacer trabajar el cuerpo siguiendo la llamada de los signos del texto y de todos esos lenguajes que lo atraviesan. Por otra parte, Michel de Certeau (1996) señala que leer es una práctica cultural donde coexisten todos los rasgos propios de una producción silenciosa. Esto también visto como un ejercicio de significaciones del texto, expectación e invención de la memoria.

Domingo Argüelles (2015) explica que la lectura es el reconocimiento de las diversas facetas del ser humano. Esto porque al ser una actividad liberadora también es destructiva. Por lo

tanto, el autor devela que leer no es un acto útil o lleno de bondades. Cercano a esto, Certeau (1996) ya hablaba de la lectura como un posible instrumento de control o en un arma cultural, al ser una herramienta de la estratificación social. Por último, Chartier (1994) propone clasificar el acto de leer en tres dimensiones; los textos, los soportes y las prácticas que transfiguran cada elemento constitutivo: tecnológico, formal y cultural. Entender esta división será importante para el presente trabajo debido a que la lectura digital, abordada más adelante, se compone por algunos elementos mencionados por Chartier.

1.1.1.1 Lectura por placer. Acerca del placer lector, Barthes (1973) ya esbozaba una distinción entre lo que llamó el placer del texto y el goce del texto. El primero abarca al texto escrito con y desde el placer, pues las palabras son capaces de *cantarle* a quien las lee. Mientras que el segundo se vuelve inefable porque la sensación de goce que invade al lector no tiene forma de ser descrita. Por ello, retrata al goce o placer como una atmósfera de lo indecible que flota dentro de las líneas del texto. Similar a esto, Garrido (2014) parte de la idea de que la lectura es una actividad placentera en sí misma que contribuye al enriquecimiento espiritual y cultural. Además, de ser una herramienta para consolidar la identidad y superación personal.

Es así como se entiende que la lectura por placer debe nacer de una decisión personal sin sentir la obligación que muchas veces las instituciones educativas imponen. Por ello, dado que este tipo de lectura es contraria a la educación formativa inculcada desde las escuelas; Domingo Argüelles (2017) marca una clara diferencia entre generar conocimiento y tener pasión por la lectura. El autor piensa que el lazo entre el lector y un texto debe darse a partir de la curiosidad. Es decir, los nuevos lectores dependen de sí mismos para buscar un primer acercamiento que con el tiempo pueda mejorar su ejercicio lector. No obstante, como se mencionó anteriormente, se debe recalcar que el placer lector también depende de un acto colectivo entre instituciones

educativas y gubernamentales. De hecho, son frecuentemente en las escuelas donde se ejerce un papel importante para promover o arrebatar los primeros pasos de los lectores.

1.1.1.2 Promoción de lectura. Habiendo entendido a la lectura por placer como un acto que depende en sus primeros pasos de la curiosidad de los lectores; ayudar o promover la actividad parece, en primer plano, una tarea compleja. En este punto será necesario recalcar que para los efectos de este trabajo se tomará el concepto de mediador de lectura. Retomando las nociones de Petit (2011) sobre lo que significa ser un mediador de lectura, este podría ser representado en distintas figuras como un profesor o un bibliotecario. Lo importante es respetar su función con los futuros lectores, pues un mediador no enseña, acompaña. Y ayuda a traspasar lo que la autora reconoce como umbrales a los que los lectores se enfrentan con algunos textos. Por ello, la figura de mediador se concibe como aquel ser capaz de ver en el acto de leer una forma de ofertar a otras personas un mundo posibilidades, como lo expresa Domingo Argüelles (2017).

Por su parte, la promoción de la lectura es el conjunto de acciones dirigidas a acercar a un individuo o grupo a la lectura (Yepes Osorio, 2005) elevándola a un nivel superior de uso. Esta descripción puede ir ampliamente ligada con la comprensión lectora, pero no debe confundirse. Esto porque, aunque se entiende a la última como un proceso intencional y sistemático de construcción de significados; las estrategias deben ser mucho más amables porque se busca el placer de los lectores, no la utilidad de los textos. Las estrategias usadas por un mediador son de suma importancia.

Sobre las estrategias de promoción de lectura usadas para esta intervención destacan la lectura en voz alta, definida como una actividad social donde se usa la entonación, pronunciación, dicción, ritmo y volumen del aparato vocal con el fin de impregnar de vida y

significado a un texto (Cova, 2004). Esta práctica tiene sus orígenes desde la tradición oral y más tarde con las primeras prácticas lectoras con la invención de la imprenta. También se usará la tertulia dialógica que consiste en construir significados y conocimientos de manera colectiva, a través del diálogo.

1.1.1.3 Libro club virtual. El libro club virtual obedece la misma definición que cualquier otro espacio presencial; Un grupo de personas se reúnen para leer de manera conjunta un libro u otros textos acordados entre sus miembros o un mediador (Moreno Mulas et al., 2017). Ferrándiz Soriano (2013) sostiene que los libro clubes de lectura virtuales pueden dividirse entre asíncronos, como podrían ser blogs o redes sociales donde se comentan las obras leídas. Y clubes basados en la participación audiovisual sincrónica a través de aplicaciones de videoconferencias como Zoom. El autor señala que los libro clubes virtuales son una alternativa para quienes carecen de tiempo o espacios para realizarlos presenciales. Con frecuencia sucede que algunos participantes no pueden salir de su hogar o tienen tiempo limitado. En ese caso, los libro club virtuales se vuelven la opción idónea. La red se ha convertido en un medio que permite reunir, compartir y dialogar virtualmente con personas con los mismos intereses temáticos o literarios.

1.1.2 Lectura digital

Cordón (2010) señala que la lectura digital constituye una de las evoluciones más recientes de las prácticas letradas. Asimismo, fue ayudada por la evolución de las tecnologías y la aparición de dispositivos electrónicos que han conseguido trasladar la experiencia impresa al entorno virtual. En particular, la historia del libro electrónico todavía es corta en comparación con la del impreso. De los años setenta a los ochenta, la lectura a través de los primeros ordenadores era considerada incómoda. El mundo conocería los primeros dispositivos para leer *e-books* hasta mediados de los noventa con *e-readers* pequeños y transportables (Garrido, 2014).

A la par hacen su aparición características inseparables de la lectura digital como la intertextualidad, que permite la conexión entre lecturas; la multimodalidad, cuya función integra recursos como fotografías, videos o gráficos; el carácter inacabado, que vuelve a los escritos una red extensa entre personas donde las letras se vuelven infinitas; y la hipertextualidad, que permite a las personas elegir qué leer, cómo leer y a quién leer, mientras navegan dentro de la red (Cassany, 2012). Por otra parte, la lectura a partir del siglo XX se diversificó en muchas modalidades como: lineal, no lineal, multilineal, inmersiva, móvil, colectiva, colaborativa, conectiva, secuencial, no secuencial, selectiva, digital, entre otras (Albarello, 2019). De acuerdo con el contexto actual el formato que adquiere más importancia y que es capaz de englobar varias modalidades en un solo dispositivo es la lectura transmedia.

1.1.2.1 Lectura transmedia. Scolari et al. (2018) entiende las narrativas transmedia como tipos de relatos que son presentados a través de diversas plataformas y medios de comunicación. En este tipo de lecturas, los individuos tienen un papel fundamental pues son ellos quienes hacen posible la expansión de medios. De esta forma, la lectura transmedia se define como inclusiva, multimodal, diversa, ya que contiene todo tipo de textos –escritos, visuales, sonoros, lúdicos– y de soportes que, a su vez, se mezcla con las prácticas de producción del lector (Albarello, 2019). A este concepto deberá sumársele el de alfabetización transmedia, que basa su premisa en el aprendizaje informal que se adquiere en el mundo virtual. Por ejemplo, las habilidades relacionadas con la producción, distribución y consumo de contenidos digitales, que adquieren las personas a través de redes sociales (Scolari et al., 2018). Sobre la producción, se hace referencia a la habilidad de concebir, planear, editar y/o recrear contenidos para las plataformas. La distribución por su parte se entiende como la capacidad de las personas para

hacer que sus contenidos sean consumidos por terceros. Aunque esta última característica siempre va repleta de reglas de lenguaje y contenido dentro del mundo digital.

De esta manera la lectura transmedia no solo engloba las nuevas formas de consumir textos en diferentes soportes, sino también el aprendizaje que se requiere para hacerlo. Con el concepto transmedia, Albarello (2019) busca dar testimonio de la multiplicidad de instancias donde se ejerce la lectura en el mundo digital. Entendiendo que en la actualidad se vive una reformulación de los pactos de lectura que permanecieron por siglos gracias a las letras impresas. De esta forma, las pantallas han llegado a reformular los usos y costumbres de los lectores pluralizando las formas en que se disfruta o se producen los textos.

1.1.2.2 Alfabetización digital. Aunque existen diferentes tipos de alfabetización, Cassany (2012) toma dos términos para referirse a la lectura y escritura en la red. El primero es la alfabetización digital, enfocada en extender el significado semántico de la palabra y abarcar las prácticas digitales de los individuos. El segundo, alfabetización en información o informacional, entiende la necesidad de que en la actualidad no sea suficiente consumir un texto para poderlo comprender. Más bien, la realidad obliga a los lectores a buscar, localizar y evaluar el contenido que consumen. Esta noción se concentra en la capacidad de aprendizaje en entornos cambiantes, como la red.

Ambos términos propuestos por Cassany (2012) pueden tomarse como complementarios, porque entrelazan necesidades que los lectores tienen en el mundo digital. No obstante, existen algunos debates sobre si la proliferación de términos sobre alfabetización de alguna forma los banaliza. En todo caso, para este trabajo se usará la definición proporcionada por Cassany al inicio de este apartado, por considerarla mucho más apegada al proyecto.

1.1.3 Promoción de lectura en redes sociales y Bookstagram

En la actualidad, las redes sociales se han convertido en una de las herramientas principales para la vida cotidiana. En el caso de la lectura, plataformas como Facebook, Twitter, Wattpad e Instagram, por mencionar algunas, han albergado grandes comunidades lectoras virtuales. De hecho, actualmente la lectura digital debe incluir estas plataformas digitales para entender el desarrollo de nuevas prácticas lectoras. Sobre ello, Giuria Farias abunda:

Los estudios e investigaciones que respectan al impacto de las redes sociales en el mundo lector son relativamente recientes, y son abordados principalmente desde la perspectiva de la promoción de la lectura y la promoción de la venta de libros; aspectos que se ven correlacionados, pero tienen una gran distinción en las investigaciones. (2021, p. 72)

A pesar de que la creación de estas plataformas tenga poco más de 15 años, su expansión ha sacudido el mundo como lo conocemos. Ejemplo de ello es Instagram que basa su funcionamiento en la publicación de imágenes y videos. Los lectores han creado su propia comunidad dentro de esta red social, llamada *Bookstagram*. Parecida a lo sucedido con otros grupos como *Booktube* en YouTube, o *Booktwitter* en Twitter, se parte de la necesidad de que las lecturas sean compartidas y socializadas (Maestre Santamaría, 2019). *Bookstagram* dio lugar a que miles de lectores compartan contenido transmedia sobre libros. Ya sean reseñas, recomendaciones o consejos de lectura, estos creadores de contenido han logrado promover el hábito de la lectura hacia la juventud actual (Giuria Farias, 2021). La promoción de lectura a través de redes sociales también ha tenido sus puntos negativos. El consumismo de muchos usuarios ha trivializado el acto de leer, reduciéndolo a coleccionar libros o a mantener

competencias de lectura rápida. Sin embargo, la promoción por medio de estos espacios continúa siendo un territorio fértil a futuro para prácticas de lectoescritura en todas las edades.

1.1.4 Literatura de terror

Este trabajo hace uso de la literatura de terror para la cartografía y temática del club de lectura virtual del proyecto de intervención realizado. Por ello, se intentará definir este tipo de narrativa literaria, contextualizando con algunas de sus características y exponentes. Para empezar, las raíces de la literatura de terror son tan antiguas como la humanidad misma. Debido a que los relatos sobre entes como fantasmas, demonios o monstruos se han transmitido a través de la tradición oral por siglos. Se tiene registrado que los orígenes del género de terror en la literatura, como lo conocemos hoy en día, comenzaron en el último tercio del siglo XVIII (Cobo García, 2021).

Rafael Llopis (1974) divide la historia de la literatura de terror en los siguientes cuatro períodos: (a) novela gótica en el siglo XVIII; (b) relato de fantasmas en el siglo XIX; (c) cuento materialista de terror, durante los siglos XIX y XX; y (d) las nuevas tendencias surgidas a partir de la década de 1950 del siglo XX. Esta división nos ayuda a entender el desarrollo literario de un género que tiene muchas aristas históricas y sociales.

De igual forma, entre los exponentes más importantes se encuentran nombres como Mary Shelly, Horace Walpole, Joseph Sheridan Le Fanu y el mismísimo Edgar Allan Poe. Este último es reconocido como el mejor cuentista de terror de todos los tiempos, lo que le convirtió en el gestor principal del género (Jiménez Vega, 2017). Sus elementos narrativos y prosa aún son ampliamente reconocidos y estudiados. En lo que concierne a este proyecto, se ha elegido partir de la cronología histórica del género para proponer material de lectura para los participantes. Asimismo, se han tomado elementos estéticos de lo gótico para generar un sentido de

pertenencia dentro del libro club, cuyo nombre Sociedad Secreta Leonora Cuervo, es una clara referencia a la literatura de Edgar Allan Poe.

1.1.5 Democratización del conocimiento y libre descarga

Aunque el concepto más usado y reconocido mundialmente para este apartado es el acceso abierto, para este trabajo se prefirió utilizar la democratización del conocimiento y libre descarga. Se considera que esos conceptos pueden resignificarse y ser más cercanos con los objetivos de este proyecto debido a que dentro de la cartografía se consideran materiales diversos. En cambio, para el libre acceso se toman en cuenta primordialmente materiales y textos de índole educativa. Al respecto, Díaz Alba (2021) considera que la democratización del conocimiento es una apuesta de que los saberes solo pueden crecer cuando son compartidos. La autora también expone su opinión sobre el acceso abierto:

El acceso abierto significa que la literatura científica debería publicarse de forma gratuita en internet, para que quienes tengan interés en leer, descargar, distribuir y usar estos textos (legalmente) no tengan barreras financieras. Esta idea no es nueva; ya en 2003 se publicó la declaración de Berlín sobre Acceso Abierto al Conocimiento en las Ciencias y las Humanidades, y desde entonces muchas universidades y centros de investigación se han sumado a esta iniciativa. (Díaz Alba, 2021, párr. 2)

Aunque diversas organizaciones educativas señalan que la ciencia en general debería ser abierta y no tener barreras de pago para quienes intentan consumirla. En este proyecto se trabajó desde la premisa de que no solo en conocimiento científico merece ser difundido y descargado gratuitamente. Para lograr que haya lectura por placer es necesario pluralizar los textos que se consumen, desafortunadamente no todos son asequibles para las personas.

Empero, esta noción no siempre ha sido aceptada al considerar la libre descarga de archivos en diferentes formatos, un acto ilegal. Por lo que se vuelve indispensable entender que las descargas libres solo son consideradas ilegales cuando se usan para lucrar con terceras personas (Aguilar Sosa, 2021). En resumen, gran parte de esta discusión se enfoca en el derecho de información contra los derechos de autor y propiedad intelectual.

1.2 Marco teórico

1.2.1 Transaccionalidad lectora

La literatura como todo arte puede asemejarse e inspirarse de la vida cotidiana. En este sentido, Rosenblatt (2002), propone la posibilidad de vivir nuevos mundos a través de la lectura literaria, más allá del mero contenido de la obra misma. Parecido a lo dicho por Garrido (2014) anteriormente, Rosenblatt (2002), señala que la literatura denota elecciones, aspiraciones y valores con los cuales las personas debe construir su propia filosofía. La teoría de la transaccionalidad analiza este proceso entendiendo que cada lector usa un reservorio de experiencias previas al realizar sus lecturas (Rosenblatt, 1988). La autora llama remanente a todas las transacciones anteriores que ha tenido una persona y que corresponden al contexto social y cultural al que pertenece. Es así como cuando un individuo lee un texto lo hace utilizando todos los recursos que le proporcionaron lecturas o experiencias generales previas.

En esta teoría todo acto de lectura es visto como un acontecimiento que adquiere significado durante la transacción entre el lector y el texto (Rosenblatt, 1978). Por ende, el lector y el texto están inmersos en un intercambio complejo, no lineal, recurrente y de alguna forma autocrítico. La autora también plantea que lo esencial de cualquier lectura es la postura que el lector toma ante lo que lee y que de alguna forma guía su flujo de conciencia. Se espera que,

durante el desarrollo de la transacción lectora, las personas vean trastocado el reservorio lingüístico que poseen y enriquezcan su experiencia.

Por su parte, Dubois (2011), explica esta teoría como una forma de que las personas retengan lo leído después de haber concluido el texto. Incluso menciona que los lectores pueden adoptar una postura estética cuando se sumergen en lo que están viviendo durante y a través de la lectura. Por lo que el autor recalca que no importa de qué texto se trate, ya que lo verdaderamente valioso es lo que el lector hace con él.

El enfoque de la teoría de la transacción está firmemente enfocado a rechazar la imposición de textos literarios, sobre todo en las instituciones educativas. Se considera que utilizar la obligatoriedad es tomar a la lectura como un ejercicio de traducción de signos, hecho que aleja a los lectores de la transacción. De igual forma, si solo se favorece la interpretación de los textos desde una mirada única, se desconocería la amplia gama de interpretaciones que genere lo leído en las personas (Rosenblatt, 2002).

1.2.2 Capital cultural

Bourdieu (1984) señala que el capital cultural es la acumulación de información que tiene un sujeto y que le sirve para interpretar y actuar ante el mundo. Este bagaje puede ser heredado a través de su familia o ser adquirido con las experiencias que tiene a lo largo de su vida. Será necesario señalar que la teoría del capital cultural ha sido históricamente relacionada con la juventud (Bourdieu, 2011). Esto debido a que al ser la infancia y la juventud las primeras etapas de socialización entre los individuos, estas se entienden como momentos clave para la formación de lo que el autor llama *habitus*. Este último concepto es entendido por Bourdieu como la interacción de la mente subjetiva con las estructuras y las instituciones que la rodean. Es así

como los individuos nacen en un grupo social particular, definido por un estilo de vida específico.

Por otro lado, el autor menciona que el capital cultural tiene tres formas de presentarse: (a) la institucionalizada, que hace referencia al valor de la obtención de un título o documento que pruebe los conocimientos adquiridos, por ejemplo, el nivel de escolaridad; (b) la objetivada, que corresponde a los objetos que posee una persona y el uso que puede darle a éstos, como los libros físicos o digitales; (c) por último, el capital cultural incorporado remite a las habilidades desempeñadas en la práctica cognitiva, como lo serían sus intereses personales.

1.2.3 Teoría del hipertexto

Se entiende por hipertexto a todas las estructuras no secuenciales (lineales) que permiten enlazar y compartir información por medio de diferentes enlaces o redes. De acuerdo con Landow (1995) el hipertexto representa un medio informático que relaciona información verbal como no verbal. Es así como se crean nexos electrónicos tanto externos como internos, haciendo que los lectores accedan a textos a través de diferentes formatos. Este es el motivo por el que los textos digitales son conocidos por sus características multilineales o multisequenciales.

Conforme con lo expuesto por Cassany (2012), otro rasgo importante del hipertexto es su capacidad multimodal, pues los elementos conectados entre sí permiten ofrecer opciones diversas al lector para navegar entre ventanas dentro de la web. En este apartado el autor se permite comparar los hipertextos de la web con lo realizado por el escritor Julio Cortázar en su obra *Rayuela* donde el lector es capaz de elegir sus caminos narrativos. Algo similar a las prácticas de los lectores cuando están en una página de internet y un hipertexto los conduce a otra. Las personas son capaces de seguir avanzando, regresar o salir. El camino depende de las necesidades de cada lector.

1.3 Revisión de casos similares

1.3.1 Promoción lectora en redes sociales

Las investigaciones sobre la promoción de lectura en redes sociales se han popularizado en los últimos años. Las casas editoriales han experimentado una creciente demanda de libros recomendados por el mundo lector. A pesar de que el tema es relativamente reciente, existen trabajos especializados en diferentes tipos de redes sociales. Por ejemplo, destaca la revisión de trabajos como el de Bonilla Vergara et al. (2021), donde se creó un Club Virtual de Lectura, mediado desde la plataforma educativa Edmodo. La intervención tuvo como objetivo principal promover el interés hacia la lectura crítica. El trabajo fue planificado por los autores bajo un enfoque cualitativo y un diseño de investigación-acción. Cabe destacar que un factor medular en este trabajo fue la inclusión de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Los resultados mostraron que el uso de una red social como Edmodo fue motivante para los participantes debido a que permitió transparentar los logros de cada actividad realizada.

En otro enfoque de investigación, se examinó el estudio de caso realizado por Heredia Ponce y Amar Rodríguez (2017) donde se utilizó la plataforma de Twitter para dinamizar la lectura en el aula. El proyecto logró diferenciar con éxito la lectura obligatoria y por placer, asegurando que la primera debería ser eliminada de las escuelas. Los autores lograron responder preguntas sobre el acercamiento de la lectura en adolescentes por medio de una red social. Además, se hizo propuesta sobre la inclusión de plataformas digitales a las escuelas con el fin de desarrollar nuevos lectores.

Sobre la promoción de lectura enfocada en la red social Instagram, resaltan dos proyectos de investigación. En el caso de Hammoudi (2018), es la primera investigación en su tipo en explorar la comunidad virtual lectora *bookstagram*. Específicamente, este estudio indagó las

experiencias de adolescentes dentro de este nicho para obtener una mejor alfabetización digital. En este trabajo los participantes informaron leer cuatro horas o más por semana gracias a sus prácticas lectoescriturales en Instagram. Es decir, leer y escribir se convirtió en una actividad mucho más enriquecedora desde que comenzaron su cuenta de *bookstagram*. Se debe destacar que manifestaron haber cambiado su forma de leer y disfrutar los textos. Informaron que diversificaron los géneros que consumían y prestan mucha más atención a su comprensión lectora. Por si fuera poco, el estudio realizado por Hammoudi (2018) mostró que los adolescentes tienen sentido de pertenencia e identidad al estar presentes en estos espacios. Uno de los cuestionarios realizados en la intervención reveló que nueve participantes prefieren tener cuentas de *bookstagram* y personal separadas. Además, tres de los participantes expresaron su desdén por la idea de incorporar *bookstagram* a las instituciones educativas porque entraría en conflicto con su forma de ver la lectura por placer. En cambio, en el trabajo realizado por Martín Collado (2019) la misma comunidad lectora se usa para aproximar a la juventud española a un tipo de literatura juvenil.

1.3.2 Género de terror como herramienta didáctica

Debido a que el proyecto de intervención toma al género de terror como una herramienta para la divulgación de literatura y la lectura por placer, se examinaron dos tesis con objetivos similares. El trabajo escrito por Jiménez Vega (2017) muestra un proyecto hecho en la Institución Educativa Distrital Integrada La Candelaria, ubicada en Bogotá, Colombia. En este se tuvo como objetivo principal desarrollar las habilidades de escritura en un grupo compuesto por 32 estudiantes, 19 mujeres y 13 hombres con edades entre los 12 y 17 años. El objetivo del proyecto se centró en que los alumnos desarrollaran habilidades para la escritura de acuerdo con su nivel académico. Se eligió hacer una intervención pedagógica donde los participantes

escribieran cuentos de terror para reforzar sus habilidades narrativas desde la cohesión, estructura y gramática.

Se utilizó una metodología investigación-acción por el enfoque cualitativo que requería el proyecto con los profesores y alumnos. De igual forma se buscaba evaluar las fortalezas y debilidades de cada participante en la interpretación y análisis de textos. La elección de literatura de terror se debió a que en la escritura se establece una manera eficaz de ejercitar la prosa; así como la elección de frases y palabras es concisa y diferenciando lo esencial de lo accesorio. Por otro lado, el terror como género brinda la posibilidad de que los estudiantes jueguen con las metáforas y cambien la estructura básica de un texto sin perder coherencia.

Similar a este proceso, Cobo García (2021) llevo a cabo una propuesta didáctica para fomentar el hábito lector por medio de textos de la escritora Mariana Enríquez. Se partió de la idea de que los géneros de terror y fantasía son capaces de atraer lectores jóvenes. Esto último debido a que en géneros como estos se plantean enigmas que requieren la participación indirecta de los lectores. Además, implican la creación de mundos ilusorios a partir de la imaginación y la exploración de sensaciones dentro de las historias enriquece la experiencia lectora.

1.3.3 Alfabetización y lectura digital

Debido a que el trabajo se lleva a cabo en su totalidad desde un entorno digital, fue necesario entender qué tipo de proyectos se han elaborado bajo las mismas dinámicas. Resaltaron trabajos como el de las autoras Guerrero-Pico et al. (2022) donde desde un estudio de caso se observaron las competencias lectoescriturales entre adolescentes mediante la producción de *fanfics* en la red social Wattpad. Los investigadores partieron de una muestra de 237 jóvenes españoles de entre 12 y 16 años. Para elegir a la población final se realizaron entrevistas donde se buscaron a usuarios frecuentes de Wattpad, quedando solo 21 adolescentes. El objetivo

principal del trabajo fue analizar la adquisición y construcción colectiva de competencias transmedia en adolescentes fuera del sistema educativo.

Para lograr este cometido Guerrero-Pico et al. (2022) se basaron principalmente en los conceptos teóricos alfabetismo y competencias transmedia de Scolari et al. (2018). De esta forma, tanto los adolescentes participantes, como Wattpad se estudiaron desde sus posibilidades lectoescriturales. Esto último, también retomado por Polo Rojas (2018) con su trabajo sobre alfabetismos digitales. En este se analizaban las prácticas de lectoescritura y estrategias de aprendizaje informal de estudiantes de colegios públicos colombianos en relación con las narraciones transmedia. Lo más interesante acerca de este proyecto radicó en su apertura a diferentes manifestaciones de prácticas de lectura y escritura. El autor ejemplifica como un *gamer* puede leer un libro para pasar un videojuego, o un *hacker* consume novelas *cyber-punk*.

1.4 Breve caracterización del proyecto

Este proyecto pretende incentivar la lectura por placer y fomentar el uso de herramientas digitales para prácticas lectoescriturales, a través de un libro club virtual de literatura de terror. Está dirigido a un máximo de 20 personas jóvenes adultas de 20 a 35 años sin distinción de género para participar. Debido a la naturaleza del proyecto, es indispensable que sean usuarios de la red social Instagram. Se realizarán 10 sesiones virtuales de poco más de 60 minutos a través de la plataforma de videollamada Zoom, donde se comentarán las lecturas que se hayan propuesto para cada ciclo. Cada segmento irá acompañado por materiales transmedia que complementen las lecturas vistas, tales como: videos, otro tipo de lecturas, reseñas, datos históricos, etc. Las sesiones del proyecto iniciarán a finales de octubre de 2022 y terminarán a mediados de diciembre del mismo año. La intervención tiene como objetivo que los participantes conozcan y usen herramientas digitales en sus prácticas de lectura por placer. Por ello se utilizarán

estrategias como la lectura en voz alta; círculos o tertulias dialógicas; lectura de poemas, entre otros.

CAPÍTULO 2. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

2.1 Delimitación del problema

2.1.1 *El problema general*

México es un país donde la lectura no es una actividad que se practique de manera regular y consistente. De acuerdo con los datos del Módulo sobre lectura, el cual se levanta en localidades del país con 100 mil habitantes, de las 52.9 millones de personas mayores de 18 años que habitan en ellas, el 40.5 % menciona que no acostumbra leer (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020). El informe también destaca que a mayor edad disminuye la proporción de personas que leen, lo que se puede interpretar como un reflejo de la deserción escolar en el país.

A pesar de que uno de los ejes del último programa nacional de lectura Leer Transforma contempla la formación de lectores desde edades tempranas (Secretaría de Educación Pública [SEP], 2019) los programas nacionales de lectura no han mostrado la evolución deseada, siendo un reflejo del estancamiento educativo de sus estudiantes. En los últimos veinte años la política pública ha enfocado todos sus esfuerzos en la producción y repartición de libros. Tan solo la última campaña de gobierno para promover la lectura se enfocó en la reedición de 21 títulos como parte de la conmemoración de fechas históricas como la fundación de la Ciudad de México y los 500 años de la invasión extranjera.

Además, aunque el último informe de lectura reveló un aumento de ejemplares leídos en México por personas de 18 años y más, con 3.9 ejemplares al año (INEGI, 2022), la diferencia con los años anteriores continúa siendo mínima. El mismo reporte mostró un incremento considerable en el gusto por contenidos digitales como páginas de internet, foros o blogs, que pasó de 51.2 % a 57.6 %. La pandemia de COVID-19 impulsó significativamente la lectura en

formato digital. El porcentaje de personas adultas lectoras que prefieren consumir *ebooks* se triplicó en relación con lo declarado por la población en 2016.

2.1.2 El problema específico

La Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares del Inegi, expuso que 91.5 % de las personas jóvenes (entre los 12 y 29 años) en México, equivalente a 35.3 millones, es usuaria de internet (ENDUTIH, 2021). Sobre el uso que le dan, destaca que el 74.6 % consulta tutoriales sobre temas de interés y el 42.7 % busca herramientas para complementar su educación. Las redes sociales destacan como otra actividad de interés entre la juventud mexicana. De los 35.3 millones de jóvenes que utilizan el internet, 33.9 millones tienen al menos una red social e interactúan en ella.

En la última década las redes sociales han tenido un impacto significativo en los hábitos de lectura y el fomento de lectores en el mundo. En el caso de América Latina las comunidades creadas a través de YouTube, Instagram y en años recientes, TikTok, han logrado disparar las ventas de varios títulos y aumentar las entradas a las ferias de libros (Paladines-Paredes y Margallo, 2020). Estas plataformas brindan un mundo de posibilidades debido a las capacidades multimedia. Si el modo en que se venden los libros ha cambiado gracias a estas aplicaciones, la manera en que se promociona la lectura y se forman lectores, también.

Las investigaciones sobre la repercusión de las redes sociales en la promoción de la lectura y el marketing editorial son recientes (Hammoudi, 2018). Por ello, aún falta explorar la relación entre la interacción lectora y los procesos comunicativos que se generan por medio de cada red social, con el fin de convertir a sus usuarios en lectores.

Plataformas digitales como Instagram y Facebook, superan los mil millones de internautas a nivel global y se espera que a finales del 2022 la primera supere los 226.3 millones

de usuarios solo en Latinoamérica (eMarketer, 2022). Por si fuera poco, Instagram se ha consumado como la red social más popular para la Generación Z, incluso sobre TikTok (We Are Social y Hootsuite, 2022). Es por lo que hay motivos para creer que son excelentes herramientas para promocionar la lectura y elevar la alfabetización digital entre los jóvenes.

2.1.3 El problema concreto

Los integrantes del grupo de intervención para este trabajo forman parte de la red social Instagram. Está integrado por quince mujeres y cinco hombres, con edades entre los 20 y 35 años. De los cuales el 100 % han concluido estudios universitarios a nivel licenciatura. Además, el 60 % mencionó leer menos que antes debido a sus ocupaciones laborales. Sobre esto, el 72 % aseguró que consumiría más textos si trabajara menos; y el 36 % dijo que lo haría si los libros o *e-books* fueran más baratos. Sobre sus competencias en el mundo virtual, el 44 % de los sujetos de investigación señalaron tener un nivel de competencia digital avanzado. No obstante, la mayoría no logró dar una definición de alfabetización digital acertada. A pesar de ello, el 100 % tiene conexión de internet en su casa y más de la mitad admiten pasar más de seis horas en la red. El 60 % dijo conocer el término *#bookstagram* y el 44 % afirmaron tener un dominio medio para comunicar y consumir contenido en Instagram. Sobre sus intereses de lectura, un 96 % marcó el género narrativo como el que más consume. Además, el 92 % expresó gustar de las temáticas de terror en general. En este aspecto, algunos mencionaron tener curiosidad por conocer literatura de estas temáticas ya que solo habían consumido producciones audiovisuales. Es interesante apuntar que la segunda temática más consumida por los participantes de la intervención es la literatura fantástica. El 16 % admitió no buscar información complementaria para sus lecturas, mientras que un 44 % dijo que su decisión depende del texto. Por último, su inscripción al libro

club virtual fue guiada principalmente por los siguientes motivos: mejorar hábitos de lectura, curiosidad y gusto por las temáticas de terror.

2.2 Justificación

Desde el punto de vista social, este proyecto se justifica debido a la necesidad de mejorar la alfabetización digital de la población joven. En la actualidad las personas dividen su atención entre un mundo de posibilidades dentro de la web (Albarello, 2020; Cassany, 2012). Ha sido por ese exceso de elementos en las pantallas que la lectura digital se torna tan complicada. Es entonces cuando se dirige la mirada hacia la falta de alfabetización lectora, digital y transmedia para formar lectores críticos y desarrollar inteligencias.

En cuanto a la metodología, se implementará un enfoque mixto con un estudio de caso descriptivo de un libro club de lectura virtual. Se buscará fomentar la lectura por placer y mejorar la alfabetización digital de 20 usuarios de la plataforma. Se tomará el ejemplo de trabajos anteriores donde se analizó la lectoescritura desde otras plataformas como Twitter o Wattpad para el fortalecimiento de competencias digitales (Bonilla Vergara et al., 2021; Guerrero-Pico et al., 2022).

Por otra parte, el proyecto de intervención forma parte de la Especialización en Promoción de la Lectura de la Universidad Veracruzana (UV). Se desarrolla dentro de la Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento 2 (LGAC 2) que se enfoca en las nuevas formas de lectura y escritura dentro del mundo digital (Universidad Veracruzana, 2021).

Para finalizar, este trabajo surge de un profundo interés personal de usar las redes sociales como herramientas didácticas. En un mundo donde plataformas como estas son constantemente vistas desde una óptica negativa, se piensa que es urgente aprovechar todos sus recursos. Por si fuera poco, existen comunidades lectoras dentro de Instagram que han logrado

impactar las dinámicas de millones de lectores en el mundo. Sin embargo, poco se ha hecho por estudiar con profundidad sus prácticas de promoción y fomento lector. Todavía más preocupante es que el actual programa de lectura nacional contemple la lectura digital a través de redes sociales, pero no establezca un plan de acción claro (Gobierno de México, 2020).

2.1 Objetivos

2.3.1 Objetivo general

Animar la lectura por placer mediante un libro club virtual mediado en Instagram para adultos de 20 a 35 años sin distinción de identidad de género, a partir del cual se busca reforzar sus competencias de alfabetización digital y debatir la pertinencia de la plataforma para la experiencia lectora. Así como informar sobre la democratización del conocimiento y la libre descarga. Al tiempo en que se divulgan contenidos sobre literatura de terror y se utilizan estrategias como la tertulia dialógica y la lectura en voz alta para incentivar el gusto por misma.

2.3.2 Objetivos particulares

1. Animar la lectura por placer a través de un libro club en la red social Instagram.
2. Divulgar contenidos sobre literatura en forma de como datos históricos, reflexiones, recomendaciones y biografías de las y los autores.
3. Incrementar el gusto por la literatura de terror a través de la lectura en voz alta y tertulia dialógica de cuentos cortos, microrrelatos y poesía gótica, en sesiones vía Zoom.
4. Reforzar competencias y habilidades sobre alfabetización digital con el apoyo de la red social Instagram.
5. Motivar el diálogo y debate sobre la experiencia lectora a través de plataformas digitales como Instagram.

6. Informar y promover sobre la democratización del conocimiento y la libre descarga de contenidos digitales, primordialmente *e-books*.

2.4 Hipótesis de intervención

La creación de un libro club virtual en la red social Instagram animará al placer lector de textos literarios como cuentos, ensayos, microrrelatos y poemas a través de la lectura en voz alta y tertulia dialógica. A su vez, se divulgará contenido sobre literatura de terror que incrementará la variedad lectora de los participantes y su gusto por este género. También se reforzarán las competencias y habilidades para navegar dentro de la red por medio de la interacción con los materiales asincrónicos colocados en Instagram. Mientras que las sesiones vía Zoom motivarán el diálogo sobre la experiencia lectora a través de una red social; al tiempo que se promoverá e informará sobre la democratización del conocimiento dentro de la red. Por último, se difundirá información sobre la libre descarga de contenidos digitales, tomando como ejemplo textos como *e-books*.

CAPÍTULO 3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Modelo metodológico

El modelo metodológico que se seleccionó para este presente proyecto es investigación-acción propio de la metodología cualitativa. Cuya intención es de acuerdo con Selener (1997) analizar información sobre una o más problemáticas para encontrar soluciones y promover transformaciones políticas y sociales. Este modelo tiene sus orígenes en el trabajo pionero de Kurt Lewin (1946) quien propuso la metodología después de observar comunidades y grupos religiosos en Estados Unidos. El método de Lewin podría ser un buen punto de partida para este proyecto, ya que proponía combinar la teoría y práctica en la investigación-acción a través del análisis del contexto, la categorización de prioridades y la evaluación.

Para esta intervención se ha elegido trabajar bajo este modelo con un enfoque mixto debido a la flexibilidad que ofrece este procedimiento. Además, las primeras variables arrojadas en el cuestionario diagnóstico (ver Apéndice A) mostraron que el grupo de intervenido reconoce un problema en sus hábitos lectores. A su vez, durante las sesiones han mostrado entender su papel en el proceso para fomentar la lectura por placer y aprender nuevas habilidades de alfabetización digital.

3.2 Aspectos generales y ámbito de la intervención

La intervención se llevará a cabo mediante la red social Instagram, que se caracteriza por la publicación de contenido transmedia como fotos, videos y audios. También se usará la plataforma de reuniones en línea Zoom. Se comenzó el día 18 de octubre y concluirá el 15 de diciembre de 2022. Se utilizarán materiales de lectura digital como parte de la cartografía lectora de terror elegida (ver Apéndice B). Se realizarán 10 sesiones de poco más de una hora por medio de Zoom, estas estarán programadas entre semana por las noches. Sin embargo, las horas y días

exactos quedarán siempre a votación de los participantes. Esto último debido a que el perfil arrojado en el cuestionario diagnóstico de los integrantes describe a adultos con poca disponibilidad de tiempo. El grupo conformado por 20 personas adultas de 20 a 35 años de habla hispana es usuaria de la red social Instagram y provienen de diferentes partes del país y el mundo. Dos participantes radican en Colombia y Alemania, mientras que la mayoría provienen de estados como Veracruz, Puebla, Estado de México y Ciudad de México. Aunque inicialmente no hubo importancia hacia la identidad de género con la que se identificaban los integrantes del libro club, fue destacable notar que se inscribieron 15 mujeres y 5 hombres. Además, el 100 % de los participantes tienen la licenciatura terminada y algunos han concluido un posgrado.

3.3 Estrategia de intervención

A través de la creación de una cuenta en la red social Instagram se abrirá una convocatoria para participar en un libro club virtual. Se prevé trabajar con un grupo de 20 personas con un rango de edad de 20 a 35 años, en 10 sesiones virtuales de poco más de una hora. La primera fase de la intervención contempla la creación de contenidos visuales para conseguir voluntarios. En el momento en que se tenga el número de participantes requeridos se aplicará un cuestionario diagnóstico que contempla los intereses y hábitos lectores de los participantes. Así como sus habilidades para navegar en el mundo digital, principalmente en las redes sociales como Instagram.

Durante la primera semana se explicarán las mecánicas del libro club y se presentarán las temáticas para la cartografía lectora de terror (ver Apéndice B). Se comenzará a subir contenido sobre las lecturas elegidas para cada semana, mismo que puede ser representado mediante videos, imágenes, *reels*, *stories*, entre otros (ver Apéndice C). El contenido irá enfocado en contextualizar la lectura y con ello reforzar las sesiones virtuales siguientes, donde los

participantes podrán enriquecer sus lecturas al tiempo que se motiva al diálogo y la reflexión con ayuda de la interacción en las publicaciones del *feed* y de Instagram que permitirán pluralizar el debate y la retroalimentación de los textos.

Las sesiones siguientes tendrán como propósito aplicar técnicas de mediación lectora como tertulia dialógica, círculos de poesía, lectura en voz alta, entre otras estrategias. El propósito es que cada participante comparta opiniones con sus pares y la promotora de lectura, al tiempo que encuentran en la experiencia lectora una forma de entretenimiento o placer.

Las sesiones virtuales y los resultados de las dinámicas aplicadas tendrán como objetivo acercar a los participantes a la lectura por placer. Además, se pretende enriquecer la alfabetización digital y difundir la democratización del conocimiento y libre descarga de materiales en la red. Al tiempo que se evalúa la pertinencia de la plataforma Instagram para mediar y promocionar la lectura. Con esto se aspira a dejar un testimonio sobre los alcances de las redes sociales en el fomento lector y sus posibilidades a futuro.

3.4 Metodología de evaluación

En primera instancia se realizará una encuesta de hábitos lectores y conocimiento de prácticas y habilidades digitales (ver Apéndice A). También se conocerá el acercamiento del grupo a la literatura de terror. Se pretende que este cuestionario ayude a establecer las estrategias de promoción de lectura que se aplicarán en toda en la intervención. Además, se realizará una sesión de introducción para conocer las expectativas de cada participante de forma oral.

Dentro de las herramientas para la metodología de evaluación formativa se aplicarán escalas de participaciones (ver Apéndice D) en los círculos y tertulias dialógicas en las sesiones vía Zoom. Asimismo, se llevarán bitácoras (ver Apéndice E) para registrar las interacciones que se dan entre los participantes con la lectura y entre ellos. Como la mitad de la intervención se

realizará dentro de una cuenta de Instagram, se llevará una escala de interacciones con la plataforma digital que contabilizará los comentarios, las reacciones y los mensajes que sean contestados.

Por último, cuando las 10 sesiones de la intervención finalicen, se aplicará un nuevo cuestionario para evaluar las habilidades lectoras digitales adquiridas. Así como el nivel de alfabetización digital entre los participantes. A esto se le sumará una entrevista personal para conocer las opiniones de los participantes haciendo una autocrítica de su participación y del funcionamiento del libro club.

CAPÍTULO 4. PROGRAMACIÓN

4.1 Descripción de actividades y productos

En este apartado se detallan las actividades que se llevarán a cabo durante la especialización. Se abarcan las fechas de agosto de 2022 hasta junio de 2023. Cada actividad cuenta con su descripción, producto a obtener y el tiempo en el que se espera realizar. Se contempla el diseño, aplicación y evaluación del proyecto de intervención, así como otras actividades complementarias.

Tabla 1

Actividades y productos

Actividad	Descripción de la actividad	Producto por obtener	Semanas
Elaboración de la cartografía lectora.	Se elegirán los textos para conformar la cartografía lectora de acuerdo con los intereses arrojados en el cuestionario diagnóstico.	Cartografía lectora.	8
Delimitación y gestión del grupo.	Se delimitará el grupo de intervención usuarios de la red social Instagram. También se estudiará la forma más efectiva de convocar a las personas para que voluntariamente se unan al libro club.	Ámbito de la intervención.	8
Fundamentación de propuesta.	Se llevará a cabo la presentación final del audiovisual sustentada en el protocolo escrito terminado.	Reportes de lecturas metodológicas.	8
Aplicación de instrumento inicial.	Se aplicará el cuestionario de diagnóstico para el grupo de intervención previamente delimitado.	Estadísticas iniciales de la intervención.	2

Planeación de proyecto de intervención.	Diseñar las 10 sesiones para el proyecto de intervención con base en la cartografía propuesta y las estrategias de promoción de lectura elegidas.	Proyecto de intervención.	8
Vaciado de datos sobre la intervención.	Registro de los datos recolectados durante la aplicación del proyecto de intervención.	Borrador de documento recepcional.	8
Corrección de trabajo recepcional.	De acuerdo con la revisión de los asesores y directora del proyecto, se corregirá el trabajo recepcional para su aprobación.	Documento recepcional aprobado.	8
Diseño y redacción de artículo.	Se redactará un artículo de investigación para su publicación.	Carta de recepción de artículo.	8
Gestión y presentación de examen recepcional.	Realizar procesos administrativos para presentar el examen recepcional y la defensa del trabajo.	Acta de examen.	8

REFERENCIAS

- Aguilar Sosa, Y. (2021, 16 de febrero). En pandemia crece lectura en internet y descarga ilegal. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/cultura/en-pandemia-crece-lectura-en-internet-y-descarga-ilegal>
- Albarello, F. (2019). *Lectura transmedia. Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Ampersand.
- Albarello, F., Arri, F., y García-Luna, A. L. (2020). *Entre libros y pantallas: los booktubers como mediadores culturales*. Ediciones Universidad del Salvador.
- Barthes, R. (1973). *El placer del texto*. Siglo veintiuno editores.
- Bonilla Vergara, Á. M., Triana Guerra, A. C., y Silva Monsalve, A. M. (2021). Club Virtual: estrategia de enseñanza y aprendizaje para el fortalecimiento de la lectura crítica. *Revista Iberoamericana de Educación* [Versión Impresa], 85(1), 117-33. <https://doi.org/10.35362/rie8514016>
- Bourdieu, P. (1984). *Homo Academicus*. Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2011). *Los tres estados del capital cultural. En las estrategias de reproducción social*. Siglo XXI.
- Cassany, D. (2012). *En_línea. Leer y escribir en la red*. Anagrama.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano: artes de hacer. I, Volumen I*. Universidad Iberoamericana.
- Chartier, R. (1994) *El orden de los libros. Lectores, autores, bibliotecas en Europa entre los siglos XIV y XVII*. Gedisa.
- Chartier, R. (2007). *La historia o la lectura del tiempo*. Gedisa.

- Cobo García, B. (2021). *Los cuentos de terror de Mariana Enríquez. Propuesta didáctica para un aula de 4º de la ESO* [Tesis de máster, Universidad de Valladolid]. Repositorio documental de la Universidad de Valladolid.
https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/52604/TFM_F_2021_036.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cordón García, J. A. (2018). Libros electrónicos y lectura digital: los escenarios del cambio. *Palabra Clave (La Plata)*, 7(2), <https://doi.org/10.24215/18539912e044>
- Cova, Y. (2004). La práctica de la lectura en voz alta en el hogar y en la escuela a favor de niños y niñas. *Revista Universitaria de Investigación*, 5(2), 53-66.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41050205>
- Díaz Alba, C. (2021, 11 de agosto). *Liberemos el conocimiento*. ITESO.
https://iteso.mx/web/general/detalle?group_id=26407432
- Domingo Argüelles, J. (2015). *Por una universidad lectora*. Laberinto.
- Domingo Argüelles, J. (2017). *¿Qué leen los que no leen?* Océano.
- Dubois, M. (2011). La lectura en la formación y actualización del docente. Comentario sobre dos experiencias. *Legenda*, 15(12), 65-79.
<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/legenda/article/view/733>
- Ferrándiz Soriano, J. U. (2013). Clubes de lectura virtuales el modelo por videoconferencia. *Tejuelo: Revista de ANABAD Murcia*, 13, 26-35.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5215446>
- Garrido, F. (2014). *El buen lector se hace, no nace*. Paidós.

- Giuria Farias, C. (2021). El impacto de las redes sociales en la promoción de lectura y venta de libros en Latinoamérica entre 2010-2020. *Lengua Y Sociedad*, 20(1), 71–82.
<https://doi.org/10.15381/lengsoc.v20i1.22269>
- Gobierno de México. (2019). *Estrategia nacional de lectura*. Gobierno de México.
<https://www.gob.mx/leertransforma>
- Guerrero-Pico, M., Establés, M.-J., y Costa-Sánchez, C. (2022). Fan fiction y prácticas de lectoescritura transmedia en Wattpad: una exploración de las competencias narrativas y estéticas de adolescentes. *El Profesional de la Información*, 31(2), 1-15.
<https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.12>
- Hammoudi, R. (2018). *The Bookstagram Effect: Adolescents' Voluntary Literacy Engagement on Instagram* [Master's thesis, Concordia University]. Spectrum Research Repository.
<https://spectrum.library.concordia.ca/id/eprint/983966/>
- Heredia Ponce, H., y Amar Rodríguez, V. (2018). Twitter y fomento lector: dinamizando la lectura en el aula. *Lenguaje y Textos*, 48, 59-70. <https://doi.org/10.4995/lyt.2019.10119>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020). *Módulo sobre Lectura (MOLEC)*.
Principales resultados.
https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/molec/doc/resultados_molec_feb20.pdf
- Jiménez Vega, D. K. (2017). *El cuento de terror como recurso didáctico para el desarrollo de las habilidades de producción escrita* [Tesis de grado, Universidad Pedagógica Nacional de Bogotá]. Repositorio institucional UPN.
<http://repository.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/10007/TE21496.pdf?sequence=1&isAllowed=>

- Landow, G. (1995). *Hipertexto: la convergencia de la teoría crítica, contemporánea y la tecnología*. Paidós.
- Lebert, M, (2009). *Una corta historia del eBook*. Project Gutenberg
- Lewin, K (1946). Action research and minority problems. *Journal of Social Issues*,2, 34–46.
- Llopis, R. (1974). *Historia natural de los cuentos de miedo*. Júcar.
- Maestre Santamaría, V. (2019). *Booktubers, prácticas de la lectura en el siglo XXI y convergencia digital* [Tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional Pontificia Universidad Javeriana.
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/47243/Documento.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martín Collado, B. (2019). *Nuevas formas de leer, nuevos lectores. Una aproximación a la literatura juvenil española actual a través de Bookstagram* [Tesis de maestría, Universidad Complutense de Madrid]. [https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-102727/TFM%20Berta%20Mart%C3%ADn%20\(1\).pdf](https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-102727/TFM%20Berta%20Mart%C3%ADn%20(1).pdf)
- Moreno, M. A., García-Rodríguez, A., y Gómez-Díaz, R. (2017) Conversando en la nube: cómo organizar un club de lectura virtual. *Revista General de Información y Documentación*, 27(1), 177-200. <https://doi.org/10.5209/RGID.56566>
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico. (2011). ¿Leen actualmente los estudiantes por placer? *PISA in focus*.
<https://www.educacionyfp.gob.es/dctm/ievaluacion/pisa-in-focus/pif8-esp.pdf?documentId=0901e72b81328739>

- Paladines-Paredes, L.-V., y Margallo, A.-M. (2020). Los canales booktuber como espacio de socialización de prácticas lectoras juveniles. *Ocnos. Revista de Estudios Sobre Lectura*, 19(1), 55-67. https://doi.org/10.18239/ocnos_2020.19.1.1975
- Petit, M. (2011). *Nuevos acercamientos a los jóvenes y la lectura*. Fondo de Cultura Económica.
- Petit, M. (2011). *Nuevos acercamientos a los jóvenes y la lectura*. Fondo de Cultura Económica.
- Polo Rojas, N. D. (2018). Lectoescritura juvenil en tiempos de narraciones transmedia. *Comunicación y Sociedad*, (33), 41-64. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i33.7003>
- Rosenblatt, L. M. (1978). *The reader, the text, the poem: The transactional theory of the literary work*. Southern Illinois University Press.
- Rosenblatt, L. M. (1988). Viewpoints: Transaction versus interaction— A terminological rescue operation. *Research in the Teaching of English*, 19, 96–107.
- Rosenblatt, L. M. (2002). *La literatura como exploración*. Fondo de Cultura Económica.
- Scolari, C. A., Masanet, M.-J., Guerrero-Pico, M., & Establés, M.-J. (2018). Transmedia literacy in the new media ecology: Teens transmedia skills and informal learning strategies. *El profesional de la información*, 27(2), 801–812. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.09>
- Secretaría de Educación Pública. (2019). *Líneas estratégicas del Programa Fortalecimiento de la Calidad Educativa*. <https://www.planprogramasdestudio.sep.gob.mx/>
- Selener, D. (1997). *Participatory action research and social change*. Cornell University Participatory Action Research Network.
- Universidad Veracruzana. (2021). Especialización en Promoción de la Lectura (EPL). <https://www.uv.mx/epl/>
- Vallejo Moreu, I. (2020). *El infinito en un junco*. Siruela.

We Are Social y Hootsuite. (2022). *Informe Global sobre el entorno digital 2022* (actualización de julio). <https://www.hootsuite.com/es/resources/digital-trends-q3-update>

Yepes Osorio, L. B. (2005). *No soy gángster, soy un promotor de lectura, y otros textos*.

Biblioteca Pública Vital.

BIBLIOGRAFÍA

- Bal, M. (2018). Reading and writing experiences of middle school students in the digital age: Wattpad sample. *International Journal of Education & Literacy Studies*, 6(2), 89–100.
<http://dx.doi.org/10.7575/aiac.ijels.v.6n.2p.89>
- Barton, D., Lee, C. (2013). *Language online. Investigating Digital Texts and practices*.
 Routledge.
- Bearne, E. (2003). Rethinking Literacy: Communication, Representation and Text, Reading. *Literacy and Language*, 37(3), 98–103. <https://doi.org/10.1046/j.0034-0472.2003.03703002.x>
- Cassany, D. (2005). *Investigaciones y propuestas sobre literacidad*. Universidad de Concepción de Chile. <http://www2.udec.cl/catedraunesco/05CASSANY.pdf>
- Cassany, D. (2006). *Tras las líneas*. Anagrama.
- Cassany, D. (2017). Aproximaciones a la lectura crítica: teoría, ejemplos y reflexiones. *Tarbiya, Revista de Investigación e Innovación Educativa*, (32), 113-132.
<https://revistas.uam.es/tarbiya/article/view/7275>
- Cassany, D. (2019). *Laboratorio lector. Para entender la lectura*. Anagrama.
- Celaya, J. (2008). *La Empresa en la WEB 2.0*. Planeta.
- Chomsky, N. (2011). Language and other cognitive systems. What is special about language? *Language Learning and Development*, 7(4), 263–278.
- Cuestas, P., y Saez, V. (2020). Tecnologías digitales, comunidades virtuales y nuevas formas de leer ¿Qué está pasando en el sector editorial juvenil en Argentina? *Álabe*, 22, 1-19.
<https://doi.org/10.15645/Alabe2020.22.9>

- Engestrom, Y. (1987). *Learning by Expanding: An Activity Theoretical Approach to Developmental Research*. Orienta-Konsultit.
- Fenwick, T., & Tennant, M. (2004). Dimensions of adult learning: Adult education and training in a global era adult education and training. *Allen & Unwin*, 55–73.
- Garrido, F. (2004). *Para leerte mejor*. Paidós.
- Gil, J. (2011). *Hábitos lectores y competencias básicas en el alumnado de Educación Secundaria Obligatoria*. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Guardado da Silva, C., y Catanho, C. (2021). Bookstagram y los mercados editoriales estadounidense y portugués. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (53), 25-41. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2021.i53.02>
- Hernández y Hernández, D. (2006). Reseña de "Writing Space: Computers, Hypertext, and the Remediation of Print" de Bolter, J. *CPU-e, Revista de Investigación Educativa*, (2),1-4. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=283121711008>
- Jaakkola, M. (2019). From re-viewers to me-viewers: The #Bookstagram review sphere on Instagram and the uses of the perceived platform and genre affordances. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 10(1-2), 91–110. https://doi.org/10.1386/iscc.10.1-2.91_1
- Martín Collado, J. (2003). *La experiencia de la lectura. Estudios sobre literatura y formación*. Fondo Cultura Económica.
- Parodi, G. (Coord.). (2011). *Saber leer*. Aguilar.
- Peirce, C. S. (1986). *La ciencia de la semiótica*. Nueva Visión.
- Petit, M. (2001). *Lecturas: Del espacio íntimo al espacio público*. Fondo de Cultura Económica.

- Prensky, M. (2001), Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
<https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Rodríguez-Chavira, G., y Cortés-Montalvo, J. A. (2021). Mediación tecnológica en el fomento de la lectura y la escritura en adolescentes. *Sinéctica*, (56), 1-19.
[https://doi.org/10.31391/S2007-7033\(2021\)0056-005](https://doi.org/10.31391/S2007-7033(2021)0056-005)
- Salazar Ayllón, S. (2006). Claves para pensar la formación del hábito lector. *Allpanchis*, 37(66), 13-46. <https://doi.org/10.36901/allpanchis.v37i66.492>
- Sastrías, M. (1998). *Cómo motivas a los niños a leer*. Sosaeta.
- Saussure, F. (1945). *Curso de lingüística general*. Losada.
- Siguiet, M. (2020a). Donner à voir le lecteur sur les réseaux sociaux numériques: «Bookstagram», entre nouveaux régimes de visibilité et iconographies standardisées. *Études de communication*, 11(54), 113-134. <https://doi.org/10.4000/edc.10203>
- Siguiet, M. (2020b). Le #Bookporn sur Instagram: poétique d'une littérature ornementale? *Communication & langages*, 1(203), 63-80. <https://doi.org/10.3917/comla1.203.0063>
- Siguiet, M. (2020c). *Homotopies littéraires et images partagées. Figurations du lecteur, du livre et de la lecture sur trois plateformes numériques (YouTube, Instagram, Tumblr)* [Thèse de doctorat, Sorbonne Université]. HAL science ouverte. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-03260336>
- Torre de la-Espinosa, M. (2019). El fenómeno Booktube, entre el fandom y la crítica literaria. *Álabe*, (21). <https://doi.org/10.15645/Alabe2020.21.6>
- Van-Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.

Varela, M. (1999). *La promoción de la lectura desde la biblioteca escolar* [Trabajo de maestría inédito]. Universidad de Los Andes.

Vigotsky, L. S. (1995). *Obras Escogidas*. Pueblo y Educación.

Wilhelm, J. D. (2016). Recognising the Power of Pleasure: What Engaged Adolescent Readers Get from Their Free-Choice Reading, and How Teachers Can Leverage This for All. *The Australian Journal of Language and Literacy*, 39(1), 30–41.

http://wbnrextas.s3.amazonaws.com/wilhelm_2016.PDF

APÉNDICES

Apéndice A

Cuestionario diagnóstico

Para efectos de este trabajo se muestra el cuestionario diagnóstico del libro club “Leonora Cuervo” en este formato. Sin embargo, el original fue contestado por los participantes en el software de administración de encuestas Google Forms.

1- Arroba de Instagram y nombre completo (Incluye todos los signos de tu arroba):

2- Lugar de procedencia (Por favor coloca país/estado o derivados):

3- Correo electrónico:

4- ¿Qué edad tienes?:

5- Identidad de género:

6- Indica tu último nivel de estudios concluido:

7- ¿Te gusta leer?

8- ¿Cuántos libros/e-books leíste el año pasado?:

9- ¿Qué otros materiales de lectura consumes?:

10- ¿Te consideras un lector? ¿Por qué?

11- ¿Cuántas horas a la semana dedicas a leer?

12- ¿En general, consideras leer como una actividad placentera?

13- ¿Cómo definirías la lectura por placer?

14- ¿Cómo es tu entorno ideal para leer?

15- Cuando piensas en lo que leías antes y lo que lees ahora, en la actualidad lees...

 Menos que antes

 Lo mismo

 Más que antes

16- ¿En qué soportes lees más?

 Libro impreso

 Computadora

 Smartphone

 Kindle

 Tablet

17- Si en la pregunta anterior mencionaste soportes electrónicos, ¿cómo aprendiste a usarlos?

18 - ¿Tienes conexión a Internet en tu casa?

 Sí

 No

19- ¿Cuánto tiempo al día te conectas a internet en promedio?

 Menos de 1 hora

 De 1 a 2 horas

 De 2 a 3 horas

 De 3 a 5 horas

 Más de 6 horas

20- De los siguientes dispositivos ¿Con cuáles te conectas con mayor frecuencia a internet?

 Smartphone

 Laptop

 Ordenador

 Tablet

 Smart TV

21- ¿Dónde utilizas Internet con más frecuencia?

 En casa

 Trabajo/oficina/escuela

 Indistintamente

22- ¿Con qué frecuencia acostumbras a leer libros en formato digital en Internet?

(Nunca) (Casi nunca) (Ocasionalmente) (Frecuentemente) (Muy frecuentemente)

23- ¿Qué nivel de competencia digital crees que posees para tu vida diaria?

(Insuficiente) (Básico) (Intermedio) (Avanzado)

24- ¿Qué entiendes por alfabetización digital?

25- ¿A qué otras redes sociales perteneces?

 Twitter

 Facebook

 Tik Tok

 YouTube

 Reddit

 Otro (s)

26- ¿Qué tanto utilizas las redes sociales para informarte?

(Nunca) (Casi nunca) (Ocasionalmente) (Frecuentemente) (Muy frecuentemente)

27- ¿Por qué te gusta formar parte de una red social?

Para estar en contacto con mis amistades Para mantenerse al día con noticias y eventos actuales

Por entretenimiento Para rellenar el tiempo libre Razones laborales

Para compartir contenidos como fotos o vídeos con otros Para investigar/encontrar productos para comprar Para conocer gente nueva

28- Tu uso de la aplicación Instagram es...

(Muy bajo) (Bajo) (Intermedio) (Alto) (Muy alto)

29- De los siguientes temas ¿cuáles son los tres que buscas con mayor frecuencia desde tu perfil de Instagram?

Política Educativos Arte Espectáculos Moda Libros

Culturales Tecnología Salud Música Cine Medio Ambiente

30- ¿Cuál consideras que son las 3 funciones principales de Instagram?

Entretener Informar Comprar en línea Conocer gente Opinar

Educar Ver contenido visual Compartir publicaciones

31- ¿Qué tipo de contenidos publicas con mayor frecuencia en tu perfil de Instagram?

Textos Imágenes con textos Sólo imágenes Videos No publico nada

32- Desde tu experiencia, ¿Qué tanta credibilidad tienen las noticias que circulan en Instagram?

(Nada creíble) (Algo creíble) (Creíble) (Muy creíble)

33- ¿Cuál crees que sea el nivel de dominio que tienes para comunicar ideas en Instagram?

(Considera tus conocimientos y habilidades para comunicar ideas a través de recursos como stories, reels y feed)

(Muy bajo) (Bajo) (Medio) (Alto) (Muy alto)

34- ¿Cuál es tu nivel de dominio sobre los recursos que ofrece Instagram como red social?

(Hipervínculos, cámara, buscador, stories, reels, feed, editor de imágenes y videos)

(Muy bajo) (Bajo) (Medio) (Alto) (Muy alto)

35- ¿Conoces el término #Bookstagram? Sí No

36- ¿Compartes opiniones sobre las lecturas que realizas? ¿Dónde?

() Redes Sociales (Youtuber, Instagram, Twitter, Facebook, Reddit, etc)

() Platico con otras personas en vivo

() No lo hago

37- ¿Has participado en otros círculos, clubs o talleres en línea de lectura? Sí No

38- Marca los géneros literarios que más leas

() Narrativo (novela, cuento, leyendas, etc)

() Lírico (poesía: elegía, oda, sátira, soneto, etc)

() Dramático (tragedia, comedia, drama, etc)

() Didáctico (ensayo, cartas, discursos, etc)

39- ¿Te gustan las temáticas de terror en general? Sí No No estoy segurx.

40- ¿Cuál es tu opinión acerca de la temática de terror en la literatura?

41- ¿Cuál es el último texto de terror que leíste?

42- ¿Qué autores del género de terror conoces?

43- Marca los autorxs que conozcas

() Alberto Chimal () Katherine Howe () Edith Wharton

() Alejandra Pizarnik () Mariana Enríquez () Edgar Allan Poe

() Lafcadio Hearn () Eliza Lynn Linton () Thomas Parnell

() Koji Suzuki () Amparo Dávila () Ryū Murakami

Antonio Malpica Charlotte Mew Thomas Ligotti

44- ¿Qué otras temáticas literarias te interesan?

Fantasía Romance Viajes Otros: _____

45- ¿Cuáles son las razones por las que eliges una lectura?

Por recomendación Por el autor Por el género Por reseñas en internet

46- Crees que leerías más...

Si tuvieses más tiempo Si obtuvieses más placer al leer

Si las historias fueran más cortas Si los libros/e-books fueran más baratos

Si leer fuera más fácil Si tuvieras mejores recomendaciones

Si trabajara menos

47- Cuando realizas una lectura ¿buscas complementarla con información como datos históricos, curiosos o la biografía del autor?

Sí, siempre lo hago No lo acostumbro Depende la lectura

48- ¿Cómo encontraste este libro club de terror?

Recomendación directa de otra persona Sugerencia de algoritmo de Instagram

Cartel compartido desde un perfil alterno

49- ¿Qué horario te acomoda mejor para las sesiones del libro club?

Mañanas Tarde-noche Indistinto

50- ¿Cuál fue el motivo por el que te inscribiste a este libro club?

Mejorar hábitos de lectura Pertenecer a una comunidad virtual

Gusto por el terror Curiosidad Aún no estoy seguro de los motivos

Apéndice B

Cartografía lectora

“*Para nada me asusta el peligro, pero sí la consecuencia última: el terror*”. Edgar Allan Poe (Boston, Estados Unidos, 1809 - Baltimore, id., 1849) Poeta, narrador, crítico estadounidense y uno de los mejores cuentistas de todos los tiempos.

¿Qué inspira esta cartografía?

Las siguientes preguntas fueron las interrogantes principales para hacer la selección de textos para el grupo de intervención:

- ¿Por qué los miedos son tan diversos?
- ¿Hay miedos que producen nostalgia?
- ¿Qué clásicos de terror no se han leído?
- ¿Qué podemos aprender de un género como el terror?
- ¿Qué diferencias existen entre el terror y el horror?
- ¿Qué sensaciones solemos confundir con el miedo?

Propósitos de la cartografía:

- Dar una visión histórica sobre el género del terror-horror.
- Divulgar nuevas autoras, datos históricos y curiosidades.
- Entender el valor estético del género.
- Hallar referencias "terroríficas" en la cultura de masas.
- Mostrar la enorme diversidad del género.
- Reflexionar sobre el proceso lector de los participantes del proyecto de intervención a través de las obras escogidas.

División de material de lectura dividido por temáticas

Ni el cielo, ni el infierno: almas de cementerio:

- Bécquer, G. A. (2000). *Gustavo Adolfo Bécquer. Obras selectas*. Edimat.
- Kuttner, H. (1936). *Las ratas del cementerio*. Weird Tales. 3
- Maupassant de, G. (2021). *Cuentos completos de terror, locura y muerte*. Valdemar.

Los árboles petrificados de Amparo Dávila:

- Dávila, A. (2009). *Cuentos reunidos. Amparo Dávila*. EFE.
- Dávila, A. (2011). *Amparo Dávila. Poesía reunida*. EFE.

Todos los caminos llevan a Salem...:

- Howe, K. (2014). *El libro de las brujas. Casos de brujería en Inglaterra y en las colonias norteamericanas*. Alba Clásica.
- Lovecraft, H.P. (2021). *Narrativa completa / Vol. II*. Valdemar.

Pesadillas japonesas:

- Ito, J. (2022). *Junji Ito, lo mejor de lo mejor N.1*. Panini Manga.
- Sakaguchi, A. (2013). *En el bosque bajo los cerezos en flor*. Satori.

La condesa sangrienta de Pizarnik:

- Pizarnik, A. (2012). *La condesa sangrienta*. Libros del zorro rojo.

Miedo a la realidad: terror social:

- Chimal, A. (2015). *Los atacantes*. Páginas de espuma.
- Enriquez, M. (2017). *Los peligros de fumar en la cama*. Anagrama.
- Melchor, F. (2021). *Páradais*. Random House.

Leonora Cuervo:

- Allan Poe, E. (2022). *Edgar Allan Poe. Narraciones extraordinarias*. Valdemar.

Círculos de poesía gótica y de terror:

- Dickinson, E. (2015). *Antología bilingüe. Emily Dickinson*. Alianza Editorial.
- Cuenca de, L. A. (2018). *Poemas góticos*. Reino de Cordelia.

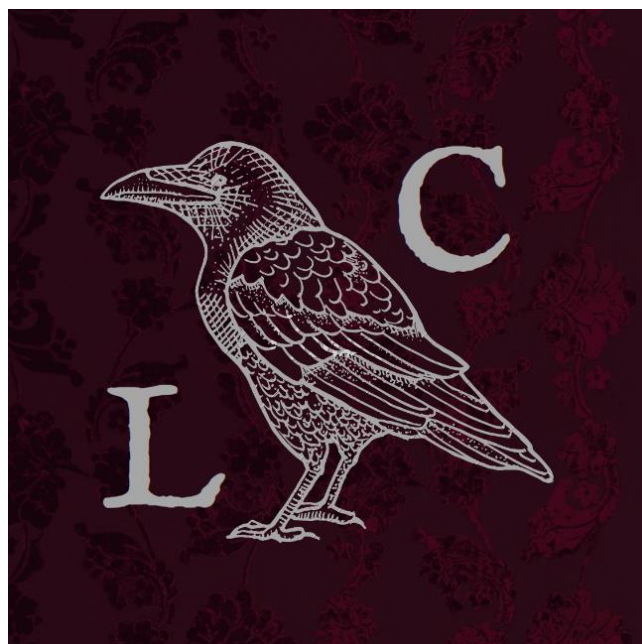
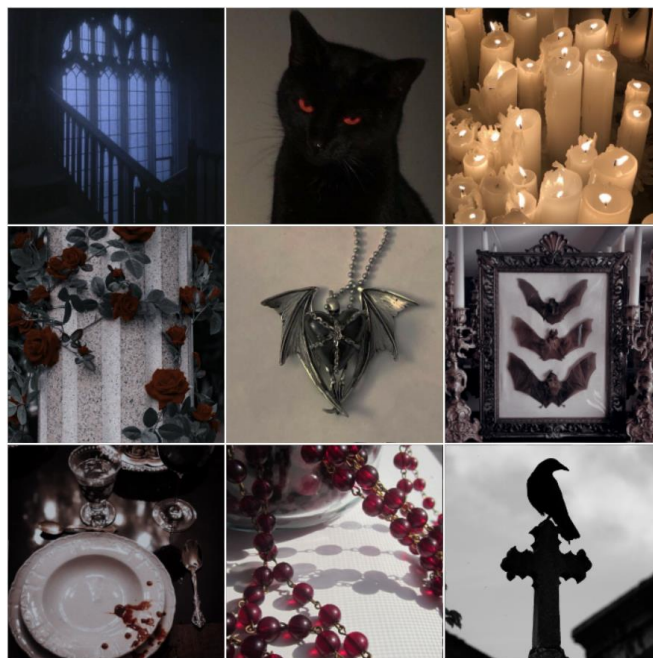
“Para mí el género de terror es muy importante, lo que pasa es que se terminó marginalizando por un montón de cuestiones que exceden muchísimos análisis [...] Los más jóvenes lo tienen muy incorporado en sus lecturas y en su literatura. Hace muchísimo tiempo que dejó de ser un entretenimiento y pasó a ser una influencia más crucial, más profunda”

Mariana Enríquez.

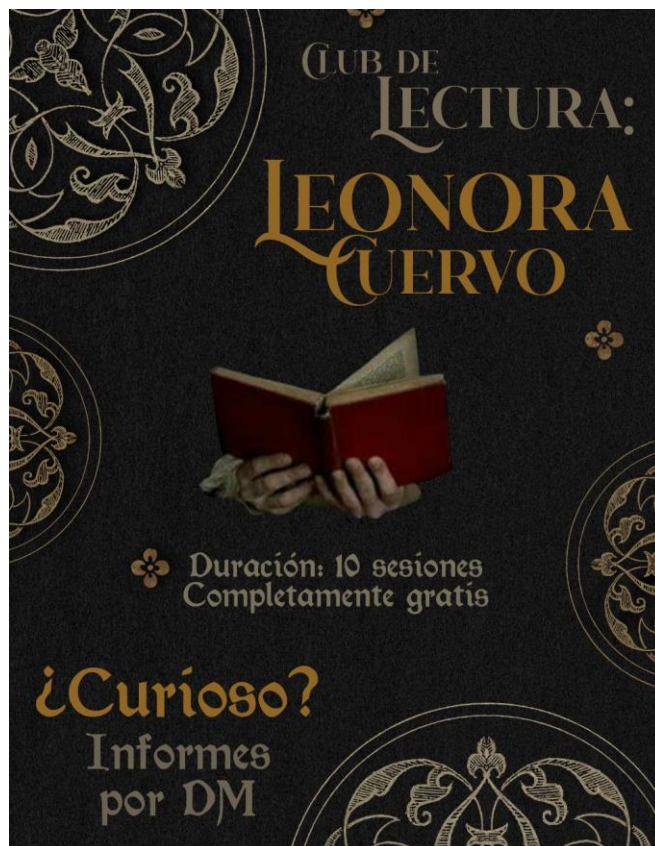
Apéndice C

Materiales para Instagram

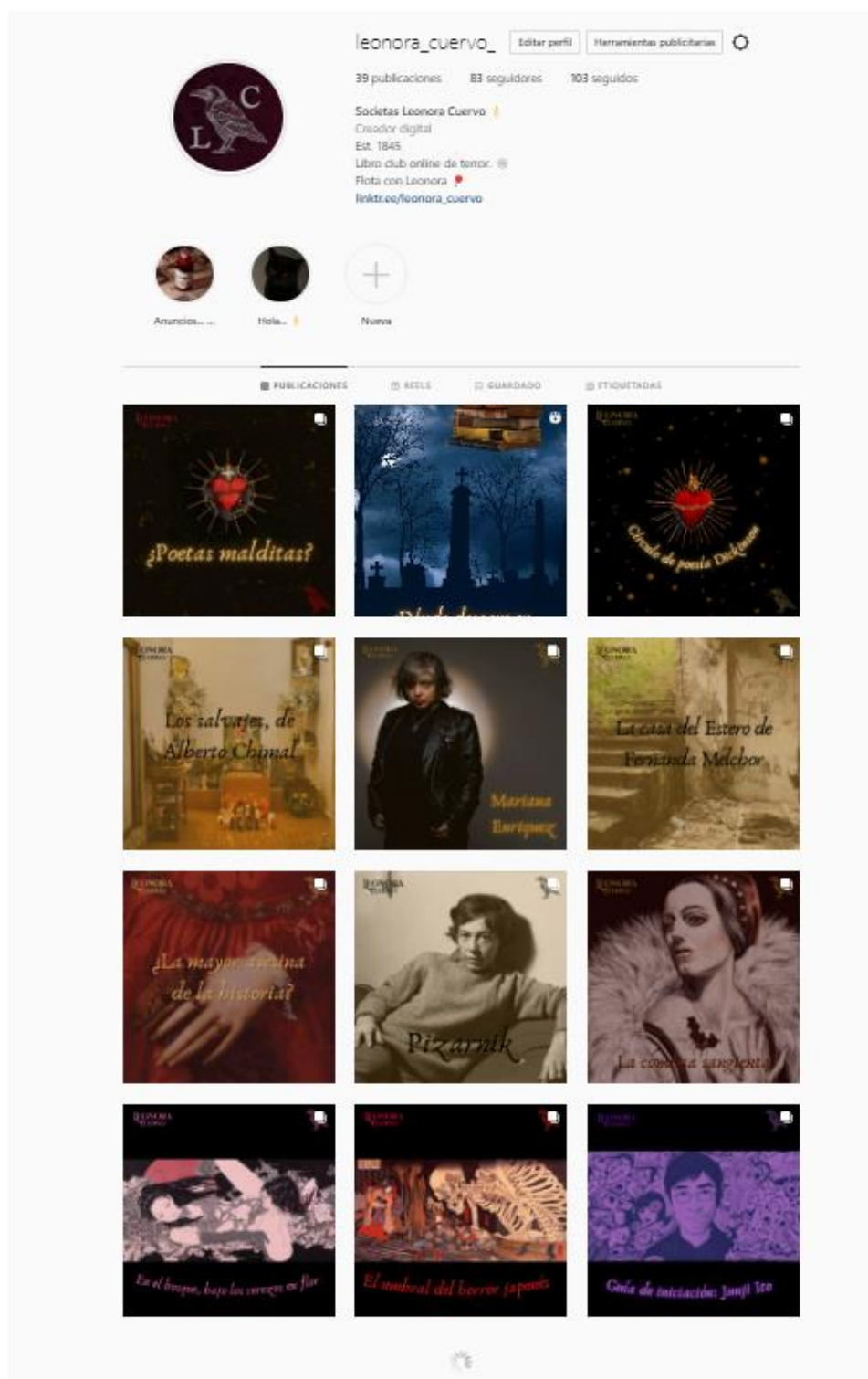
Logotipo:

*Feed* previo de Instagram:

Cartel preventivo:



Vista general de *feed* de Instagram con algunos contenidos:



Vista general de instrucciones para el libro club:

LEONORA CUERVO

Los postulados de Leonora

1. Cada semana se harán *dos series de lecturas cortas*.
(cuentos, poemas, ensayos, etc.) de una temática en específico.
2. Al feed de Instagram se subirá *material que refuerce esas lecturas*.
3. Recuerda que *tu participación es muy importante en los post, stories y videos*.
4. *Todo opinión cuenta, no todas las lecturas deben ser satisfactorias o entretenidas*. Expresa lo que sientas.
5. *A la semana se harán dos sesiones vía Zoom para comentar las lecturas en vivo, participar en dinámicas y crear una comunidad lectora virtual*.
6. Aunque hay temáticas, *Leonora acepta todo tipo de propuestas, seguramente tú tienes una recomendación que alguien más está esperando leer*.
7. *¿No te dio tiempo de terminar alguna lectura?, no importa ve con calma, lo importante es que disfrutes*.
8. *Debate, comenta, opina. Leonora es tu espacio*.



Ejemplo de publicación en Instagram



LEONORA CUERVO

10 datos curiosos sobre Edgar Allan Poe

1. Se cree que aprendió a leer y a calcular a través de las **lápidas del cementerio**, pues su padre adoptivo tenía un negocio de ellas, entre otros muchos.
2. El comerciante escocés **John Allan** se hizo cargo de él sin adoptarlo formalmente y le dio el nombre por el cual lo conocemos.

Apéndice D

Escala de participaciones por sesión

Participación en sesiones vía Zoom.

Participación en la cuenta de Instagram de “Leonora Cuervo”.

Participación para lecturas semanales en el libro club.

Nombre: _____

Fecha: _____

Criterios	1	2	3	4	5	N/A
Se interesa en la discusión/tema.						
Participa con frecuencia en la discusión/tema.						
Sus argumentos abonan a la conversación.						
Aporta información y/o material adicional.						
Comenta las publicaciones en Instagram.						
Reacciona o da <i>likes</i> a las publicaciones en Instagram.						

Contesta las encuestas y debates de las <i>stories</i> en Instagram.						
Comparte materiales o información para subirla a Instagram.						
Propone lecturas y materiales para leer en el libro club.						
Comparte archivos de lecturas para los otros participantes del libro club.						
Comparte escritos de su autoría para los otros participantes del libro club.						

Apéndice E**Bitácora de sesiones**

Temática de sesión:		Número de sesión:	
Fecha de sesión:			
Planeación de la sesión:		Actitudes y comentarios presentados durante la sesión:	

GLOSARIO

Alfabetización digital. Se define como la habilidad para realizar tareas dentro de la red. Incluye la capacidad para leer e interpretar los textos, sonidos, imágenes; así como producir contenido multimedia para otras comunidades digitales.

Asíncrona. Son los sucesos que no tienen lugar en completa correspondencia temporal con otro proceso o con la causa que lo produce. Dentro de la red y este trabajo, se toma para materiales publicados que permanecen en un espacio y que pueden ser consultados a la hora o momento que las personas decidan.

Bookstagram. Comprende la unión de la palabra Instagram y *book*, que significa libro en inglés. Bookstagram es una comunidad que se ha creado dentro de la *app* para expresar los gustos literarios de los usuarios a través de contenido multimedia.

BookTube. Se refiere a la comunidad de usuarios de YouTube que crean vídeos relacionados con libros. Normalmente este contenido está orientado al análisis de los textos, recomendaciones, comentarios, entre otros aspectos.

Cartografía lectora. Una cartografía lectora es un mapeo específicamente diseñado para acompañar el camino lector de una persona o un grupo específico.

E-book. Es un libro en formato digital, desarrollado para ser leído en dispositivos electrónicos como ordenadores, *tablets*, *smartphones* o los lectores de libros electrónicos.

Fanfics. Hace referencia a relatos de ficción escritos por fanáticos de algún producto cultural o una persona.

Feed de Instagram. Es el tablero que muestra las publicaciones de una cuenta en orden cronológico. Las imágenes o videos de esta sección son normalmente lo primero que ven los usuarios de esta red social.

Likes. Son la manera que tienen los usuarios de reaccionar hacia las publicaciones que les gustan.

Mediador de lectura. El mediador de lectura es una persona que funge como puente vivo entre las lecturas y los lectores, de manera que facilite el gusto y dialogo por estos.

Reels. Es una herramienta de la red social Instagram que permite a los usuarios crear videos cortos, mediante funciones de grabación y edición. Además, también se usan efectos, stickers, audios, música, entre otros elementos.

Sincrónica. Se dice a las actividades o suceden que deben realizarse al mismo tiempo. En el mundo digital pueden incluirse sesiones en como videoconferencias.

Stories. Son contenidos audiovisuales de la plataforma Instagram que, a diferencia de las publicaciones normales, solo duran 24 horas y desaparecen.

Zoom. Es una plataforma de videollamadas utilizada principalmente en el ámbito educativo y laboral. Su uso aumentó tras la pandemia de COVID-19.