

Promoción de la lectura en espacios virtuales: el caso del Portal de Lectores y Lecturas de la Universidad Veracruzana¹

Promoting Reading in Virtual Spaces: The Case of the Portal of Readers and Readings from the Universidad Veracruzana

SERGIO ANTONIO LÓPEZ ACOSTA
A. OLIVIA JARVIO FERNÁNDEZ

Universidad de Veracruzana
México
sergioalopezacosta@gmail.com
ojarvio@uv.mx

(Recibido: 28-06-2017;
aceptado: 20-05-2018)

Resumen. Este artículo presenta un estudio de caso: del Portal de Lectores y Lecturas (www.uv.mx/lectores) de la Universidad Veracruzana (UV), en el que se muestra una estrategia para promover la lectura no utilitaria a través de internet. Este Portal, a manera de blog, contiene artículos, noticias y otros textos relacionados con la lectura, así como reseñas de algunos libros publicados en la Colección Biblioteca del Universitario, una colección de literatura establecida por el escritor Sergio Pitol. Se analizó el diseño del Portal para seleccionar el contenido apropiado y la manera más atractiva de mostrarlo. El objetivo fue que los potenciales lectores lo visitaran y encontraran temas interesantes y de su agrado. La estrategia se planeó dirigida a jóvenes, aunque no exclusiva para ellos. Se exponen el marco referencial, los antecedentes, la estrategia metodológica y se muestran algunos resultados, así como sugerencias para un plan de mejora.

Palabras clave: *hábito de lectura; lectura digital; tecnología digital; programa cultural; enseñanza de la lectura.*

Abstract. This article presents a case study: that of the Portal of Readers and Readings (www.uv.mx/lectores) from the Universidad Veracruzana, which is shown to promote non-utilitarian reading through the Internet. This Portal, as a blog, contains articles, news and other texts related to the promotion of reading, as well as reviews of some books published in the Colección Biblioteca del Universitario, a collection of literature established by the writer Sergio Pitol. The design of the Portal is analyzed to show how the appropriate content is selected and presented in the most striking way. This article will show that the objective of the Portal is for potential readers to visit it and find interesting topics they like. Content was mainly aimed at young people, although not exclusively. The referential framework, background, methodological strategy and some results are shared in this study, as well as suggestions for improvement.

Keywords: *reading habits; digital reading; digital technology; cultural projects; cultural program; teaching reading.*

¹ Para citar este artículo: López Acosta, Sergio A. y Jarvio Fernández, A. Olivia (2018). Promoción de la lectura en espacios virtuales: el caso del Portal de Lectores y Lecturas de la Universidad Veracruzana. *Alabe* 18. [www.revistaalabe.com] DOI: 10.15645/Alabe2018.18.3

1. Introducción

“La libertad es uno de los más preciosos dones que a los hombres dieron los cielos; con ella no pueden igualarse los tesoros que encierran la tierra y el mar: por la libertad, así como por la honra, se puede y debe aventurar la vida”.

- Don Quijote de la Mancha

Esta cita guarda una verdad que ha trascendido naciones y épocas: la libertad como rasgo que todos los hombres y mujeres anhelan. Pero ¿qué ha conducido a encontrar tal significado en esas palabras? En gran medida la interpretación a dicha frase se debe a la lectura.

Leer es una actividad privilegiada del ser humano que nos lleva a construir mundos y conocer otras vidas. No se podría saber el significado de la frase de Miguel de Cervantes ni el mismo Cervantes hubiera podido construirla sin la lectura; sin las experiencias que los libros provocan y que nos hacen adquirir maneras de pensar y de expresarnos. Alguna vez Mario Vargas Llosa narró que al conocer Dublín se sintió traicionado, ya que no se parecía a lo que James Joyce escribía: “Esa ciudad alegre y simpática de gentes exuberantes que me atajaban en medio de la calle para preguntarme de dónde venía y me invitaban a tomar cerveza no se parecía mucho a los libros de Joyce.” Y sigue: “no tenía la densidad, la sordidez ni la metafísica grisura del Dublín de la novela. ¿Habían sido alguna vez, ambas, la misma ciudad?” (Vargas Llosa, 2002).

De ese modo nos podemos dar cuenta que la ciudad de la que habló el autor en libros como *Dublinenses* y *Ulises*, en realidad no fue descrita sino inventada. El Dublín de Joyce distaba tanto de la verdadera Dublín que lo que quedó fue una realidad alterna, muy superior en dramatismo, a la que sólo es posible acceder mediante las palabras escritas. Eso es el poder de la lectura. Transportarnos y mutar lo conocido en desconocido, lo posible en lo imposible. Desde las cosas más simples hasta las ficciones más irrealizables. Y es que adquirimos capacidades imaginativas, creativas y de discurso gracias a la lectura literaria, pues evocamos imágenes, lugares, voces y diálogos internos, y esto es sólo el principio, pues la amplitud de la lectura no se limita a este género. Están también los textos científicos, periodísticos, etc., cada uno con sus aportes para moldear nuestras capacidades cognitivas. Ante ello, la promoción de la lectura es un tema primordial en el desarrollo de la sociedad, removiendo esa antiquísima concepción de que “es sólo un pasatiempo”.

Con el avance en las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) la cultura también ha evolucionado a pasos agigantados. La transición del papel al territorio digital ha sido larga, pero ya nos encontramos en un punto donde nos resulta casi imposible vivir sin internet. Tenemos libros digitales, redes sociales y sitios web, donde comunidades de diversos tipos trabajan en prácticamente cualquier rubro. Desde que los *smartphones* definen el mercado de la telefonía, las *Apps* se han diversificado. La tecnología cambia y con ella la forma en que leemos.

Es así como los espacios virtuales han ganado más terreno, destacando la aparición de diversas opciones de educación que en esta modalidad, tienden a ser más flexibles, interactivas y donde se aprovechan los recursos que hoy en día utilizan gran parte de ciudadanos. El tema de la promoción de la lectura tiene aquí grandes posibilidades, ya que los espacios virtuales se constituyen en idóneos para acercarse a los grupos de estudiantes que permanecen, cada vez con mayor frecuencia, conectados. En la UV, el Programa Universitario de Formación de Lectores (PUFL) puso a disposición de su comunidad el Portal de Lectores y Lecturas (ww.uv.mx/lectores), el cual se creó para compartir contenidos de promoción de la lectura con la comunidad universitaria, especialmente con los estudiantes. Lo cierto es que para que cumpla su objetivo, es de gran importancia desarrollar un trabajo sistemático y permanente que sea acorde a los cambios que estos espacios tienen y no deje de ser atractivo para la comunidad para la cual fue elaborado. Así el presente trabajo tuvo como objetivo valorar el impacto del Portal de Lectores y Lecturas y establecer una propuesta de desarrollo que fuese atractiva para acercar a nuevos usuarios.

Para poder intervenir en este espacio se analizaron las secciones que lo conforman, sus lineamientos, objetivos y manera de operar. Un recurso para medir el impacto del Portal fueron las redes sociales. Gracias a las estadísticas de Facebook y Twitter fue posible llevar un conteo mensual de las visitas y conocer los temas que más se compartieron a través de dichas redes. A partir de aquí, se consideró una propuesta de diseño que fuese atractiva y se valiera de la multimedia (video y audio). Después se consideró evaluar el desempeño y efectividad del trabajo, utilizando las redes sociales además de conformar un grupo para aplicar un cuestionario que calificó al Portal tomando en consideración aspectos de navegación, diseño y lectura.

El fundamento teórico, que robusteció el apartado metodológico, consideró el estudio de los elementos distintivos en estos ambientes, como lo son el hipertexto, la hipermedia, el aprendizaje por medio de las nuevas tecnologías, la teoría constructivista, así como una revisión de *blogs* escolares y sitios web de editoriales.

Este artículo se elaboró a partir del proyecto de intervención que realizó el primer autor, y que presentó en la Especialización en Promoción de la Lectura (EPL) de la UV, en el año 2016, acorde a los lineamientos establecidos en el plan de estudios de este programa de posgrado; el trabajo estuvo dirigido por quien aquí aparece como segunda autora. Cabe aclarar que para mantener vigente la información, se consultó y posteriormente se añadieron nuevas fuentes, de los años 2017 y 2018 en algunos apartados. Este artículo presenta un marco referencial, el desarrollo del problema y objetivos, se describe el estudio de caso y se concluye con los resultados, discusión y sugerencias.

2. Antecedentes

La lectura se ha integrado, cada vez en mayor medida, como una competencia de gran valor para el desarrollo sociocultural de los países. Leer es una acción que no se restringe a oralizar las palabras en un texto; es un proceso de interacción, una relación entre lo leído y el lector, quien al decodificar, abstraer e interiorizar el lenguaje escrito gracias a sus conocimientos y experiencias previas puede elaborar su propio significado y una nueva realidad cognitiva y reflexiva (Domínguez & Pérez, 2009). De tal forma se reconoce que el significado no es una propiedad innata del texto leído sino una construcción personal.

Al realizar lecturas del género literario se tiene oportunidad de viajar a lugares asombrosos, conocer sobre culturas, explorar e imaginar pero sobre todo este tipo de lectura llega a los estratos más profundos de los seres humanos. Es así como los lectores asiduos desarrollan su percepción y sensibilidad, lo cual influye en la capacidad de emitir juicios en relación a su contexto. A mayor capacidad para recrear significados se pueden formular interpretaciones más complejas, profundas y fieles de su entorno.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2000) considera a la lectura un pilar en la educación y la difusión del conocimiento, así como una manera de superación individual y colectiva del ser humano, por lo que se le ha impulsado especialmente en el entorno digital y tecnológico. Más reciente aún es la incorporación de la competencia lectora en el objetivo 4 de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible de las Naciones Unidas, donde se hace énfasis en trabajar por una educación de calidad y crear así los pilares que garanticen el aprendizaje a lo largo de la vida (ONU, 2015).

La migración de los medios analógicos al ambiente digital ha creado nuevas formas de leer que transforman la comunicación, un suceso sólo equiparable con el nacimiento de la imprenta de Gutenberg. Hoy, la mayoría de textos se publican en medios electrónicos para alcanzar al mayor número de personas posibles. El traslado a este formato de periódicos con mucha tradición así como las obras de referencia son un indicador de lo que está sucediendo. Vemos, como un ejemplo paradigmático de esta mutación, a la Enciclopedia Británica, que dejó de publicarse en formato físico desde 2012 (Arévalo, Cordón & Gómez, 2015). Durante esta transición, el texto ha pasado de un cuerpo único, lineal e inamovible a ser un mosaico interactivo, que vincula múltiples bloques de información, con otra connotación de prácticas comunicativas y formas lingüísticas (Casany, 2006). Las primeras características distintivas de estas nuevas expresiones son el hipertexto y la multimedia. El hipertexto, entendido como las lecturas que no son lineales y están interconectadas con otros documentos mediante *links*. La multimedia, refiriéndose a formas de comunicación tales como videos, animaciones, audio, texto, símbolos, imágenes, dibujos. Cuando ambas se utilizan conjuntamente nace la hipermedia, un lenguaje del internet que, mediante nodos, permite al lector trazar caminos de lectura sobre lo que le interesa. A partir de estas prácticas es que evolucionan los procesos cognitivos

implicados en la lectura y la escritura. La hipermedia permite recuperar información de acuerdo a nuestras necesidades y preferencias, siempre que tengamos nociones claras sobre el uso de la información para estructurar el contenido y lograr un equilibrio entre la libertad de exploración y la lectura comprensiva (Fainholc, 2006).

Los usuarios de formatos digitales aumentan día a día. En la UV se reporta que más del 95% de universitarios utilizan dispositivos electrónicos de lectura todos los días (Jarvio, 2018) y es el grupo de estudiantes donde el incremento ha sido considerable, sobre todo con los teléfonos inteligentes o *Smartphone*. Para ellos representa una excepcional oportunidad en la lectura y sobre todo en la búsqueda de información, pero que a su vez puede ser una tarea desorientadora, inconexa o descontextualizada, por lo que se precisan estrategias y herramientas de organización que permitan el máximo provecho de su experiencia lectora.

Desde 1998, en Estados Unidos, El Hindi (1998) reporta cómo se reformularon los paradigmas del aprendizaje aplicando programas escolares que inculcaban el uso del internet para que los alumnos de primaria se familiarizaran con un nuevo tipo de literacidad navegando en la red, de un *link* a otro, interactuando con video, imagen y sonido. Estos eran los primeros pasos para que el internet entrara de lleno en las actividades del alumnado como un medio capaz de potenciar su autonomía.

3. Portal de Lectores y Lecturas de la Universidad Veracruzana

La UV crea en el año 2007 el PUFL como un proyecto institucional con el objetivo de acercar a un gran número de universitarios a prácticas de lectura que vayan más allá de considerarla una herramienta académica, sino que además sirva como vehículo de promoción hacia la formación integral del universitario, fomentando la lectura voluntaria o por placer. Existe el apoyo de las autoridades universitarias en la financiación y acompañamiento en las actividades que se realizan.

Los objetivos particulares son: (1) Dar a conocer el estado actual de la práctica de la lectura en los distintos sectores de la comunidad universitaria; (2) Promover en todos los medios lecturas voluntarias, paralelas a la lectura con fines utilitarios; (3) Ofrecer talleres, salas y círculos de lectura en todos los ámbitos de la comunidad universitaria; (4) Promover la lectura de las obras publicadas por la institución y en especial de la Colección Biblioteca del Universitario, (5) Desarrollar acciones de extensión basadas en la promoción de la lectura entre sectores de la sociedad con los cuales la institución tenga acciones de vinculación (casas de la universidad, talleres libres, brigadas universitarias, niños, ancianos, etc.), y por último (6) ofrecer programas que permitan la profesionalización de la promoción de la lectura a través de la experiencia educativa Taller para promotores de lectura y de la EPL (Especialización en Promoción de la Lectura), programa de posgrado que en 2018 obtuvo el reconocimiento de máxima calidad en México, que es el nivel de Competencia internacional, por parte del Consejo Nacional de Ciencia y

Tecnología (CONACYT) y la Secretaría de Educación Pública. Ante esto, el Portal de Lectores y Lecturas se ha convertido en un espacio que permite tener una relación permanente con los interesados en la lectura, donde se recomiendan libros, lecturas, autores y se dan a conocer las actividades del PUFL.

4. Marco teórico

La lectura, en su término más amplio, es una actividad fundamental para conocer, comprender, consolidar, analizar, sintetizar, criticar y construir los nuevos saberes de la humanidad. Es el mejor estimulante para la curiosidad intelectual y científica, capaz de despertar aficiones e intereses y facilitar la exposición del pensamiento e ideas. Robles (2003) señala que los estudiantes mexicanos deberían dedicar al menos 13 horas semanales a la lectura (entre lectura obligatoria y hedónica), pero sólo el 15.9 % de los alumnos de universidades públicas y el 15.2 % de planteles privados destinan más de 10 horas sólo a la lectura de textos escolares. De acuerdo a los resultados de la última encuesta realizada en la Universidad Veracruzana en 2018, el mayor porcentaje responde leer entre 3 y 5 horas a la semana (Jarvio, 2018). Esto significa que la mayoría de los estudiantes no ocupan el mínimo de horas requerido para sus actividades escolares y que los que lo hacen es para cumplir sus tareas y no como un hábito placentero.

El desarrollo tecnológico ha transformado la lectura tradicional que se realiza en el soporte impreso, a una lectura que se realiza a través de pantallas: televisión, teléfono celular, tabletas, entre otros (Gómez, García, Córdón y Alonso, 2016), donde no sólo son la ventana en que se exponen al mundo sino que son espacios dinámicos donde confluyen diversas actividades, incluyendo la lectura por placer. En la educación, las fuentes de información que proveen las bibliotecas digitales son ahora herramientas indispensables para cualquier disciplina, y dada su riqueza en contenidos, se constituyen en el medio idóneo que integra el conocimiento especializado de una lectura académica. No obstante, el uso que se da a estos medios en nuestro país sigue siendo limitado. Los datos obtenidos en la última Encuesta Nacional de Lectura 2015 refuerzan esta afirmación y exponen que en México 63% usa internet todos los días aunque el uso se circunscribe mayoritariamente a buscar información, enviar correos electrónicos y para chatear, siendo de las últimas: escribir, leer libros, revistas y periódicos. La lectura de libros en formato digital sólo la reporta un 3.3% a diferencia de un 86.6% que dice hacer sus lecturas en libros impresos. De manera particular, en lo que se refiere a la lectura de libros científicos, de igual forma un 77% responde hacerlo en impreso y sólo un 23% en formato digital. (CONACULTA 2015). Los resultados de la primera encuesta de prácticas lectoras en la UV, publicada en 2008, establecía que la comunidad universitaria mayoritariamente dedicaba como máximo 5 horas de lectura a la semana, y tan sólo el 2 % dedicaba entre 21 y 30 horas semanales. También se menciona que en un año, el 17.4 % de los estudiantes leían un sólo libro, seguido del 15.4 %, que señaló haber leído dos, y únicamente el 4.1 % leyó más de 10. Según estos datos, se tenía un promedio total de 4.18 libros leídos al

año en la comunidad universitaria de la UV (Castro, Garrido, Jarvio & Ojeda, 2008). A diez años de distancia, en el último estudio de 2018 se reporta un promedio de 5.1 libros leídos al año y un incremento moderado de la lectura en soportes electrónicos, pero sobre todo se ratifica que la lectura en soportes digitales se utiliza primordialmente para la búsqueda de información (Jarvio, 2018; Jarvio y Ojeda, 2018).

5. Leer en internet

El internet es una herramienta imprescindible para la transmisión, recopilación y difusión de la información en la vida cotidiana. Domínguez y Pérez (2009) la definen como una enorme red de comunicaciones de ámbito mundial que permite la interconexión de sistemas informáticos.

De acuerdo a Cavallo y Chartier (1997) la lectura no está previamente inscrita en el texto, sino que existe una distancia entre el sentido que transmite una vez que ha adquirido forma definida en el dispositivo portador de lo escrito y lo que potencialmente son capaces de realizar los lectores una vez que se encuentran ante éste. En consecuencia el texto existe sólo en la medida en que hay un lector que lo lee. Así, las estrategias de promoción de la lectura en la era digital deben ajustarse a la evolución de los dispositivos, nutriéndose de teorías relacionadas con la comunicación digital, los hábitos de lectura en internet y las ventajas y desventajas del entorno virtual. Entender la lectura a un nivel digital es entender la plataforma donde se desenvuelve, además de los patrones de comportamiento que se asocian a este desarrollo.

La relación con la pantalla se remonta a la existente entre la televisión y el “video-niño”, ese ser humano educado para tele-ver incluso antes de saber leer y escribir, que sufría de una atrofia y pobreza cultural, y la pérdida de la capacidad lingüística (Sartori, 1997). El paradigma ha evolucionado, ya que hoy los “nativos digitales”, concepto de Mark Prensky para referirse a quienes han crecido acostumbrados al entorno de internet, se han vuelto mucho más interactivos y críticos en el entorno virtual. El influjo tecnológico, presente cada vez más en los aspectos de la vida cotidiana homogenizan a la sociedad, aunque paralelamente generan una división en las interacciones y formas de comunicación emergentes. Las nuevas generaciones mantienen una estrecha relación con los dispositivos móviles y las computadoras, desarrollando una identidad social en el ciberespacio. Por ello, actualmente la lectura digital además de fuente de información es una forma de interacción que manifiesta la autonomía crítica de los usuarios de internet.

El constructivismo rompió el paradigma del estudiante como un recipiente vacío que debía ser llenado con el conocimiento del maestro y le dio un papel participativo donde se asume que es curioso por naturaleza, capaz de formular respuestas a sus propias preguntas. Internet da libertad para que el estudiante navegue en cualquier página web, no solamente recolectando información, sino compartiéndola y creándola. Es así como los “usuarios-autistas”, como Trejo (1995) les llamó, se convierten en agentes activos de

la red y los sitios web dejan de ser el objetivo mismo o el final de la comunicación para transformarse en las plataformas que posibilitan la interrelación entre una comunidad que comparte intereses comunes. “Los nativos digitales” aprenden a amoldarse por necesidad a las exigencias del entorno virtual. Se habla entonces de nuevas literacidades, habilidades, conocimientos y actitudes lingüísticas, cognitivas y sociales que se manifiestan para poder comunicarnos con la tecnología digital.

Aun así, debemos recordar que la lectura exige nuestra concentración para el desciframiento de un código exterior al texto y la construcción de sentido, acción que a su vez fortalece la verbalización y la socialización de la persona.

6. El uso de blogs y sitios web

Las aproximaciones metodológicas de los *blogs* y sitios web surgen a principios de este siglo. El *blog* ha permitido que se inmiscuyan profesores y alumnado en un ciclo de interacción autosustentable que se nutre de las críticas, el debate, las cuestiones y el análisis de los temas. Mientras que un sitio web sirve para mostrar información al mundo y tener una amplia visibilidad, el *blog* pone fin al uso pasivo del internet, favoreciendo la escritura activa en un ambiente estimulante. España destaca entre los países hispanohablantes, con el mayor porcentaje en creación y uso de blogs (Garrido, 2008). Santoveña (2011) reporta, por ejemplo, que la mayoría de *bloggers* en este país son hombres, además que se ubican entre 30 y 40 años de edad. Muchos son profesionales, inclusive con grado de maestría o doctorado.

Bloggear es en sí un nuevo alfabetismo que facilita el proceso de enseñanza-aprendizaje integrado en un contexto social desarrollado sobre la base de la inteligencia colectiva. El éxito del *blog* y del sitio web depende en gran medida de su apariencia, pues es difícil acercarse al público joven con un diseño convencional, pasivo, sin imágenes, *links*, ni movimiento.

Los *blogs* y páginas web de promoción de lectura actuales entrelazan reseñas de libros, artículos, opiniones, videos y noticias relacionadas a eventos culturales que involucran autores reconocidos, así como el desarrollo de planes de estudio de la lengua española. Un ejemplo concreto es el Centro Virtual del Instituto Cervantes, institución pública creada en España en 1991 para la promoción y la enseñanza del español y de las lenguas cooficiales (Centro Virtual Cervantes, 2014). En su sitio se muestra cómo el Instituto se mantiene presente en diferentes ferias de la lengua, de la educación y del libro, para dar a conocer al público general y especializado sus objetivos: la promoción de la enseñanza del español en todo el mundo y la difusión de la cultura en español.

En México el uso de *blogs* y sitios web también es amplio. Está uvejota (uvejota.com), creado por la Licenciada en Bibliotecología del Colegio de Bibliotecología de la UNAM, Verónica Juárez Campos, en el cual se aborda de lleno los temas de la bibliotecología e información. En sus propias palabras ella escribe: “Este blog surge como una

necesidad de hablar del acontecer diario del mundo de la información, las bibliotecas y los centros de documentación en México” (uvejota.com, 2017). Su contenido muestra artículos sobre temas actuales de lectura social, algunos de los cuales se apoyan con videos. Se divide en varias secciones donde pueden leerse los artículos más recientes y revisar la actividad del blog en Twitter; además tiene una sección especial (blogroll) para ver otras subsecciones como “leer en pantalla”, “uvejota en Tumblr” y *links* que conducen a otros sitios web de promoción de lectura.

También existe librosmexico.mx, comunidad virtual en torno a la lectura que se compone de las secciones: Catálogos, para saber dónde encontrar una extensa selección de títulos comercializados en México; Módulos, para hallar lugares ideales de lectura cerca de tu ubicación, tales como librerías, bibliotecas, centros de lectura, salas de lectura y paralibros; y Profesionales, plataforma dirigida a los profesionales del mundo del libro (librosmexico.mx, 2017).

Otro sitio web destacado es Langosta Literaria, subdivisión mexicana de la editorial Random Penguin House, en el cual abundan reseñas, artículos y videos. Su apartado Langosta TV aloja video-reseñas de booktubers conocidos en México y en Conjura Semanal se publican artículos que abren posibilidades de debate literario (langostaliteraria.com, 2017).

Específicamente en el ambiente académico Revista UNAM (s.f.) comenta que el uso de *blogs* está muy ligado a la promoción de la lectura y la escritura, así como a la adquisición de habilidades de comunicación, y son de gran utilidad en la enseñanza del periodismo, ciencias de la comunicación, lenguas extranjeras y en la impartición de talleres de redacción y literatura. Dicha casa de estudios creó dos experiencias con *blogs*. La primera fue una bitácora del curso de Psicología Educativa del grupo 2632 de la Facultad de Psicología de la UNAM que operó desde marzo de 2003, sirviendo como un medio de comunicación entre los profesores y alumnos. Su última información presentada fue del jueves 10 de junio del 2004; y la segunda, un espacio de comunicación virtual para la materia Actualización Periodística de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón (hoy Facultad de Estudios Superiores) de la UNAM, que admitía la participación de quienes desearan sumarse al debate de la clase, independientemente si eran o no alumnos. Su autor fue el profesor Jorge Sánchez Badillo, quien impartía la cátedra y desarrollaba las actividades a través del *blog*.

7. La importancia de los reviews de libros

Los *blogs* y sitios de internet que promocionan la lectura usan al *review*, reseña o recomendación, por ser una forma eficaz de explicar los aspectos generales del libro y dar una opinión personal del mismo. A los *reviews* se les define como una introducción y comentario de un libro nuevo por parte de un crítico o especialista, aunque en internet los libros que se reseñan no sean siempre nuevos y los críticos puedan o no ser profesio-

nales de la literatura. Por lo tanto, el *review* se convierte en un *review* abierto, realizado por una revista, un sitio web de librería, una compañía de libros o un individuo de manera independiente (Random House Webster's dictionary, 2014).

Estos reviews son el recurso para informar sobre la calidad y cualidad de los libros y así los lectores sepan de qué literatura se trata. Huang y Yang (2008) demostraron que los individuos que leen confían en el mercadeo de la comunicación para decidir qué libros adquirir; por lo tanto, a mayor interés por un determinado libro, más información buscarán sobre este.

Huang y Yang también propusieron tres factores que motivan a los lectores a conseguir un libro:

- 1) Necesidad de información para cognición. Se refiere a los estímulos externos e internos necesarios para crear la atracción hacia el libro.
- 2) Relación o apego. Es el grado en el que el libro le importa al comprador. Este factor se involucra con las creencias o sentimientos y también tiene que ver con el concepto u opinión personal que el comprador tenga de un producto. Entre más fuerte sea la relación más probabilidades hay de que el consumidor lea un review y ponga atención a lo que dice.
- 3) El efecto de la lectura por placer (hedónica). Son los beneficios y placeres percibidos por la lectura del libro y la búsqueda que condujo a obtenerlo.

Se probó que los compradores acuden al internet para cerciorarse si la elección de un libro ha sido la indicada y casi siempre prefieren comparar sus opiniones con las de otras personas sobre un mismo texto. En el caso de la lectura por placer es común que el individuo analice los comentarios de otros lectores antes de adquirir un libro y así evitar una lectura decepcionante. La orientación social cobra mayor importancia ya que las opiniones de otros influyen nuestras decisiones. Si un libro tiene muchos reviews positivos es probable que tenga mucha más aceptación entre los lectores.

8. Contexto de la intervención y objetivos: el caso de estudio

Dado que el Portal de Lectores y Lecturas cuenta con un programa de difusión, es factible ampliar consistentemente las acciones de promoción. Este proyecto se enfocó en promover el valor de la lectura, haciendo énfasis en su importancia en el desarrollo cultural y social, promoviendo al mismo tiempo que la comunidad universitaria trabajara en conjunto. El objetivo general fue acercar a la comunidad a la lectura por placer, utilizando como herramienta el portal en sus secciones: *Blog* de lectores y lecturas, Títulos de la CBU, Cuentos y Lectura, apoyándose de elementos de la hipermedia, mediante la creación de contenido literario, académico, cultural y artístico, con una perspectiva crítica y especializada. También se plantearon cinco objetivos particulares: (1) Incrementar el alcance del portal dentro de la comunidad universitaria; (2) Ampliar las opciones de lectura mediante la creación de nuevo contenido: reseñas, artículos y videos; (3) Generar

una mayor interacción entre los temas publicados en el portal y la comunidad universitaria a través de las redes sociales; (4) Estimular el pensamiento crítico sobre temas sociales y culturales; y (5) Impulsar la participación de la comunidad universitaria en la construcción del portal mediante textos de diferente índole, desde artículos, reviews u opiniones sobre temas de actualidad.

9. Metodología

El estudio se desarrolló en la ciudad de Xalapa, Veracruz, durante un lapso aproximado de seis meses, de febrero a julio de 2015. La sede de operaciones fue la Unidad de Servicios Bibliotecarios y de Información (USBI) Xalapa, bajo la orientación de la segunda autora del presente trabajo. Se estudió el diseño, secciones y vínculos, temática y el uso del boletín mensual del portal, mediante el cual promovían sus publicaciones a través de e-mail. Posteriormente se analizaron las secciones del portal. Dado que la política de la UV impedía cambiar determinados ítems de la página web, se identificaron las secciones que podían ser modificadas para cambiar su contenido. Se ocuparon cuatro secciones (Blog, Lecturas, Títulos de CBU y Cuentos), las cuales se describen a continuación junto con los elementos que se modificaron:

- *Blog*: formado por otras subcategorías tituladas “Artículos”, “Audios”, “*Blogroll*”, “Cartas”, “Cuentos”, “Escritos cortos”, “Fragmentos”, “Encuestas”, “Ensayos”, “Entrevistas”, “General”, “Grandes escritores”, “Homenajes”, “Recuerdos”, “Poemas”, “Premios” y “Sobre libros”.

Se reubicó el contenido de “Cuentos”, “Escritos cortos” y “Fragmentos”, a otra sección del Portal que ya existía, titulada *Cuentos*.

En la misma sección de *Blog* se creó la nueva categoría titulada “*Reviews* de Libros” donde se integraron los que se elaboraron.

- *Lecturas*: esta sección se subdividía en otras tres secciones llamadas “Bocado completo”, “Una probadita” y “Efemérides”.

Se buscó ampliar las opciones de lectura mediante la creación de una sola sección dedicada a “Poemas”, así como la publicación de fragmentos o capítulos de novelas dentro de la sección “Una probadita”.

En la sección *Lecturas* se creó la subsección “Video-Reseñas”, las cuales sirvieron en conjunto con los *reviews* para promocionar lo que se escribía en el Blog del portal.

- *Títulos de Colección de la Biblioteca Universitaria (CBU)*: contenía la colección CBU, que ha sido publicada por la editorial de la UV. En este momento estaba integrada de 45 obras clásicas elegidas por el escritor mexicano Sergio Pitol. Cada título contiene un prólogo escrito por un académico de la UV, experto en dicha obra. Esta sección no se alteró, en cambio, se usó como guía para realizar los primeros *reviews*.

- *Cuentos*: en esta sección se conjuntaron algunos relatos de diversos géneros,

tanto de autores famosos como poco conocidos, de distintas épocas y nacionalidades. También se integraron pequeños comentarios que explicaban más a fondo los cuentos, similar a los prólogos de los títulos de CBU.

Los *reviews* de libros se elaboraron tomando como referencia cuatro elementos: Introducción: Datos sobre la obra, sobre el autor, razones por la cual la obra en cuestión merece darse a conocer. Breve sinopsis de la obra: Síntesis de la trama (de ser novela) o del tema en general. Aspectos a destacar: Principales elementos de la obra, aspectos destacables, contexto del autor y de la escritura del libro. Opinión personal y conclusión: Opinión que invite a realizar la lectura del libro, donde se mencione la importancia de la obra. Una conclusión que refuerce esta invitación y deje en claro la intención de la obra y del autor.

Los *reviews* fueron colocados en el *Blog* del portal dentro de una sección que se creó especialmente para ellos denominada “*Reviews* de libros”. Posteriormente se llevó a cabo la difusión mediante Facebook y Twitter, y se midió su alcance. En Facebook mediante las estadísticas de la página del administrador; para Twitter se utilizó la herramienta de estadísticas *Alexa Graffix*, que grafica la interacción que tenga la cuenta.

Se efectuaron ocho *reviews*, algunos de los cuales fueron realizados por otros miembros de la EPL. También se integraron reseñas escritas de las actividades del periodo escolar febrero – junio de 2015, así como avances de los proyectos de intervención de varios alumnos. Esto con el objetivo diversificar el contenido y dar a conocer el trabajo efectuado en la EPL.

Para potenciar el impacto de los *reviews* se grabaron cápsulas en video o video reseñas de aproximadamente tres minutos de duración, en las cuales se daban a conocer los *reviews* más recientes de manera breve y concisa. Las videoreseñas se colocaron en la videoteca de la UV debido a que la plataforma del portal no soporta archivos de gran peso. La videoteca de la UV proporciona el servicio *streaming* de videos no sólo al portal sino a otras páginas de la universidad.

Antes de grabar las video reseñas se tuvo la opción de cursar como materia optativa de la EPL, un curso de edición y manejo de programas de edición y video. El curso proveyó las bases de la teoría del lenguaje visual y la utilización del programa de edición Adobe Premier. Se efectuaron dos video reseñas: *Una mirada en la oscuridad* de Philip K. Dick (2002), y *Esta barca sin remos es la mía*, compendio de poemas de Carlos Pellicer (2008). Las video reseñas se compartieron en las redes sociales. Además de utilizar las estadísticas que ofrecen Twitter y Facebook para medir el impacto en los usuarios, se conformó un grupo enfoque de 10 usuarios a los cuales se les aplicó una serie de reactivos donde explicaran y calificaran su experiencia con el portal. Se tomaron en cuenta los aspectos estéticos, prácticos y la calidad de la lectura que se brindó.

10. Resultados del estudio de caso

La mayoría de los espacios virtuales en internet toman como indicadores la interacción generada con los usuarios a través de comentarios, *Likes* (me gusta), *Shares* (temas compartidos), cantidad de seguidores en las redes sociales y número de visitas. Los primeros resultados que se obtuvieron a partir del inicio del proyecto fue el aumento de seguidores en las redes sociales, principalmente en Facebook; concretamente el mayor impacto se obtuvo gracias a esta red. Se cuantificó un incremento promedio de 47 personas al mes, mientras que en Twitter el aumento fue mucho menor, apenas de 4.6 personas en promedio al mes.

Las publicaciones obtuvieron regularmente comentarios positivos, así como una gran cantidad de shares. El cuestionario que se ocupó para el grupo de enfoque fue una variación del test de Fainholc (2006), que mide el estado de satisfacción del usuario con el sitio web en cuestión. Lo integraban 18 reactivos cuya respuesta era SÍ y NO, además de un espacio para que el encuestado añadiera las observaciones que considerara pertinentes. La prueba se aplicó vía correo electrónico y chat de Facebook. En el plan de mejora se consideró que este instrumento debería aplicarse en un lapso determinado de tiempo para seguir evaluando la eficiencia del portal.

Las personas que respondieron fueron siete varones: uno de 25, dos de 26 años, uno de 31, uno de 28 y otro de 23; y cuatro mujeres de 19, 33, 25 y 40, años respectivamente. Se trató de que el grupo fuese lo más heterogéneo posible en cuanto a hábitos de lectura, por lo que se eligieron personas que visitaron el portal independientemente de si les gustaba leer de manera frecuente.

De acuerdo a las respuestas obtenidas la percepción de los aspectos generales del Portal de Lectores y Lecturas fue positiva. El nombre del sitio les pareció adecuado y los temas actuales. En cuanto a la navegación la opinión estuvo dividida, ya que a pesar de que la página tiene vínculos bien establecidos y una estructura organizada no consideraron amigable la navegación. El diseño gráfico es el que presentó más incomodidades, especialmente en el tipo de letra y la combinación de colores. Las imágenes, aunque no eran muy llamativas, fueron correctamente ocupadas y no afectaban la lectura de un modo negativo. A grandes rasgos el portal permitió la lectura cómoda, pero su diseño no es grato. Si bien cuenta con una ortografía cuidada y un léxico rico, los elementos multimedia como video y audio no mejoraron significativamente la experiencia del lector. Cabe aclarar que el diseño no depende de los administradores del portal ni de ninguna autoridad de la EPL o del PUFL, sino de las políticas establecidas en la institución para todas sus páginas web.

II. Discusión y recomendaciones

El diseño contiene elementos que son comunes en muchos sitios web, especialmente las imágenes en carrusel que muestran los temas más recientes y/o relevantes. Por separado son piezas que no tienen relación con la promoción de la lectura, pero en conjunto obtenemos una plataforma eficaz. No obstante, debido a la política de estandarización que utilizan los sitios web de la UV el diseño está limitado. Sus colores no tiene gran variedad, predominantemente se aprecian una gama de azules y verdes. La distribución de las ventanas tampoco resulta atractiva, pues hace que poca información resalte a primera vista para quien explora el sitio. Dicho esto, aunque el diseño no es favorecedor las secciones están ideadas eficientemente, mostrando tanto las actividades de la Universidad, novedades literarias, un mapa para ubicar la biblioteca USBI y curiosidades como una “cita del día”.

Según los resultados del cuestionario es necesario que el sitio tenga mayor variedad en el contenido, es decir, que se consideren temas más allá de los libros. Posiblemente la idea de incluir a más colaboradores, sean maestros o alumnos de otras áreas profesionales, brinde heterogeneidad. Es una ventaja que se cuente con la Colección Biblioteca del Universitario, ya que con sólo hacer reviews y video reseñas de cada obra se obtendría contenido exclusivo y útil tanto para la comunidad UV como para los amantes de la lectura. Otra ventaja del portal es su poder de convocatoria. La UV ha consolidado a lo largo de los años una posición privilegiada entre las universidades de todo el país, por tal motivo es necesario saber gestionar sus recursos.

El programa del portal es ambicioso desde su concepción. Pretende involucrar a toda la comunidad universitaria. Para conseguir esa meta se recomienda organizar un equipo de trabajo que se ocupe de los siguientes asuntos:

- a) Línea editorial. Permitiría ofrecer publicaciones de calidad. Se contaría con redactores, correctores de estilo, promotores de las redes sociales, editor en jefe y el administrador de la web. Quienes ocupen los puestos principales de director y editor en jefe, se espera, sean los especialistas en promoción de la lectura, que elegirían los temas y los programarían. Las publicaciones no tienen que ser numerosas, sino habituales, frecuentes y establecidas dentro de fechas que puedan cumplirse. La labor dentro del Portal debería ser la combinación de diferentes profesionales unidos por el hábito de la lectura.
- b) Uso de las redes sociales. Usar las redes sociales es una actividad casi inevitable. Con Facebook y Twitter se promocionarían las publicaciones de manera frecuente.
- c) Instrumento de evaluación. Todo proyecto debe incluir la posibilidad de ser medido y por lo tanto mejorado. En este sentido es importante conocer la opinión de los usuarios sobre qué tan efectivo es el Portal, conocer las preferencias de los lectores, el impacto que tiene el diseño de la web y la relevancia de las lecturas. El instrumento que se usó en esta intervención volvería a funcionar si se

hacen las modificaciones necesarias. En otra instancia, el instrumento puede ser también una encuesta dentro del sitio web que sirva para que los usuarios den su calificación al Portal cuando lo desee.

- d) Diversificación del contenido. El contenido podría diversificarse y no ser únicamente texto escrito. Existe la opción de video reseñas donde se recomienden libros, pero también de *podcast*. Expandir las opciones de contenido abriendo las puertas al cine, pintura, fotografía y otras disciplinas sería atrayente, siempre que la literatura sea el pilar fundamental.

12. Conclusiones

Los espacios virtuales abren grandes posibilidades a la promoción de la lectura, se expanden con notable rapidez y evolucionan constantemente; son dinámicos e interactivos, cualidades que gustan al navegar en internet. El texto va encontrando su camino en este espacio y ahora se añaden elementos interactivos imposibles de encontrar en un libro impreso. El lector se encuentra ante el reto de integrar y organizar toda esa información para apropiarse del significado de lo que lee. Esa tarea no es simple y necesita de la guía profesional para acercar la lectura en espacios virtuales a los usuarios.

Cada vez habrá más internautas en el mundo, por ende la promoción de la lectura tendrá que lidiar con una fuente inagotable de información. Si se desea que esta información se convierta en conocimiento útil, los estudiantes deberán ser selectivos y por lo tanto también críticos y conscientes de su entorno.

Con una labor de pocos meses se logró que más lectores se familiarizaran con el Portal de Lectores y Lecturas y que se unieran a las redes sociales. La visión de una comunidad estudiantil que tiene su propio portal donde se construya constantemente nuevo conocimiento es una oportunidad que no puede desaprovecharse. Para que el Portal de Lectores y Lecturas funcione con las sugerencias mencionadas se necesita coordinar primero a un pequeño grupo de personas y sobre la marcha ir sumando más interesados, pensando que sean los mismos estudiantes universitarios y promotores de lectura, los que lo enriquezcan con información relevante e integren las nuevas aplicaciones.

Referencias bibliográficas

- Arévalo, J., Córdón, J., & Gómez, R. (2015). *eBooks en Bibliotecas: gestión, tratamiento y aplicaciones*. Buenos Aires: Alfaguara.
- Cassany, D. (2006). *Tras las líneas*. Barcelona: Anagrama.
- Castro, C., Garrido, F., Jarvio, O., & Ojeda, M. M. (2008). *Prácticas lectoras en la Universidad Veracruzana*. México: Universidad Veracruzana.
- Cavallo, G., & Chartier, R. (1997). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Buenos Aires: Taurus.
- Centro Virtual Cervantes. (2014). CVC. *Centro Virtual Cervantes*. Obtenido en mayo de 2015 de <http://cvc.cervantes.es/>
- CONACULTA (2015). *Encuesta Nacional de Lectura 2015*. Obtenido en febrero de 2018 de file:///C:/Users/ojarvio/AppData/Local/Temp/encuesta_nacional_2015.pdf
- UNAM. Cursos y clases con blogs. (s.f.). En *Revista Digital Universitaria*. Obtenido en noviembre 2017 de <http://www.revista.unam.mx/vol.5/num10/art65/art65-5.htm>
- Dick, P. (2002). *Una mirada en la oscuridad*. Barcelona: Minotauro.
- Domínguez, D., & Pérez, M. (2009). *Internet y el hábito de la lectura en los universitarios. Innovación Educativa*. Obtenido en mayo de 2015 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179414968003>
- El-Hindi, A. (1998). *Exploring Literacy on the Internet. The reading teacher*, 51 (8) 694-700. Obtenido en febrero de 2017 de http://www.jstor.org/stable/20201988?seq=1#page_scan_tab_contents
- Fainholc, B. (2006). La lectura crítica en Internet: evaluación y aplicación de sus recursos. *Comunicar*, (26) 155-162. Obtenido en mayo de 2016 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15802624>
- Garrido, F., Lara, T. (2008) Perfil del Blogger Hispanoamericano. III Encuesta a Bloggers. En *Diálogos de la Comunicación*, no. 76, Ene-Abr. 2008. Obtenido de <https://tiscar.com/2008/02/20/perfil-blogger-hispano/>
- Gómez, D.R.; García, R. A., Córdón, G. J. A. & Alonso, J. A. (2016). *Leyendo entre pantallas*. España: Eds. Trea.

- Huang, Y. & Yang, W. (2008). Motives and consequences of reading internet book reviews. *The electronic library*, 26 (1), 97-110. Obtenido en mayo de 2016 de <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/02640470810851770>
- Jarvio, F. A. O. (2018). *Encuesta Prácticas y representaciones sociales de la lectura digital en la Universidad Veracruzana*. Investigación en curso.
- Jarvio, F.A.O., Ojeda, M.M. (2018). La lectura no utilitaria en la universidad en la era digital. Un análisis multivariante que ubica el texto impreso en la lectura de literatura. En *Palabra Clave* (La Plata) vol. 7, núm. 2. Argentina: Universidad Nacional de la Plata. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=350554796008>
- Langosta Literaria – Bienvenida. (2017). *Langostaliteraria.com*. Obtenido en mayo de 2017. <http://langostaliteraria.com/bienvenida/>
- Lectores y Lecturas – Programa Universitario – *Objetivos*. (2015). Uv.mx. Obtenido en <http://www.uv.mx/lectores/general/objetivos/>
- Librosméxico.mx – Inicio. (2017). *Librosméxico.mx*. Obtenido en <https://www.librosmexico.mx/>
- ONU (2015). *La asamblea general adopta la agenda 2030 para el desarrollo sostenible*. Obtenido en marzo de 2018 de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>
- Pellicer, C. (2008). *Esta barca sin remos es la mía*. México: Universidad Veracruzana.
- Random House. (2014). *Random House Webster's Unabridged Dictionary*. Londres. Random House.
- Robles, L. (2003, 16 de diciembre). El 80% de los alumnos escucha la radio o ve la TV mientras estudia. *La Crónica de Hoy*. Obtenido en abril de 2016 de <http://www.cronica.com.mx/notas/2003/99634.html>
- Santoveña, S. (2011). Incidencia de los nuevos alfabetismos en la mejora de la calidad de la enseñanza: el caso de los blogs. *Aula abierta* 39 (2) 59-68. Obtenido en abril de 2016 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3621299>
- Sartori, G. (1997). *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus.
- Trejo, R. (1995). *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*. México: Fundesco-Diana.

- UNESCO (2000). *Informe sobre la educación en el mundo*. España: Santillana.
- Uvejota: Blog de bibliotecas - Acerca. (2017). Uvejota.com. Obtenido en abril de 2017 de <http://uvejota.com/about/>
- Vargas Llosa, M.(2002). *La verdad de las mentiras*. Obtenido en abril de 2016 de <https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=nbGhCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=james+joyce+dublinese+mario+vargas+llosa&ots=N9oSciWNHZ&sig=afinfZD0ttcP7LizUJdmmeiqYPU#v=onepage&q=james%20joyce%20dublinese%20mario%20vargas%20llosa&f=false>