

Ponencia

Post ruptivos: De la experiencia de lectura a la creación de contenidos digitales.

Daniela Rivera, darivera24@poligran.edu.co

Natalia Lara, nlara@poligran.edu.co

Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano

Resumen

La lectura, es uno de esos temas de conversación -principalmente en los entornos académicos-, que llevan a conclusiones categóricas, y muchas veces precipitadas, pues más allá de analizar a profundidad cuáles son las prácticas que tenemos los jóvenes en relación con la cultura escrita, y con la forma en que esta habita nuestros entornos, lo que se suele hacer es reducir la conversación para afirmar que “definitivamente a los jóvenes no nos gusta, no nos interesa y no sabemos leer”. Y se reúnen allí, en una misma bolsa, a todas y todos los jóvenes, sin reconocer las particularidades que saltan a la vista entre nosotros y entre los contextos; por ejemplo, se cuestiona el uso y consumo excesivo sobre las redes sociales, pero se desconoce que justamente ha sido el ecosistema digital el que nos ha llevado –a muchos- a tener prácticas de lectura diferenciadas y permanentes, que quizá no se corresponden con las formas de leer hace décadas e incluso siglos, pero que, sin lugar a dudas, están configurando nuevos lectores.

Palabras clave: Promoción de lectura, redes sociales, creación de contenidos audiovisuales.

Post-ruptivos busca configurar una estrategia de promoción de lectura/creación enmarcada en la figura de un laboratorio, la cual pretende aprovechar el interés y habilidades de nosotros como estudiantes en el entorno digital, con el fin de que desarrollemos contenidos llamativos que fortalezcan nuestras habilidades en lectura, escritura y oralidad, con el fin de fomentar la lectura en otros públicos. En este sentido, es una apuesta por la reivindicación del uso que hacemos de las redes sociales, vinculando las prácticas de creación de contenidos digitales y la promoción de la lectura, la escritura y la oralidad.

El laboratorio nació en noviembre de 2021 bajo la figura de semillero, y desde el principio se ha planteado 2 frentes de acción: uno formativo y uno creativo. En el formativo recibimos herramientas para la promoción de lectura, y el fortalecimiento de habilidades para el manejo de redes sociales y la generación de contenidos. Por otro lado, en el frente creativo se abrieron espacios para: aproximarnos a diversos textos, intercambiar experiencias de lectura, y desarrollar propuestas para motivar a otros jóvenes a encontrarse con estos textos.

Más allá de pretender que los estudiantes leamos “más” o “mejor”, Post-ruptivos se ha venido consolidando como un escenario experimental donde asumimos desafíos de búsqueda y reflexión a través de diversas prácticas de lectura, a la vez que involucramos y motivamos a otros compartiendo nuestras experiencias como lectores. En este sentido el laboratorio le apunta a un trabajo de *metapromoción* de lectura, en el cual los jóvenes conversamos sobre las interpretaciones que hacemos frente a un texto en particular, construimos colectivamente una estrategia de promoción para cada texto, desarrollamos un producto audiovisual o sonoro con el cual invitamos a la lectura del mismo, y ponemos a circular el producto en las redes sociales del laboratorio.

Para noviembre del 2022, el laboratorio se ha consolidado en el escenario digital de Instagram gracias a las diversas estrategias que hemos implementado para presentarnos como grupo y para compartir experiencias de lectura de textos como “En el bosque” de Ryūnosuke Akutagawa, y “Un día perfecto para el pez plátano” de J.D. Salinger. Participamos activamente en la planeación y desarrollo del proyecto Bogotá Sinestésica, ganador de la “Beca para la creación o fortalecimiento de proyectos de promoción de lectura” de la Gerencia de Literatura de IDARTES 2022. Adicionalmente, hemos compartido esta experiencia en contextos académicos como REDCOLSI en el Nodo Bogotá, donde tuvimos un excelente desempeño y valoración por parte de los pares, lo cual nos permitió participar en este mismo evento a nivel nacional.

Proyectamos para el 2023, que Post-ruptivos logre consolidarse como un medio de comunicación con presencia en diferentes aplicaciones, manteniéndose dinámico en la generación de contenidos para sus plataformas, y configurarse como un modelo de promoción de lectura/creación desde el entorno universitario, capaz de proyectarse a otros escenarios a través de alianzas.

DESCRIPCIÓN - PREGUNTA:

¿De qué manera Post Ruptivos, laboratorio de creación y producción de contenidos, ha contribuido en la implementación de una estrategia de promoción digital de lectura liderada por jóvenes del Poli?

OBJETIVOS:

- Reflexionar sobre experiencias de lectura para comprender cómo nos relacionamos con un texto, para aplicar estos aprendizajes en la promoción de lectura.
- Explorar diferentes lenguajes para desarrollar contenidos creativos con el fin de hacer promoción de lectura, a través de Instagram, de los textos abordados en el semillero.

MARCO CONCEPTUAL:

Entendemos la lectura como una *práctica cultural* en constante evolución, por eso tampoco encontramos útil hablar de una lectura antes y ahora (antes ¿cuándo? y ahora es tal vez ¿después de Internet? o ¿a partir de la pandemia y las medidas de confinamiento? Estas son pues categorías un tanto caprichosas).

De esta manera, la práctica lectora será la síntesis del conjunto de acciones y operaciones con las que un sujeto interactúa con un discurso construido, a partir de una serie de sistemas simbólicos y procesos de producción de significación, y en el que intenta, más que llevar a cabo la comprensión como consumo de significado, insertarse en el flujo de producción social de sentido (Gutiérrez 2009).

Por la naturaleza de este proyecto no asociamos la lectura al libro o a la literatura exclusivamente, sino que más bien tratamos de entenderla asociada al uso de diferentes medios de comunicación, incluidas las mismas redes sociales. En esa medida retomamos y consideramos pertinente la teoría de los usos y gratificaciones de los medios, en la cual se identifican necesidades que tenemos los humanos y que pueden ser satisfechas por los medios. Katz, Gurevitch y Haas (1973) lograron consolidar un listado de 35 necesidades que se sintetizan en 5 categorías (Moragas, 2011, p. 105).

- Necesidades cognitivas (adquirir información sobre temas de interés)
- Necesidades afectivas (vivir emociones, placeres, sentimientos)
- Necesidades personales de integración (obtener estatus, credibilidad, autoestima, etc.)
- Necesidades sociales de integración (usar la información para la comunicación interpersonal, sustituir la compañía por el consumo de medios, etc.)
- Necesidades de liberar tensiones (evadirse, entretenerse, superar el aburrimiento, etc.)

DISEÑO METODOLÓGICO:

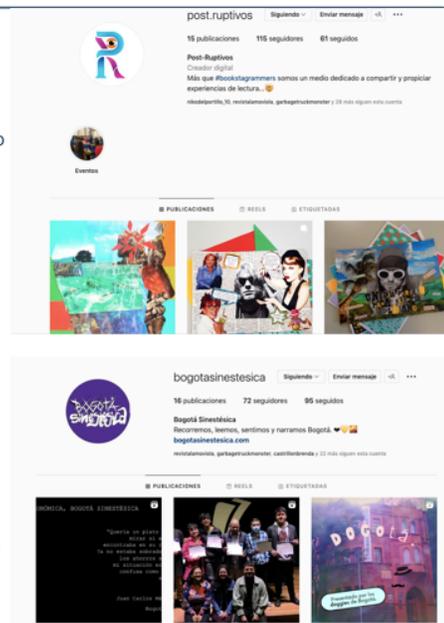


POLIEDU.CO

RESULTADOS - IMPACTO:

- * Creación y crecimiento del perfil de Instagram.
- * Permanencia y persistencia del grupo, lo cual permitió desarrollar un proceso continuo en el trabajo.
- * Participación en eventos académicos (RedColsi, **Compensar**, Encuentro de experiencias en investigación y creación).
- * Formación (Seminarios BiblioRed, taller Marketing digital con énfasis en Instagram). En conceptos, metodología, conocimiento en el manejo de la red social Instagram con un propósito definido.
- * Beca "Creación y fortalecimiento de proyectos de promoción de lectura", Gerencia de Literatura de IDARTES, para la implementación de la propuesta **BOGOTÁ SINESTÉSICA**.
- * Experiencias de lectura. Descubrimiento de nuevos autores y géneros, construcción de un espacio participativo, de intercambio de posturas, diálogo, escucha, intercambio de hipótesis de lectura.
- * Desarrollar una metodología de trabajo y un abordaje interdisciplinar, donde cada integrante aporta desde su experticia y sus saberes.

POLIEDU.CO



Bibliografía

Cecul, C. Viñas, M. (2015) Fomento de la lectura a través de las redes sociales.

Letras, Disponible

en https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.9123/pr.9123.pdf

Chartier, R. y Scolari, C. (2019). *Cultura escrita y textos en red*. Barcelona. Editorial Gedisa, S.A.

Cordón-García, J, (2016). La investigación sobre lectura en el entorno digital. *Métodos de Información* [en línea], 7(13), pp. 247-268. DOI: 10.5557/IIMEI7-N13-247268

González - Polo, M, & Rodríguez - Menéndez, M (2015). Acciones para la promoción de lectura desde la biblioteca universitaria. *EduSol*, 15(52),61-68. [fecha de Consulta 14 de Mayo de 2021]. ISSN: . Disponible

en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=475747193006>

Gutiérrez, E. (2009). Leer digital: la lectura en el entorno de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *Signo Y Pensamiento*, 28(54), 144 - 163.

Recuperado a partir

de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3734>

Jiménez, J. J. (2014). *La suerte de una experiencia*. Recuperado de:

<http://hdl.handle.net/10554/13487>.