

Instituto de Investigaciones Gino Germani**VI Jornadas de Jóvenes Investigadores**

10, 11 y 12 de noviembre de 2011

Julián Barsky (UBA) julijula@gmail.com

Gabriela S. Giba (UB) gsgiba@gmail.com

Eje problemático Propuesto: 4 Producciones y consumos culturales. Arte. Estética. Nuevas Tecnologías

Título de la Ponencia: GardelBas; una experiencia virtual en el fomento de la lectura**Resumen**

A través del uso de redes sociales y herramientas de tercera generación, se lleva adelante un proyecto de incentivo de la lectura, con el objetivo de “Acercar a los jóvenes las ventajas, hábitos y usos posibles para el libro a través del uso de las nuevas tecnologías, valorización del libro como objeto y como sujeto de cultura”.

GardelBAS es un portal virtual interactivo que permite el acceso a la información sobre eventos, concursos y otras actividades virtuales comunitarias de fortalecimiento de la lectura, e ingreso multimedia a material bibliográfico a través de redes sociales.

Este portal, nacido en el presente año a la luz de la nominación de Argentina como Capital Mundial del Libro para 2011, toma de idea generadora la utilización de distintos medios y soportes como forma de incentivar el acercamiento de la lectura y los autores a las nuevas generaciones.

El presente trabajo espera socializar y compartir las herramientas de acceso y crecimiento del portal, mostrando las ventajas y fortalezas de incorporar las nuevas tecnologías en la creación de comunidades culturales (en especial las vinculadas a la lectura) utilizando para ello las ventajas de Facebook, Twitter y Blogger, entre otros.

Se presentarán estadísticas de ingreso, generación de contenido y cifras sobre impacto en la comunidad receptora del proyecto en marcha. Asimismo, se mostrará la interacción generada entre las comunidades potencialmente lectoras, consumidoras de cultura y generadoras de bienes

culturales, en especial las abocadas a la literatura.

PARTE I - PROYECTO

Diagnóstico preliminar de situación

En la vida diaria, es común el escuchar la frase: "hoy ya no se lee". Además de convertirse en un lugar común que es parte del desánimo general frente a las nuevas generaciones, en la experiencia diaria docente, son múltiples las situaciones en que dicho axioma se verifica. En base a la observación directa de la situación existente en el alumnado receptor¹ en referencia a los bienes culturales, y en particular a los libros, las percepciones obtenidas son las siguientes:

- ▲ El libro es percibido como un objeto de estudio y no como objeto de esparcimiento
- ▲ La existencia, compra o intercambio de libros como forma de entretenimiento, no es parte de la práctica habitual en el ámbito hogareño
- ▲ La biblioteca es un lugar ajeno, poco visitado y no accesible a la comunidad objetivo
- ▲ La cultura proviene directamente de otros medios, cuyo conocimiento es obtenido a través de prácticas de formación y no de información.

Explorando la bibliografía específica sobre el tema, nos encontramos una diagnosis similar a la indicada. Según un informe sobre bienes culturales del año 2007 confeccionado por el Centro Cultural de la Cooperación, el perfil de quien no lee responde a:

"Un conjunto de motivos interrelacionados, que suenan a justificaciones más que a razones, sirven a los que no leen para explicar su actitud. Básicamente, se trata de un inventario de carencias: falta de tiempo, pocos momentos de tranquilidad, falta de concentración, ausencia de interés suficiente, ansiedad. Algunos, también acuden a una oposición entre realismo y evasión para justificar porque no leen. Según este argumento, que asocia la lectura únicamente con la literatura y la ficción, no leer es el precio a pagar por el realismo, un rasgo que se adquiere con el paso de la vida: [...]. Así, imaginación, concentración y lectura se disocian e impiden a los que no leen el acceso al libro. Y a la posibilidad de disfrutar, ejercitando la concentración. [...] Conciben el texto,

¹ Los responsables del proyecto, entre otras actividades, imparten clases docentes en nivel primario y medio.

estereotipadamente, como un puente al mundo de la ficción, de la irrealidad. [...]”.
(AA.VV, 2007:s/d)

En consecuencia de lo expuesto, se presenta como problemática a resolver las siguientes cuestiones que se consideran motoras del proyecto:

- ▲ Cómo acercar al libro a la comunidad potencial de lectores (tanto en forma de objeto como de sujeto cultural)
- ▲ Cómo replantear la competencia del libro frente a la existencia de herramientas virtuales que en función del común conocimiento se consideran “superadoras” del concepto del libro

El hábito de la lectura es una práctica que se adquiere a través de la instauración a largo plazo de rituales y experiencia adquirida a lo largo de la formación. Según Susana B. González, dicho hábito “*no se adquiere por arte de magia, sino que es el resultado de una serie de factores que interactúan en la creación de un ambiente propicio para la formación del [...] lector*” (González, S.B.; s/d).

Es evidente que la creación e incentivación del acercamiento al libro como objeto y como fuente de saber e información no puede estar alejada de las herramientas tecnológicas existentes y al alcance de la comunidad. Según las últimas cifras, el principal acceso a internet en Argentina se realiza a través de banda ancha y en las conexiones domésticas. Si tenemos en cuenta la penetración cultural de las nuevas tecnologías (un acceso a banda ancha cada tres habitantes)², podemos arriesgar que el acceso a la información se realiza principalmente a través del uso de la red global, delegando al libro como espacio de consulta y referencia.

Asimismo, el crecimiento exponencial de las redes sociales y en especial, la aceptación y utilización por los niños y adolescentes de dicho medio como favorito para la socialización, puede considerarse un espacio de ventaja estratégica al momento de generar espacios de fomento de nuevas conductas referidas a industrias culturales y hábitos sociales.

Por ello, las herramientas a explorar en el presente proyecto se centran principalmente en la creación de una comunidad virtual que comparta ciertos valores, entre los cuales se destacan tanto el acceso a redes sociales en forma habitual (facebook, twitter, etc.) como a internet.

2 Calculo estimativo propio entre población estimada para el año 2010 por INDEC para C.A.B.A. (3.058.309) y banda ancha existente en la región y distribución según el barómetro de banda ancha.

En relación al uso de internet como fuente informativa o de documentación, dicha utilización se suele realizar a través de los buscadores o espacios que son considerados habituales, pero sin el correspondiente análisis de su contenido. Según S. A. Balardini:

“En los ambientes virtuales que visitamos, hemos podido observar la ingente cantidad de información que los adolescentes ‘arrojan’ sin solución de continuidad. Sin embargo, esta información no siempre puede comprobarse y, en algunos casos, resultó claramente falaz, sin que sus emisores tomarán debida cuenta de ello.” [...] “Frente a este panorama, surge una nueva tarea, la de preparar a los jóvenes para filtrar, seleccionar y procesar la información, a diferencia de ayer, cuando se trataba de salir a buscarla ya que, frecuentemente, era escasa. Ahora la información desborda y los adolescentes participan del flujo activamente”. (Balardini, S. A., 2000; s/d)

Más optimista es la mirada de Gros Salvat, quien considera la utilización de redes sociales como la base y simiente para la construcción de las relaciones que rigen la vida de intercambio de los jóvenes. En relación al aprendizaje, indica que

“El aprendizaje colaborativo mediado por ordenador supone una posible vía de utilización que ofrece varias ventajas y que expresa dos ideas importantes. En primer lugar, la idea de aprender de forma colaborativa, con otros, en grupo. No se contempla al aprendiz como persona aislada sino en interacción con los demás. Se parte de la idea de la colaboración y, por consiguiente, compartir objetivos y distribuir responsabilidades son formas deseables de aprendizaje”.

(Gros Salvat, B., 2004:s/d)

Por todo esto el proyecto consiste, en una primera etapa, en la generación de una comunidad de pertenencia a través de la creación de un portal de contenidos que logre integrar al libro como objeto de consulta y esparcimiento.

Fundamentos del Portal “GARDELBAs”

El proyecto plantea como objetivo general “Acercar a los jóvenes las ventajas, hábitos y usos posibles para el libro en el ámbito cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a través del uso de las nuevas tecnologías, valorización del libro como objeto y como sujeto de cultura”.

Se consideran como objetivos particulares concurrentes al objetivo general:

- Vinculación de las nuevas generaciones de potenciales lectores con el beneficio y resultado esperable de la utilización del libro como objeto de cultura
- Incorporación de las herramientas virtuales como parte de la conexión necesaria para la puesta en contacto con la lectura como hábito
- Motivación al acercamiento y adopción del hábito de la lectura a través de la experiencia diagramada, paulatina y multimedial; mostrando otras posibilidades de acceso al conocimiento en ámbitos especializados tales como bibliotecas, editoriales y museos
- Generación de espacios de intercambio cultural a través de la utilización del libro virtual en rescate de la cultura histórica argentina y en particular de la Ciudad de Buenos Aires, a través de la instauración y acceso a materiales con diversos orígenes:
 - A) Libros digitalizados o a digitalizar con derechos de autor agotados o considerados de patrimonio de la humanidad
 - B) Aportaciones espontáneas de la comunidad con el objeto de compartir el espacio de lectura (sin objetivos comerciales).
- Vinculación entre las comunidades potencialmente lectoras, consumidoras de cultura y generadoras de bienes culturales, en especial las abocadas a la literatura.

La herramienta básica para el cumplimiento de este proyecto es la **creación y administración de un portal virtual interactivo** que permita el acceso a la información sobre eventos, concursos y otras actividades virtuales comunitarias de fortalecimiento de la lectura, e ingreso multimedia a material bibliográfico a través de redes sociales.

El presente trabajo se plantea la necesidad de introducir al libro como centro de discusión para la sociedad, reactualizando su concepto, dinámica y acceso a través de las nuevas tecnologías.

En esa dirección, las acciones del portal virtual se dividirán básicamente en dos partes:

Parte I: Contacto cultural en función de una comunidad de pertenencia que logre mostrar y facilitar espacios de encuentro entre literatura, literatos y potenciales lectores,

Parte II: Programa pautado de acercamiento a la lectura a través de la incorporación de ejercicios, juegos y concursos que lleven a la utilización del hábito de la lectura como una herramienta más a ser ponderada en la vida ciudadana.

El proyecto espera en el largo plazo:

- Revalorizar el libro como objeto y sujeto de cultura,
- Establecer espacios de transición para articular la lectura en el público infantil y adolescente,
- Aplicar nuevas tecnologías aceptadas por la comunidad receptora como acceso e implantación del hábito de la lectura,
- Generar lazos de comprensión y acercamiento al hábito de la lectura en las jóvenes generaciones.

El proyecto abordará los siguientes espacios de producción, resumidos en:

- I. Creación de la Comunidad virtual
- II. Creación e inclusión de contenidos en el Portal vinculados a:
 - a- *Calendario de eventos*
 - b- *Actividades de fomento*

Se espera también en el mediano plazo ampliar la oferta de actividades hacia el área docente a través de diversos recursos didácticos y áulicos útiles referidos al uso del libro como referencia en la adquisición de saber.

Creación de la Comunidad

El objetivo final de la identificación del usuario de la publicación permitirá crear una Comunidad Virtual, la cual reportará un gran valor a la cadena de información. Para generar dicha comunidad, será necesario el cumplimiento de ciertos requisitos que no son únicamente el incremento del tráfico en el sitio o la incorporación de suscriptores. A modo de resumen, podemos citar los siguientes ítems:

- ▲ Agregado de miembros y masa crítica: Se espera que la incorporación de nuevos miembros a la publicación sea continua, con bajas tasas de recambio.
- ▲ Sentido de pertenencia: Esto se puede obtener a través de la calidad y cantidad de novedades e interés de los contenidos, relevancia en las opiniones obtenidas para las actividades e información proporcionada, y formato de comunicación de la publicación con el público lector.
- ▲ Ganancia conjunta de valor: Para el portal será de un alto beneficio la obtención de nuevos suscriptores, pero al mismo tiempo los nuevos usuarios se verán beneficiados al recibir

información de alta calidad, servicios y otras ventajas.

- ▲ Circuito de retroalimentación: Las estrategias de promoción deben ser orientadas no sólo a la obtención de nuevos lectores, sino que la incorporación de los mismos también ocurra a través de la recomendación de suscriptores y/o usuarios del portal (el llamado tradicionalmente “boca a boca”).

El diccionario de sociología define comunidad como un

[...] Subgrupo que tiene muchas características de la sociedad, pero en pequeña escala y con intereses comunes menos amplios. Implícitas en el concepto de 'comunidad' encontramos un área territorial, un grado considerable de conocimientos y contacto interpersonal y cierta base especial de cohesión que la separa de grupos vecinos"
(Fairchild, H. P.; 1949:53)

Nuestra comunidad será entonces un espacio de transición, fusión e interacción entre dos tipos de identificación; aquella que proviene de la cultura cibernauta “pura”, y aquella otra, más identificada con la cultura de inclusión del libro como objeto y sujeto cultural aceptado.

Para que dicha transición pueda darse en la forma deseada, deberían poder cubrirse ampliamente las siguientes características:

- ▲ área territorial: Desde la aplicación de herramientas virtuales, se accede a varias consecuencias positivas en función de su facticidad
- ▲ Información disponible de forma instantánea -en tanto se cuente con el debido acceso
- ▲ Utilización de significados y significantes emancipados de las restricciones locales y accesibles al público usuario de la red
- ▲ Conocimientos: según el Indec, la población total de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para el año 2010 asciende a 3.058.309. Esta cifra, en una comparación en bruto con los datos existentes de acceso a banda ancha a Julio de 2009 para la misma región (1.401.614 accesos contratados), dan una pauta de la importante penetración del rubro de internet dentro de los hogares, máxime si de esta cantidad de conexiones, el mayor porcentaje es el contratado para uso doméstico o industrial (93,8%), sin adicionar a estas cifras el crecimiento del acceso móvil y la utilización de otros accesos libres, tales como wi-fi o teléfonos de 3ra generación (Anesini, 2009:s/d). Este breve panorama da como resultado la existencia de un lenguaje y un interés comunes preexistentes, perfectamente aprovechables en la creación de

la comunidad interesada

- ▲ Contacto interpersonal: tal como comentamos más arriba, las nuevas relaciones interpersonales no se realizan en los espacios sociales físicos habituales, sino que ese rol social ha sido tomado por la utilización de internet y las redes sociales
- ▲ Base de cohesión o sentido de pertenencia al grupo: en consecuencia de lo expresado, la pertenencia primaria al grupo de ingreso a la comunidad estará dada por
 - ▲ Acceso a internet y/o redes sociales
 - ▲ Manejo básico de herramientas aplicadas
 - ▲ Aceptación de la red como forma básica de comunicación y relación social.

Población beneficiaria del proyecto:

Según Ashoka emprendedores sociales, definir el público objetivo “*significa entender cuáles son sus características*” (Ashoka, 2004:51). Por lo tanto, lograr delinear quién será el destinatario del proyecto también implica establecer las características que establezcan el segmento del mercado que reciba los resultados. Al respecto, tomaremos una segmentación multivariable, incluyendo niños y jóvenes, con ubicación geográfica en la C.A.B.A., posibilidades de acceso web, y manejo de herramientas básicas de navegación y comunicación en redes sociales.

En términos cualitativos, se espera arribar a resultados que:

- Valoricen al libro como objeto de deseo y consumo, transformándole a la vez en símbolo de pertenencia a una comunidad.
- Utilicen la lectura habitual como una de las opciones preferidas por los miembros de la comunidad al abordar su tiempo de ocio.
- Integren las nuevas tecnologías como base para acceder a los materiales de lectura.

Perfil del Portal

El portal es un sitio de carácter independiente, que brega por la difusión de eventos culturales y en especial los eventos literarios que habitualmente se encuentran fuera de los ámbitos de divulgación de amplia penetración.

Quienes administran el mismo lo hacen en su tiempo libre y de forma complementaria a sus actividades principales (docencia e investigación).

La existencia del portal responde no solamente a una convocatoria específica, sino que, en forma más sustancial, a la problemática detectada entre el alumnado que se manifiesta en su limitado acceso a material de lectura de calidad a través del uso de las nuevas tecnologías.

Una mínima exploración del mercado local existente demostró la hipótesis previa que indicaba que la oferta de productos literarios de calidad y adaptados a tecnologías de multimedia resultaba poco satisfactoria o aún inexistente a la hora de generar una referencia indicativa de obras y autores de relevancia.

El coordinador de contenidos es un profesional del ámbito literario, con varios premios de investigación en su haber y trabajos en medios periodísticos de prestigio. Complementando esta experiencia, también desarrolla su actividad profesional habitual en el ámbito educativo en el sector inicial y medio dentro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Su larga experiencia profesional en ambos ámbitos le ha otorgado un amplio panorama y diagnóstico directo acerca de los hábitos y costumbres referidos a la lectura de la población a quien se dirige este proyecto.

Se espera que, con la instrumentación del proyecto, los resultados vayan más allá del simple acceso al portal, y que se produzca entre los miembros del mismo un verdadero cambio de paradigma, en el cual la aceptación del libro como objeto de cultura se transforme en un elemento permanente en la valoración cotidiana.

PARTE 2- INSTRUMENTACIÓN

Contenidos del Portal

Los contenidos del portal son de origen propio o colaboraciones complementados con material audiovisual de libre ingreso. Las secciones creadas son las siguientes:

a- Calendario de eventos: Una guía de acceso rápido a los eventos literarios programados día por día dentro de la C.A.B.A. y Gran Buenos Aires. La recolección de datos se realiza a través de varias fuentes, a saber:

- ▲ Eventos³ organizados por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
- ▲ Investigación y obtención propia de datos

3 En la definición de eventos se incluyen entre otros: presentación de libros, visitas a bibliotecas, editoriales, etc., Charlas con escritores o personalidades vinculadas al mundo editorial, Conferencias o Charlas de aplicación de lectura y acceso a bibliotecas organizadas con entidades educativas.

▲ Colaboraciones voluntarias externas

b- Noticias vinculadas a escritores: Efemérides, momentos a recordar, anecdotarios varios. Todo ello permite percibir a los escritores como personas con vidas tangibles e identificables.

c- Actividades de fomento: En este punto se realiza un plan de incorporación del libro en sus dos formas: físico y virtual. La incorporación de libros virtuales son un proyecto a mediano plazo que implica la inversión de fondos aún no existentes.⁴

- ▲ Físico: A través de diversos eventos (concursos literarios, encuestas, sorteos), se incentiva el acercamiento. En relación a los concursos, una de las premisas básicas es que el premio de los mismos es la entrega de libros físicos y no de otro tipo de compensaciones (llámese dinero, estatuillas, etc).
- ▲ Algunas actividades a desarrollar a futuro:

- ▲ Resumen twitter: sobre un libro clásico disponible en el portal, se convocará a realizar resúmenes del argumento en 140 caracteres a través de la red twitter
- ▲ Proponer un final: A través de un texto corto disponible en el portal, se convoca a cambiar el final de los mismos de acuerdo a la propia vivencia
- ▲ ¿Cómo lo cuento hoy?: Re-adaptar un cuento o texto disponible en el portal a las condiciones actuales. En este caso, se apelaría a la utilización de métodos de meta texto que aclaren los términos o usos que se encuentran obsoletos a la presente usanza
- ▲ Carrera de búsquedas: Armar concursos de búsquedas de referencias oscuras literarias a través de las redes sociales con respuesta inmediata
- ▲ Corta y pega: Ejercicios de reubicación de textos clásicos con el objetivo de obtener nuevas significaciones

Los proyectos a incorporar en el corto y mediano plazo incluyen

- ▲ Libros Virtuales: a través de las actividades antes detalladas, más el acceso a textos disponibles para la lectura, ya sean de origen propio, de dominio público, y/o

4 El proyecto se presentó en Febrero del presente año a la convocatoria del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires “Buenos Aires, Capital del Libro 2011” en el marco de proyectos Mecenazgo, y se encuentra a la espera de la adjudicación de dichos fondos.

colaboraciones voluntarias en línea⁵. La particularidad de este acceso es que contará con formato adaptado a nuevas tecnologías móviles (lectura en móviles y e-readers), junto con la elección de los textos a abordar desde las siguientes características:

- ▲ tiempo de lectura disponible
- ▲ nivel de lectura (determinable a través de una encuesta o test anónimo previo y voluntario)
- ▲ comentarios en foros del resultado de la lectura
- ▲ colaboraciones en meta textos
- ▲ otros datos relevantes
- ▲ Capacitación docente: Se espera en el mediano plazo ampliar la oferta de actividades hacia el área docente, a través de diversos recursos didácticos y áulicos útiles referidos al uso del libro como referencia en la adquisición de saber
- ▲ Organización de eventos propios (visitas guiadas, cursos, etc.)

Estrategias de ingreso

Desde el punto de vista práctico, el portal se instrumentó en un primer momento desde la plataforma Blogger, cuyo acceso gratuito proporciona Google. Posteriormente se registró el sitio con dominio com.ar en Cancillería, manteniendo el estilo de administración delegada. En un corto y mediano plazo, se espera delegar este dominio en un hosting propio con administración centralizada. La razón de este cambio es garantizar no sólo el acceso, sino la preexistencia de la información contenida.

La primera problemática que encaró este proyecto fue la posibilidad de acercar el material al público receptor sin contar con recursos publicitarios o económicos que financien dicha difusión.

Para ello, se realizó un esquema de entrada basado en ingresos cruzados de fuentes externas, uso de comunidades virtuales en difusión de contenidos, y retroalimentación de los resultados ofrecidos a los usuarios de la información.

1) Ingreso cruzado de fuentes externas

5 En este caso, la puesta a disposición de los textos por sus autores implicará la adhesión a las normas de copyright establecidas en las pautas de Creative Common dentro de las cláusulas de Atribución-NoComercial-CompartirIgual 2.5 Argentina (CC BY-NC-SA 2.5). Disponible en web <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/ar/> (acceso 08-02-2011).

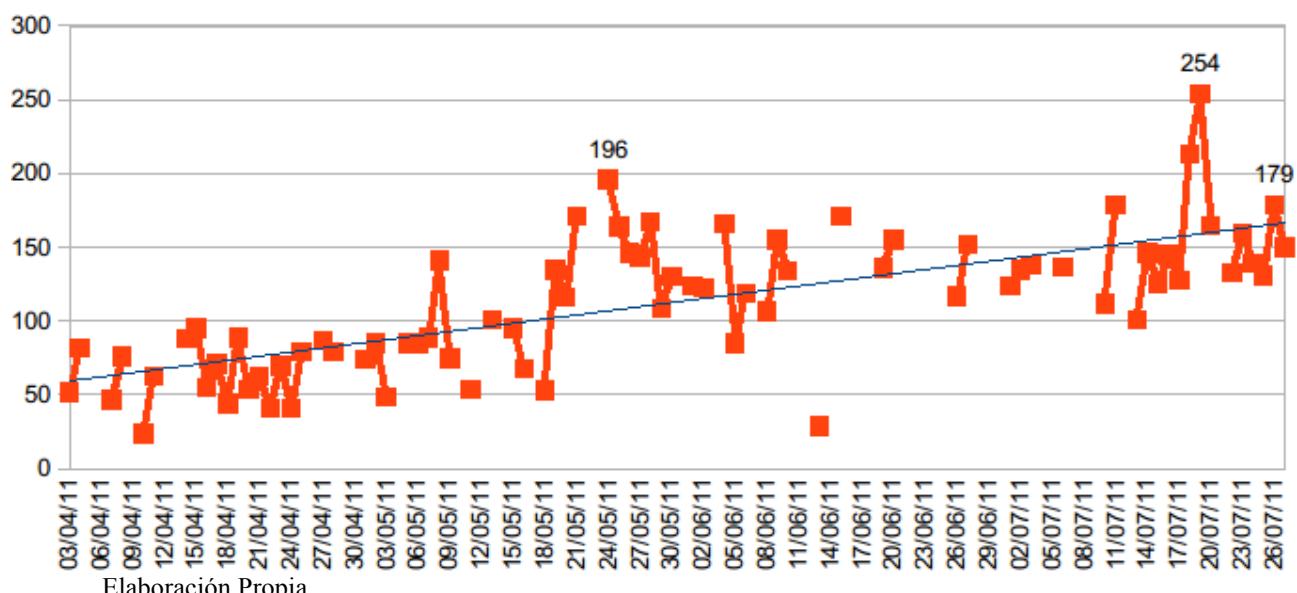
Para ello se realizaron diversas estrategias de alianzas con blogs de contenidos culturales y literarios, en principio realizando intercambios de link de manera de poder incrementar el tráfico.

Asimismo, se realizó una campaña base de incorporación en directorios especializados en el tema, páginas literarias y público interesado en grupos virtuales, logrando la incorporación de una masa crítica de visitantes promedio actual de 120 ~ 150 internautas diarios.

La incorporación de nuevos visitantes se mantiene a un ritmo creciente, tal como puede verse en el siguiente gráfico:

Gráfico 1

Ingresos diarios al sitio Gardelbas.com.ar; Abril-Julio de 2011



Como puede observarse, la utilización de varias herramientas virtuales ha permitido una tendencia sostenida ascendente que demuestra en una primera instancia la vigencia del sitio.

Aún queda pendiente la identificación de los visitantes, dado que no se recolecta información personal que permita su identificación; proceso que se espera sea cubierto en una etapa posterior de renovación de la funcionalidad del portal.

No obstante, analizando concretamente los resultados de navegación del mes de Julio, observamos algunos parámetros interesantes sobre las fuentes de tráfico:

Gráfico 2

Visión General de las Fuentes de Tráfico sitio Gardelbas.com.ar- Julio 2011



Fuente y elaboración: Google Analytics sobre estadísticas del sitio

Aquí podemos analizar cómo es clara la incidencia en los orígenes de usuarios, el impacto de las estrategias de incorporación a través de alianzas e intercambio de links, dando una pauta inicial de pertenencia.

2) Campañas de difusión

La cobertura de diversos eventos culturales (Feria del libro, Feria del libro infantil, Feria de colección cinematográfico, Mercado de industrias Culturales, etc) permite a los administradores del sitio realizar una difusión del sitio de forma personal, ya sea a través de la presentación del mismo (en contactos interpersonales), o a través de publicidad gráfica en forma de señaladores informativos. Los mismos son entregados en mano, y/o puestos a disposición del público en general.

3) Vínculos en redes sociales

La información general del sitio se actualiza cada dos días, incorporándose una gran cantidad de nuevos post o mini-artículos. Constantemente se recuerda a los lectores la existencia del material a través de micro mensajes con vínculos a tal efecto. Por ello, el ingreso al sitio se realiza a múltiples entradas y no del último realizado, tal como se muestra en el gráfico siguiente:

Gráfico 3

Contenido principal consultado en el sitio Gardelbas.com.ar – Julio 2011



Se han visto 223 páginas un total de 5.374 veces.

Fuente y elaboración: Google Analytics sobre estadísticas del sitio

Interacción con los usuarios

A lo largo del tiempo de vida del sitio, se han ido realizando diversas acciones para incentivar el acercamiento a los libros y/o escritores a través de tareas de difusión.

1) Concursos Twitter / Facebook

Mediante el uso de las redes nombradas, se han realizado varios concursos: literatura y cocina; cortos y cuentos, 300 gardeles, entre otros. Los resultados de las convocatorias fueron extremadamente positivas, siendo parte del incentivo para la participación un premio de libros para los ganadores. En el primer caso, la consigna era nombrar libros cuyo título o temática se vincularan a la cocina, aunque su rama general debiera ser literaria. En el segundo caso, se convocó a citar videos cuya fuente argumental tuvieran como base cuentos literarios. En el tercero de los concursos, la premisa indicaba sumarse como seguidor del twitter del sitio hasta llegar a trescientos seguidores antes de una fecha determinada, en cuyo caso se sortearían dos libros entre los ganadores.

2) Concursos por mail

Se ha realizado una convocatoria para el concurso “Un millón de Gardeles”, cuya temática es la presentación de un cuento corto y/o poesía corta con plazo de cierre al 1 de septiembre del presente año. El concurso cuenta con el auspicio del Museo Casa Carlos Gardel y la editorial Libros del Zorzal. Los Jurados del mismo están designados entre prestigiosos colaboradores del sitio que prestan su ayuda desinteresadamente.

3) Foros de discusión

Utilizando el servicio de grupos de la red Facebook, se creó el foro “Botiquín de escritor”, grupo de

comunicación entre diversos interesados en la literatura (lectores, escritores, miembros de club de lectores, coleccionistas, etc.), en cuyo seno se realizan intercambios de ideas relativas a las nuevas tecnologías, recursos para la escritura, debates sobre derechos de autor, y otros tópicos relacionados.

4) Otros

Entre los eventos a los cuales los administradores concurrieron, se presentó el recorrido recomendado con apuntes didácticos para la programación a una visita guiada a una Biblioteca y en particular, a la Biblioteca del Maestro, esperando repetir la experiencia en múltiples ámbitos.

Asimismo, y en forma diaria, el sitio recibe cientos de mails con material para difundir, realizar intercambio de información y notificación de eventos culturales, los cuales son compartidos a través de la red virtual de conocimientos.

Nuevas tecnologías

El proyecto lleva adelante una acción de modernización del lenguaje literario a través de las nuevas tecnologías. Es por ello que se utiliza no sólo la referencia a libros y/o autores, sino que se realizan referencias cruzadas multimedia con el objeto de integrar el lenguaje audiovisual a la incentivación al acceso a la lectura. Dicha dinámica se integra con el uso de redes virtuales (facebook, twitter), la utilización de herramientas gratuitas de administración de información (Google Calendar) y la socialización de material existente dentro de sitios de almacenamiento y visualización (Picassa, Youtube), entre otras alternativas.

La premisa básica de la utilización de estos sitios obedece a la difusión de materiales poco conocidos y que enriquecen a la percepción del tema analizado.

Se prevé en el mediano plazo completar este panorama a través de la optimización del portal para el uso de tecnologías portátiles de última generación (celulares, tablets, e-books), así como también la implementación del acceso a sitios y/o material de lectura comprendido dentro de las providencias legales existentes en el país⁶.

6 Según la ley N° 11.723 (Régimen Legal de la Propiedad Intelectual) el dominio privado patrimonial de la obras literarias según su Art. 5º. detalla “[...] La propiedad intelectual sobre sus obras corresponde a los autores durante su vida y a sus herederos o derechohabientes hasta setenta años contados a partir del 1 de Enero del año siguiente al de la muerte del autor. En los casos de obras en colaboración, este término comenzará a contarse desde el 1 de Enero del año siguiente al de la muerte del último colaborador. Para las obras póstumas, el término de setenta años empezará a correr a partir del 1 de Enero del año siguiente al de la muerte del autor. años contados desde la muerte del autor [...]” disponible en web en <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/40000->

PARTE III

Conclusión

Se acerca el primer aniversario de vida del proyecto. Estos meses transcurridos han dejado múltiples resultados: una masa de seguidores interesados en la información literaria, la potencialidad de llegar a más interesados a través del uso de diversas fuentes, y un enorme bagaje de experiencia y transmisión de conocimiento a la espera de ser descubierto.

La irrupción de nuevas tecnologías en el campo de la cultura y en especial en la literatura, son en nuestro país experiencias poco explotadas y en franca expansión. Pero su utilización real estará limitada frente a la existencia de lectores formados y constantes, que provean a la industria de consumidores responsables y actuantes en consecuencia. El libro como objeto de cultura tiene múltiples competidores, pero su razón de existencia es indiscutible y la transformación de sus contenidos en base a la existencia de nuevos medios de soporte solo agrega una nueva dimensión a la problemática planteada para reencontrarse con el acto primario e intransferible de la lectura de un texto y su significado. Este portal intenta colaborar en la construcción de puentes de encuentro entre los potenciales lectores y el libro.

Ojalá lo logremos.

44999/42755/texact.htm (acceso 26-01-2011). De lo precedente, se deduce que pasado el plazo, las obras pasan al llamado dominio público sin perjuicio de la reserva de derechos morales.

Bibliografía

- Anesini, D. (2009) Barómetro Cisco de banda ancha Argentina 2005-2010 [on-line]. Disponible en <http://www.comunicar.info/2011/04/barometro-cisco-de-banda-ancha-2005.html>
- Ashoka Emprendedores Sociales et al. (2004) *Emprendimientos sociales sostenibles: cómo elaborar planes de negocios para organizaciones sociales*. Brasil: Mc Kinsey & Company-Fundacao Peirópolis Ltda.
- Balardini, S. A. (s/d) Jóvenes e Identidad en el ciberespacio. En *Proyecto Juventud* [on-line]. Disponible en www.proyectojuventud.com.ar/tics/JOVENES_en_el_ciberespacio.doc
- Bauman, Z. (2000). *Modernidad Líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- (1998). *Globalización consecuencias humanas*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Beck, U. (1998). *¿Qué es la Globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Buenos Aires: Paidos
- Bell, D. (1977). *Las contradicciones culturales del Capitalismo*. España: Alianza Editorial.
- - (1976). El advenimiento de la Sociedad Post-Industrial. España: Alianza Editorial.
- Berger, P.; Luckmann, T. (1997). *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido*. España: Paidos estudio.
- Bobbio, N. et Al. (1982). *Diccionario de política*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- CAL-Cámara Argentina del Libro. (2008). *Estadísticas del libro* [on-line]. Disponible en web www.editores.org.ar
- CAL-Cámara Argentina del Libro. (s/d) *Estudio sobre Hábitos de Lectura. Síntesis del Informe Final* [on-line]. Disponible en <http://www.editores.org.ar/habitos.html>
- Castells, M. (1998). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. España: Alianza Editorial.
- Fairchild, H. P. (1949). *Diccionario de sociología*. México: Fondo de Cultura Económica.

Garcia del Castillo, J. A. et Al. (2007, octubre) Uso y abuso de internet en jóvenes universitarios en *Adicciones: Revista de socidrogalcohol* [on-line], vol 20, nro 2 pp 131-142. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2673418>

Giddens, A. (2000). *Un Mundo Desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas.* Traducción de Pedro Cifuentes. España: Taurus.

Gómez Villarreal, M. del C. (2007) El uso de la internet como herramienta motivacional para impartir la asignatura de “taller de expresión oral y escrita, para alumnos de la lic. En relaciones comerciales (l. R. C.) De la Esca-Tepepan del Instituto Politécnico Nacional. En *XXIII Simposio Internacional de Computación en la Educación* [on-line]. Disponible en <http://www.somece.org.mx/usrsomece2007/files/memorias/documentos/GomezVMa1.doc>

González, S.B. (s/d). El rol de los padres en la formación de un niño lector en *Ciudades Virtuales Latinas* - CIVILA.com y Educar.org. Disponible en web <http://www.educar.org/articulos/rolde los padres.asp>

Gros Salvat. Begonia. (2004). “Educación y Cultura en la Sociedad de la Información”. *Teoría de la Educación*. 5, 2004 [on-line]. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1048854&orden=30207&info=link>

Hacer la cuenta. (2010). Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación.

Libros, música y medios. Notas sobre industrias culturales y legislación cultural. (2007). Buenos Aires: Ediciones del CCC. Disponible en http://lic.cultura.gov.ar/investigaciones/libros/Libros_MUsica_y_Medios.pdf

INDEC (s/d) *Serie de Análisis Demográfico* [on-line]. Disponible en web www.indec.gob.ar

INDEC (2009) *Accesos a Internet* [on-line]. Disponible en web http://www.indec.mecon.ar/nuevaweb/cuadros/14/internet_09_09.pdf

Navarro García, L. (s/d). Comprensión lectora. Herramientas didácticas para la hora de lectura.

Sociedad de la información [on-line]. Disponible en
<http://www.sociedadelainformacion.com/Principal/n10articulos07/Comprensionlectora.pdf>

Petit, M. (1999). *Nuevos acercamientos a los jóvenes y la lectura*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.