

UACM

Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Nada humano me es ajeno

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PROGRAMA DE LECTURA INFANTIL

CUENTOS DE BOLETO

T R A B A J O R E C E P C I O N A L
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA
P R E S E N T A :
ALFREDO BLÁZQUEZ CASTILLO

DIRECTORA: GOOVINDA PENÉLOPE JUÁREZ RODRÍGUEZ

SEPTIEMBRE DE 2011

Índice

1. Introducción.....	1
1.1 Planteamiento del Plan de Comunicación.....	2
1.1.1 Tema. Pertinencia y justificación del tema.....	4
1.1.2 Síntomas del posible problema a solucionar.....	6
1.1.3 Objetivos.....	14
2. Detección del problema.....	19
2.1 Registro del problema.....	20
2.1.1 Aproximación teórica desde donde se aborda el problema.....	22
2.2 Antecedentes y contexto comunicativo del problema.....	23
2.3 Tipo de investigación.....	44
2.4 Descripción metodológica.....	46
2.4.1 Método de investigación.....	48
2.4.2 Técnicas e instrumentos para recabar información.....	50
2.4.3 Selección de los participantes del estudio.....	59
2.5 Análisis de resultados.....	60
2.5.1 Interpretación de los resultados.....	63
3. Plan estratégico.....	79
3.1 Descripción y justificación de la estrategia seleccionada.....	91
3.2 Objetivos tácticos y metas a corto, mediano y largo plazo.....	93
3.3 Descripción de los participantes.....	95
3.4 Descripción de los perfiles demográficos, socioeconómicos, psicográficos,	

políticos, de los destinatarios	97
4. Plan táctico	104
4.1 Diseño de las tácticas	108
4.1.1 Selección y justificación de métodos de intervención, medios y / o canales a utilizar	109
4.1.2 Recursos necesarios	121
4.1.3 Presupuesto	126
4.1.4 Ejecución de las tácticas	135
4.1.2 Cronograma de actividades.....	155
4.2 Diagrama del plan táctico	156
4.3 Apreciaciones éticas del plan táctico.....	157
5. Diseño del plan de prueba, monitoreo y evaluación	159
5.1 Selección y justificación de métodos y técnicas	161
5.2 Diseño de instrumentos.....	163
6. Reflexiones generales	169
7. Referencias bibliográficas	172



DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS

A mi madre, por estar siempre presente en los momentos más importantes y significativos de mi vida, por ser el mejor ejemplo de superación y la muestra viva de que se puede resurgir de las cenizas.

¡Gracias por creer en mí mientras otros dudaban que lo lograría!,

Tu fe en mí es mi más preciado tesoro.

No sólo te debo la vida sino todo lo que soy.

A mi Abuelita Francisca, por su apoyo y amor incondicional, por dar a mi vida la mejor representación de fuerza, entrega, superación, trabajo y tantas otras muchas cosas más que son imposibles describir con palabras.

¡Gracias Abuelita por todo lo que me has enseñado, llevo literalmente tatuado un símbolo de tu ejemplo en mi piel!

A mis hermanos Carlos y Miguel, por ser una parte importante de mi vida.

Por todo lo que nos ha tocado vivir y enfrentar.

Porque no ha sido fácil.

No imagino mi existencia sin ustedes.

A la familia Castillo, mi familia.

Porque al estar con ustedes siempre me siento como en casa,

y confirmo lo que se dice comúnmente:

“No hay lugar como el hogar”.

A mis amigos, por estar en las buenas y en las malas, por la compañía y por la complicidad, porque sé que cuento con ustedes de la misma forma en que cuentan conmigo.

Porque los amigos verdaderos también son familia.

A Goovinda Juárez, mi directora de proyecto de titulación.

Gracias por el tiempo dedicado a este trabajo, porque una de las cosas que más valoro y respeto es el tiempo de los demás, y tú me regalaste del tuyo.

Un sincero agradecimiento por tu apoyo y aliento en la construcción de este proyecto.

Gracias por tu experiencia y trabajo, porque de tus clases surgió la inspiración para la elección del plan comunicativo como mi mejor opción para cerrar este círculo llamado universidad.

A mi tutora Patricia Murillo

Gracias por acompañarme estos años.

Gracias por las palabras de ánimo y por estar pendiente de mí recorrido escolar.

A mis profesores. Me llevo lo mejor de ustedes, su conocimiento y sus enseñanzas.

Gracias, porque con su trabajo en la UACM, contribuyen al mejoramiento de nuestro país.

A mi universidad. ¡Gracias por ser diferente! En tus aulas aprendí lo que se necesita para ejercer una profesión, pero la enseñanza más importante que conservaré toda mi vida, se encuentra en los fundamentos éticos obtenidos en mis clases y la convicción de ejercer diariamente el lema de mi universidad:

“Nada humano me es ajeno”.

Al Instituto de Ciencia y Tecnología del Distrito Federal y a la Universidad Autónoma de la Ciudad del México, por el apoyo económico otorgado.

1. Introducción

[...] *soy una memoria que se ha despertado. De ahí el insomnio.*

Diario de Franz Kafka, 15 de octubre de 1921.

1.1 Planteamiento del Plan de Comunicación

Los comunicadores, las personas e instituciones encargadas de realizar mensajes públicos, tienen la responsabilidad de contribuir al mejoramiento de la sociedad en la que se encuentran inscritos, utilizando sus conocimientos y el poder que poseen los medios de comunicación, para expresar los gustos, usos y costumbres de la población, y de esta forma crear o reforzar hábitos que engrandezcan y beneficien al sujeto social dentro del contexto en el que se encuentre.

Un proyecto de comunicación para el desarrollo social, es necesario para hacer público, aquello que la sociedad necesita, desconoce o que debe ser reafirmado para obtener algún beneficio que mejore su calidad de vida, es decir un proyecto comunicacional que motive y active a la población a la que esté dirigido para la creación de cambios sociales, y que esté planificado de una forma incluyente, ya que no se puede concebir el interés de las personas hacia un determinado proyecto que no los involucre como sujetos que se encuentran dentro de los objetivos de la institución que promueve un determinado cambio social.

Es así, que un plan de comunicación para el desarrollo, tiene el objetivo de crear una serie de herramientas y acciones que planifiquen estrategias encaminadas al desarrollo de un sector específico de la población, o a la solución de un problema determinado que necesite de la intervención de comunicadores preocupados por el desarrollo social.

El proyecto de lectura infantil *Cuentos de Boletó*, está diseñado para ser la base de la creación de hábitos de lectura en infantes de preescolar mediante la comunicación interpersonal llevada a cabo con sus padres a través de la relación que establece el ejercicio de la lectura en voz alta.

Este proyecto comunicativo, busca promover la lectura en voz alta realizada de padres a hijos mediante la producción de una antología de cuentos infantiles de distribución gratuita (misma que se realizará en las instalaciones del metro de la Ciudad de México) para el segmento infantil de la ciudad de México que se encuentre cursando la educación preescolar, con la meta destinada principalmente de la promoción de la lectura, para que junto con otros programas ya existentes, combatir el rezago que esta ciudad está sufriendo en términos de hábitos de lectura independiente.

1.1.1 Tema. Pertinencia y justificación del tema

El tema que origina el diseño de este plan de comunicación es la promoción y práctica de la lectura llevada a cabo desde los primeros años de vida, para que esta actividad facilite la adquisición de las habilidades de lecto-escritura en los niños que dejen la educación preescolar para iniciar la educación primaria.

Aprender a leer es una de las primeras habilidades que se adquieren al comienzo de la educación básica, y constituye uno de los logros académicos iniciales de cada estudiante. Leer, permite el acceso a aquella persona que posee esta habilidad, al conocimiento que los seres humanos han ido acumulando a través del tiempo, y que forma parte de lo que se conoce como cultura.

La palabra escrita posee un valor significativo para la sociedad en la que vivimos, y no existe tema del que no se pueda hallar algo escrito; somos una cultura que desde el inicio de la escritura, se ha empeñado en registrar la vida humana en cualquier medio, desde las paredes de las cuevas hasta los modernos documentos digitales, desde el acontecer de la historia hasta lo que sucede día a día en nuestras vidas; registros que finalmente tienen como último objetivo el ser leídos. Olson en su obra *El mundo sobre el papel*, habla sobre el valor de la escritura.

Es indudable que una de las principales características de las sociedades modernas es la ubicuidad de la escritura. Casi ningún acontecimiento significativo, desde la declaración de una guerra hasta un simple saludo de cumpleaños, se produce sin una apropiada documentación escrita. (Olson, 1998: 21)

En teoría, leer es una destreza que puede ser llevada a cabo a partir del momento en que cada individuo adquiere la habilidad de descifrar los caracteres que conforman la lengua de cada sociedad; sin embargo en la práctica, tal habilidad ha sido relegada por muchos individuos a la práctica exclusiva en el ámbito

educativo y que es llevada a cabo como actividad regular durante el transcurso del recorrido escolar, para ser abandonada al término de los estudios (no importando el nivel escolar); lo que los convierte en lo que se conoce como *lectores funcionales*, es decir aquellas personas que tienen la habilidad para leer, pero que solo la aplican para cuestiones prácticas en su vida cotidiana (este concepto se abordará con mayor precisión en el siguiente apartado).

Es entonces que la creación de programas que estén destinados a darle continuidad a las prácticas lectoras llevadas a cabo en el transcurso de la vida escolar por adultos (o en el caso de este plan de comunicación, a erigir nuevas en niños que no poseen la habilidad para leer y que comienzan su instrucción escolar para así acercarlos a la literatura), más que justificar el diseño de un proyecto que invite a la población a acercarse a la lectura, debe establecerse como una necesidad para continuar con la labor que tanto el gobierno como el sistema educativo, han estado llevando a cabo desde que se comenzó con el esfuerzo de erradicación del analfabetismo en nuestro país.

Como se comentó anteriormente, este proyecto pretende que, desde la interacción entre padres e hijos mediante la lectura en voz alta (comunicación interpersonal), se fundamenten los cimientos de hábitos de lectura regulares en niños mediante la imitación de la imagen paterna.

1.1.2 Síntomas del posible problema a solucionar

La lectura es parte fundamental de la creación del conocimiento humano; el contacto con la palabra tanto oral como escrita es imprescindible para el desarrollo cultural a lo largo de la vida de toda persona, sin embargo se le ha dado a la palabra escrita una clasificación destinada simplemente a los fines educativos y ha estado asociada sólo con el aprendizaje, y aunque no se puede negar que una de las habilidades más valoradas dentro de cualquier sociedad son las capacidades de utilización de los textos escritos, es decir de la cultura escrita, la lectura va más allá de lo puramente académico.

La primera función de la escuela es la impartición de lo que se conoce como “habilidades básicas”, que incluyen lectura, escritura y aritmética. Por medio de la palabra escrita se ha llegado a un avance social.

“Suele afirmarse que el auge de la alfabetización popular dio como resultado instituciones sociales racionales y democráticas, desarrollo industrial y crecimiento económico” (Olson, 1998:25).

Sin embargo, y sin el afán de restarle importancia al fin educativo que se le ha otorgado a la lectura dentro de los sistemas escolares, la lectura cumple con otros fines más allá del aprendizaje, ya que por medio de ella se descubren mundos imaginados por distintos autores y realidades que se alejan del ambiente académico, medio que se conoce como literatura.

Leer obras distintas (lectura recreativa) a las que las instituciones escolares definen como necesarias para la conformación de un currículo, pueden contribuir a la eliminación de lo que ha sido definido como el “alfabetismo funcional” o los “lectores funcionales”, adjetivo que implica el hecho de que a pesar de que las instituciones educativas y el Estado han contribuido a la casi erradicación del analfabetismo en nuestro país enseñando a leer, escribir y a realizar operaciones

matemáticas, ambas instituciones no han podido formar entre aquellas personas que poseen las habilidades de lecto-escritura, hábitos de lectura regulares.

Por lectores funcionales se entiende al sector de la población, que después de haber terminado su vida escolar no continuaron con hábitos de lectura de forma regular. Emilia Ferreiro (ex -alumna de Jean Piaget, investigadora del Cinestav y doctora en psicología por la universidad de Ginebra), en su obra *Pasado y presente de los verbos leer y escribir*, nos dice que existen países en los que las condiciones económicas no han permitido que sectores de su población salgan del analfabetismo, y de igual forma, países con la solvencia financiera para erradicar esta condición, pero que sus sistemas escolares a pesar de sus avances han creado personas alfabetizadas pero *iletradas* debido a que no han podido crear lectores regulares a pesar de haber establecido un mínimo de escolaridad básica (Ferreiro, 2002).

Para la autora, “estar alfabetizado para seguir en el circuito escolar no garantiza el estar alfabetizado para la vida ciudadana.” (Ferreiro, 2002: 17). Esto implica que a pesar de que los tiempos que cada persona invierte en su vida escolar se alargan cada vez más, ya que abarcan a partir de los 4 años de edad hasta entrados los 20 (sin contar los necesarios para estudios de doctorado y maestrías) no se ha podido formar lectores autónomos, es decir aquellos lectores que no necesitan de las instrucciones de un profesor o del seguimiento a lecciones establecidas para continuar con el hábito de la lectura.

México presenta un bajo nivel en cuanto a hábitos de lectura, en el año 2006 el CONACULTA, llevó a cabo la *Encuesta Nacional de Lectura* que arrojó datos alarmantes. El resultado principal que se obtuvo de esta investigación es que en México se leen en promedio 2.9 libros por año por persona, siendo los jóvenes universitarios los que poseen índices más altos de lectura leyendo un total de 4.2 libros por año (69.7%), tal vez derivados de las actividades académicas que

desempeñan durante el recorrido escolar, además de que el nivel de lectura desciende conforme baja el nivel socioeconómico, encontrándose en los niveles medio y alto, las personas que leen con más frecuencia. (CONACULTA)

Otro dato importante que presenta la *Encuesta Nacional de Lectura*, es que entre las personas que poseen hábitos de lectura regulares una tercera parte de los adultos entrevistados (36.2%), obtuvo la motivación para ejercer la lectura orientada hacia textos no escolares de sus padres. El papel de los padres en la conformación de hábitos de lectura en los menores se ejemplifica a la perfección con el siguiente párrafo obtenido de la *Encuesta Nacional de Lectura*.

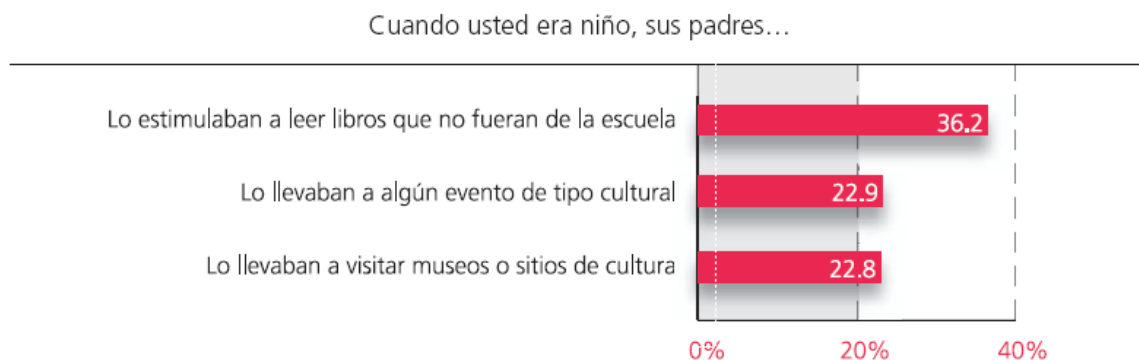
“Al cruzar las respuestas con la pregunta sobre el estímulo de los padres a la lectura de libros que no fueran de la escuela con el gusto por la lectura expresado por los entrevistados se encontró una estrecha relación. El porcentaje de quienes declaran que la lectura les gusta mucho es más del doble entre quienes recibieron el estímulo paterno (23.1%) que entre quienes no lo recibieron (10.6%). De manera análoga, la respuesta de que no les gusta leer se da en más del doble de los entrevistados que no recibieron el estímulo paterno (19.6%) que entre quienes sí lo recibieron (8.2 %) (op.cit.).

Este estímulo, principalmente se encuentra constituido por acciones tomadas por los padres, tal como la lectura en voz alta, la compra de literatura destinada a los menores, así como la visita a ferias de libros, pero principalmente la acción que más peso puede tener en la conformación de hábitos de lectura por parte de los padres tiene relación con la imitación de actitudes y costumbres realizada por los hijos. Los niños imitan de la imagen paterna acciones y posturas con las que habitualmente conviven, al respecto la encuesta de lectura del CONACULTA muestra datos relacionados a las acciones de los padres durante la infancia de sus hijos.

“Se identifica una relación similar al cruzar las respuestas sobre si el padre o la madre le leían al entrevistado cuando era niño con el gusto por la lectura: casi la tercera parte de quienes respondieron que su padre siempre les leía (31.3%) expresó que le gusta mucho leer; en tanto que sólo 13.7% de a quienes su padre nunca les leía expresó que le gusta mucho leer. De acuerdo con las respuestas de los entrevistados, los padres son el principal estímulo para la lectura cuando se es niño (44.0%), los maestros cuando se es adolescente (30.3%) y la propia iniciativa cuando se es adulto” (op.cit.).

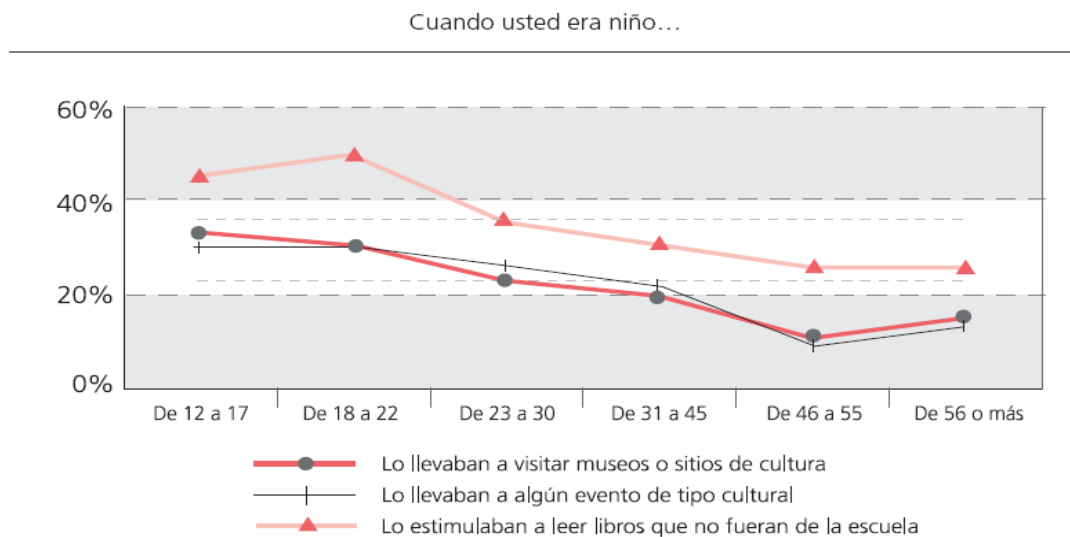
Los resultados obtenidos por el CONACULTA, apuntan a la necesidad de que la lectura y el gusto por realizarla de forma independiente, no es responsabilidad única del sistema educativo nacional; la Secretaría de Educación Pública (SEP), ha orientado su labor hacia la erradicación del analfabetismo en el país, ayudando a los niños a la adquisición de habilidades de lecto-escritura, sin embargo ha hecho de la lectura sólo un instrumento de aprendizaje y memorización.

Según datos obtenidos de *La Encuesta Nacional de Lectura*, un 36.2% de los entrevistados que afirmaron haber recibido estimulación por parte de sus padres para realizar actividades relacionadas lecturas diferentes a las encomendadas por alguna institución escolar.



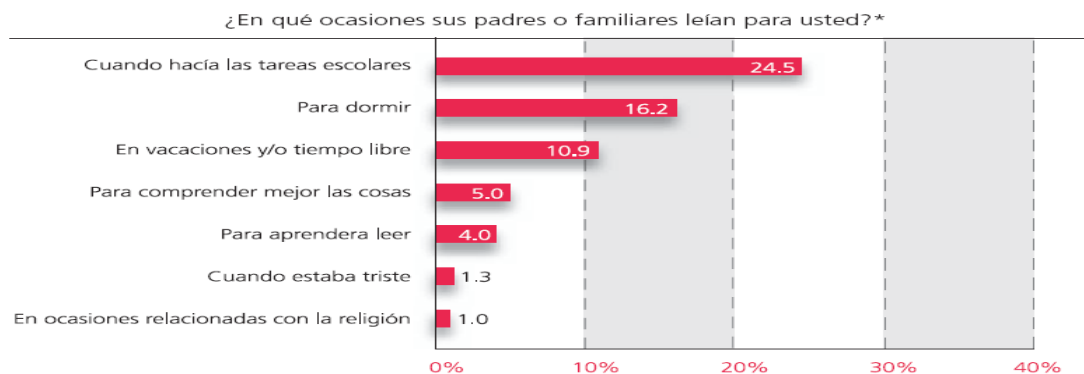
Tomado de “Encuesta Nacional de Lectura” por CONACULTA, 2006, cap. 5, pág. 94.

Seguendo con los resultados del CONACULTA, se observa que la importancia de la familia como una vía en el proceso de aprendizaje de los niños, posee un peso significativo en la conformación de los futuros adultos lectores; el cuadro siguiente obtenido de la ENL, establece que un gran número de las personas encuestadas, recibía estimulación por parte de la familia para el acercamiento a lecturas no escolares.



Tomado de "Encuesta Nacional de Lectura" por CONACULTA, 2006, cap. 5, pág. 94.

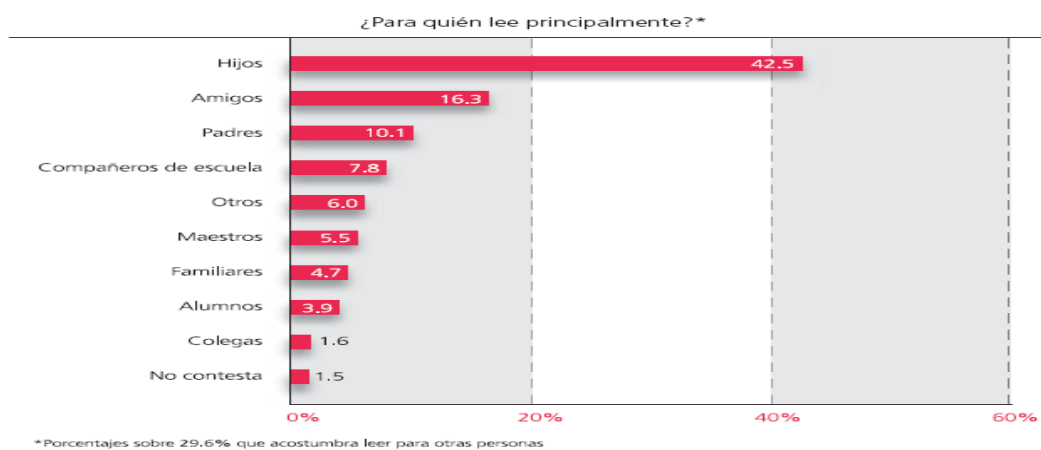
La ENL define dos momentos en que la lectura con alguno de los padres es llevada a cabo; la hora del día destinada a las labores escolares y la hora de dormir son los momentos dispuestos por algún familiar para prácticas de lectura con los niños.



* Porcentajes sobre 47.9% que dijo que alguno de sus familiares le leía

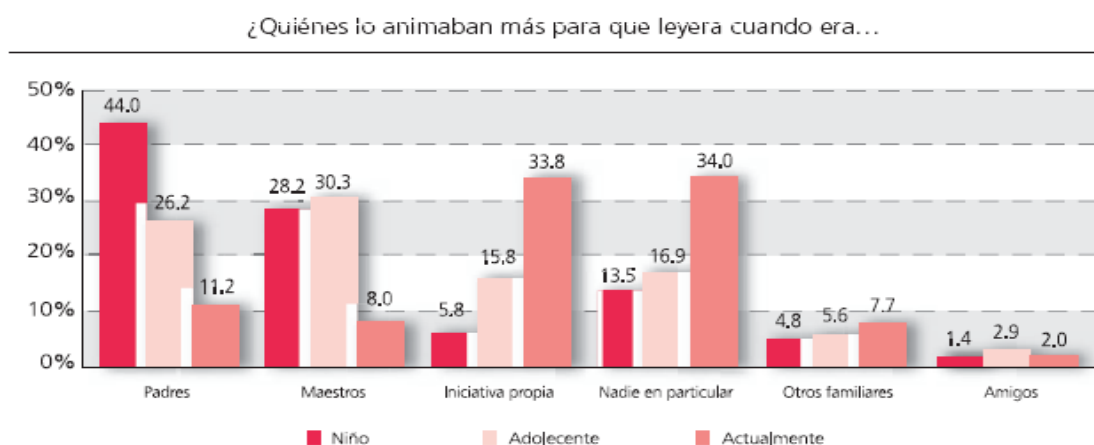
Tomado de "Encuesta Nacional de Lectura" por CONACULTA, 2006, cap. 5, pág. 95.

Otro de los cuestionamientos llevados a cabo en esta encuesta, tiene relación con la vida adulta de los encuestados y la lectura a terceras personas, obteniéndose que principalmente los adultos practican la lectura independiente específicamente para sus hijos menores.



Tomado de "Encuesta Nacional de Lectura" por CONACULTA, 2006, cap. 5, pág. 97.

Un dato importante para este plan de comunicación y que se obtiene desde los resultados de la encuesta del CONACULTA, es el que señala que los adultos encuestados por esta institución y que mencionaron poseer hábitos de lectura regulares construyeron tales hábitos desde recomendaciones, actividades y trabajo en equipo con algún miembro de la familia durante su infancia.



Tomado de "Encuesta Nacional de Lectura" por CONACULTA, 2006, cap. 5, pág. 97.

Los resultados de la ENL que reflejan lo que este plan de comunicación tiene como objetivo, se enfocan específicamente en la familia (específicamente los padres) como un mecanismo transmisor de aprendizaje o como una herramienta en el proceso del mismo y que por medio de la interacción (obtenida desde la lectura en voz alta) facilite la adquisición de las habilidades de lecto-escritura a los menores.

Relación entre el gusto por la lectura y el estímulo de los padres

		En general, ¿cuánto le gusta leer?				
		Me gusta mucho	Me gusta	Me gusta poco	No me gusta	Total
Cuando usted era niño, ¿sus padres lo estimulaban a leer libros que no fueran de la escuela?	Sí	23.1	40.7	28.0	8.2	100.0
	No	10.6	28.9	40.9	19.6	100.0
	Total	15.3	33.3	36.1	15.3	100.0

Tomado de "Encuesta Nacional de Lectura" por CONACULTA, 2006, cap. 5, pág. 98.

Como se observa en el cuadro anterior, aquellas personas a las que sus padres invitaban o acercaban a lecturas diferentes a las que encomendaba la escuela afirmaron tener una disposición mayor a la lectura que aquellas personas a las que sus padres no estimulaban para realizar lecturas diferentes a las escolares.

De igual forma se presentan resultados que apoyan o confirman lo que este plan de comunicación busca como uno de sus objetivos al exhibir datos que afirman que aquellos encuestados a los que alguno de sus padres les leía en la infancia, al llegar a la edad adulta desarrollaron hábitos de lectura regulares derivados de las actividades que se realizaban en sus hogares.

		En general, ¿cuánto le gusta leer?				
		Me gusta mucho	Me gusta	Me gusta poco	No me gusta	Total
Cuando usted era niño, ¿le leía su padre?	Siempre	31.3	36.8	23.9	7.9	100.0
	Algunas veces	14.8	43.0	32.6	9.5	100.0
	Nunca	13.7	28.9	39.2	18.3	100.0
	Total	15.3	33.9	36.0	14.8	100.0

		En general, ¿cuánto le gusta leer?				
		Me gusta mucho	Me gusta	Me gusta poco	No me gusta	Total
Cuando usted era niño, ¿le leía su madre?	Siempre	26.8	35.0	30.7	7.5	100.0
	Algunas veces	16.1	41.0	33.7	9.1	100.0
	Nunca	13.4	29.3	38.2	19.1	100.0
	Total	15.4	33.5	36.2	14.9	100.0

Tomado de "Encuesta Nacional de Lectura" por CONACULTA, 2006, cap. 5, pág. 99.

Observando los resultados obtenidos de esta investigación gubernamental, se establece que un proyecto destinado a la promoción de la lectura, específicamente diseñado para ser implementado en niños, es necesario y presenta un grado de oportunidad elevado para abatir los bajos niveles de lectura existentes en México y específicamente pensado para el Distrito Federal, que pese a que los resultados de la *Encuesta Nacional de Lectura* lo colocan como uno de los estados de la República Mexicana con un mayor índice de lectores (junto a Monterrey y Guadalajara), pero que los niveles más altos de lectura los ostentan los jóvenes universitarios (cfr. Encuesta Nacional de lectura 2006).

No es coincidencia que aquellas personas que atendieron la encuesta del CONACULTA, y que respondieron que sus padres ejercieron alguna acción para motivar su gusto por la lectura, hayan continuado con esta actividad de forma autónoma en comparación con las personas que no obtuvieron estímulo durante su infancia. Estos resultados invitan a la creación de proyectos que involucren a la familia como motivador primario en la creación de hábitos de lectura regulares.

1.1.3 Objetivos

Objetivo general

El objetivo primario de este plan de comunicación, es crear un programa que fomente la lectura en voz alta y que informe de sus beneficios, destinado a madres y padres de niños de entre 3 y 5 años de edad que se encuentren cursando la educación preescolar.

El plan de comunicación **Cuentos de Boleto** contempla los siguientes objetivos particulares:

- Producir una antología de cuentos infantiles de distribución gratuita.
- Vincular a Cuentos de Boleto con otros programas de fomento a la lectura dependientes del Gobierno del Distrito Federal.
- Establecer relaciones participativas con cuatro instituciones públicas (Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Sistema de Transporte Colectivo Metro, Secretaría de Cultura del Distrito Federal y el Instituto de la Juventud de la Ciudad de México), para la construcción de **Cuentos de Boleto**.
- Crear una campaña de difusión del programa y de los beneficios de la lectura dentro del metro de la Ciudad de México.
- Atraer al público beneficiario al programa mediante actividades y tácticas comunicativas.

Diseño del proyecto por fases

El plan de comunicación se encuentra dividido en fases que en su conjunto buscan llegar al objetivo principal de este proyecto, es decir la creación de hábitos de lectura regulares.

Estas fases o etapas son:

Etapas 1 Diagnóstico

- Recopilación de información
- Definición del problema

Etapas 2 Diseño

- Formulación de objetivos
- Definición de beneficiarios
- Definición de los resultados esperados
- Diseño de actividades
- Diseño de una convocatoria que invite a los escritores de la UACM (profesionales y amateurs), a colaborar con sus textos para la formación de las antologías.
- Diseño de una convocatoria que invite a profesores de la UACM de la licenciatura en Creación Literaria a participar en la selección de cuentos infantiles.
- Diseño de un suplemento de cuentos infantiles de distribución gratuita destinado a niños de 3 a 5 años de edad.
- Diseño de un plan propagandístico dentro de las instalaciones del metro de la Ciudad de México así como de los trenes que recorren una de las 11 diferentes líneas de este transporte.
- Diseño de un círculo de lectura para difundir los beneficios de la lectura a menores.

Etapas 3 Plan de acción

- Planificación de actividades
- Realización de cronograma
- Elaboración de presupuesto
- Invitación a los padres de familia a que con su colaboración, los niños de la Ciudad de México estén en contacto con cuentos que abarquen diferentes temáticas sociales.

El diagnóstico es la base que fundamenta a cualquier proyecto que busque el desarrollo social; esta etapa nos permite conocer a la población a la que se pretende impactar, para obtener información fundamental con relación a sus problemáticas, necesidades y opiniones. Mediante el diagnóstico se identifica el proyecto sujeto a planificación. (UNICEF)

Para la etapa de diagnóstico del proyecto *Cuentos de Boleto*, se ha elegido lo que UNICEF en su cuadernillo 2 titulado *Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo*, denomina *diagnóstico participativo*, que incluye a los destinatarios del proyecto además del aporte de información en otros aspectos del diseño, como por ejemplo en la contribución de ideas y posibles soluciones a sus problemáticas particulares. (UNICEF)

Las herramientas utilizadas para la etapa de diagnóstico incluyen entre otras las siguientes:

- Entrevistas realizadas a madres, padres y maestras de menores en edad preescolar.
- Entrevistas realizadas a instituciones públicas.
- Análisis FODA (Evaluación de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), de un programa de fomento a la lectura como ***Cuentos de Boleto***

La etapa destinada al diseño del proyecto incluye la planeación en la forma en la que el proyecto intervendrá en la comunidad basando su acción en la información recopilada durante la etapa del diagnóstico.

Dentro de esta etapa existen objetivos específicos a cubrir:

- Formulación de objetivos del proyecto
- Definición de los beneficiarios
- Establecimiento de los resultados que se esperan del proyecto
- Diseño de actividades

Formulación de objetivos: Se especifica qué es lo que se quiere alcanzar con el proyecto, teniendo en cuenta el tiempo y los recursos de los que se dispone para la creación de un plan efectivo.

Definición de los destinatarios: Enumeración de la persona o personas a las que las acciones del proyecto se encuentran orientadas, teniendo en cuenta características sociodemográficas, aspectos culturales, educativos, económicos, etc.

Posiblemente el proyecto pueda repercutir en destinatarios indirectos que se beneficien con las acciones implementadas (por ejemplo otros niños no contemplados en el proyecto como hermanos, primos, e incluso otros adultos relacionados con el menor beneficiado), por lo que es importante considerar también aquellas personas que indirectamente se vean impactadas por las actividades del proyecto.

Resultados esperados: Se deben definir los resultados que se esperan al ejecutarse el proyecto; esta definición debe estar orientada en puntos que como características fundamentales deben ser:

Realizables, coherentes con los objetivos planteados, ser claros y susceptibles de ser medidos y ser funcionales para el diseño de las actividades.

Diseño de actividades: Última etapa del diseño, en la que se deben especificar las acciones que se implementarán para la búsqueda de la solución de la problemática identificada; el diseño de las actividades debe tener en cuenta que éstas deben ser, viables, pertinentes y posibles.

2. DETECCIÓN DEL PROBLEMA

*“Si das pescado a un hombre hambriento,
lo nutres durante una jornada.
Si le enseñas a pescar,
le nutrirás toda su vida”.*

Lao Tsé

2.1 Registro del problema

Como se abordó en el punto 1.1.1 de este proyecto, el bajo nivel de lectura en nuestro país es un problema el que, pese a que se han creado programas gubernamentales dirigidos a solucionarlo, no se ha obtenido resultados significativos que indiquen el aumento del nivel de lectores en nuestro país.

Específicamente hablando de la Ciudad de México, se puede decir que ocurre la misma situación con los programas creados por el gobierno de la capital que no presentan resultados alentadores.

Este proyecto comunicativo está diseñado para formar parte de los programas de fomento a la lectura implementados por el gobierno del Distrito Federal; se tomó en cuenta las características de estos programas para el diseño de *Cuentos de Boleto*. Como parte del estudio realizado para este proyecto, se investigó en la Secretaría de Cultura del Distrito Federal el perfil en el que se desarrolla el programa de fomento a la lectura *Leer de Boleto*, para definir aciertos y errores en la ejecución de este programa con la intención de emular los aciertos y evitar los errores en el diseño y planeación de *Cuentos de Boleto*.

Los resultados obtenidos de la investigación reflejaron las problemáticas que enfrenta el programa de fomento a la lectura *Leer de Boleto*, que desencadenaron en una suspensión del programa en el año 2010 y la reestructuración del mismo, para ser retomado en febrero del 2011 bajo algunas condicionantes especiales.

A continuación se enlistan las problemáticas encontradas en la investigación de la Secretaría de Cultura del Distrito Federal; problemáticas obtenidas desde las entrevistas realizadas al personal de la citada institución:

- No se realizó un diagnóstico para la definición de las actividades requeridas por el programa.
- Se basó únicamente en los resultados generados por la Encuesta Nacional de Lectura, no se realizó un estudio propio en el que se establecieran las características y las necesidades de los usuarios del metro en cuanto a lectura.
- No se definió a un beneficiario específico; todo usuario del metro tenía acceso a la publicación, lo que significó que la demanda de antologías superara a la oferta.
- No se consideraron las necesidades de lectura (o los gustos) de los usuarios del metro.
- La elección de los textos presentados a los usuarios fue realizada de forma arbitraria, al establecerse que la presentación de textos fuera de escritores de renombre, bastaría para atraer la atención de los usuarios del metro.
- El programa fue implementado en una línea del metro (Indios Verdes – Universidad), en el que ya existían lectores regulares (principalmente estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México). Al no existir la definición de un beneficiario del programa con características específicas, se estableció un sitio de acción para *Leer de Boleto* en el que un programa de fomento a la lectura no era tan necesario como en otras líneas de la red del metro.
- No se realizaron evaluaciones periódicas para definir cambios o permanencias en el programa.

Las problemáticas encontradas en el diagnóstico realizado en la Secretaría de Cultura del Distrito Federal, además de exponer las fallas que se presentaron en el programa de fomento a la lectura *Leer de Boleto*, orientan en cierta medida las acciones y actividades propuestas para *Cuentos de Boleto*.

2.1.1 Aproximación teórica desde donde se aborda el problema

Comunicación para el desarrollo

La comunicación para el desarrollo, busca la creación de programas de bien común que de forma eficaz y valiéndose de distintos medios de difusión, lleven a cabo cambios sociales que beneficien a la comunidad o población a la que se dirige.

La comunicación para el desarrollo, mediante el uso de técnicas de investigación (cualitativas y cuantitativas), persigue la creación de programas sociales que involucren a los beneficiarios en el desarrollo del proyecto social, valiéndose de información obtenida desde los propios destinatarios del proyecto para así poder reflejar de forma eficaz las necesidades de la población a la que se busca impactar, al respecto la Unicef menciona:

“Los proyectos de desarrollo, en tanto acciones tendientes a poner en práctica los derechos humanos, requieren de intervenciones que tengan en cuenta la participación de las personas. Estos modelos participativos no pretenden únicamente lograr mejores resultados, sino convertirse en herramientas para el fortalecimiento de lo público, entendido como aquello que conviene a todos, para su dignidad. Lo público así entendido, necesita a su vez de una ciudadanía motivada y activa, capaz de crear cambios sociales cooperativamente”. (UNICEF, Cuadernillo 2 *Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo; 2006: 7*)

La comunicación ha dejado de ser un conjunto de medios puramente informativos para convertirse en el “transporte” de mensajes que promuevan una ciudadanía activa y motivada para llevar a cabo cambios sociales de forma conjunta. Esta nueva comunicación, está dirigida al desarrollo de las sociedades que necesitan de la creación de programas construidos en sus necesidades específicas y que promuevan cambios que beneficien a la comunidad y a su entorno.

2.2 Antecedentes y contexto comunicativo del problema

En este apartado se presenta, un marco conceptual con los términos utilizados en la conformación de este proyecto tales como familia, escuela, comunicación interpersonal, aprendizaje en edad preescolar, leer, entre otros.

Se presentan además a manera de referencia los resultados obtenidos de la investigación documental y de registros en línea de los distintos programas gubernamentales de fomento a la lectura que existen tanto en México como en el extranjero y que forman parte de la investigación macrosocial de *Cuentos de Boletó*.

Se incluyen de igual forma, extractos del diagnóstico microsorial conformado por 15 entrevistas realizadas a padres, madres y maestras de menores en edad preescolar.

Marco conceptual

El marco conceptual de este proyecto presenta el enfoque a partir del que se establecieron aspectos del estudio metodológico tanto del proceso de recolección de datos, como de su análisis. Permite además reforzar el contraste conceptual a los resultados obtenidos, para así, diseñar las actividades contempladas para el plan táctico y para la campaña publicitaria de “Cuentos de Boleto”.

De acuerdo con los objetivos de *Cuentos de Boleto* que se centran en la familia y en su relación con el aprendizaje, es necesario hacer una definición de las dinámicas que aparecen dentro de las familias, por lo que se presenta su definición y sus principales características. Se definen además otros conceptos utilizados en este proyecto tales como comunicación interpersonal, escuela, preescolar, etc.

A) Familia

Si se sigue el concepto conocido de familia, se puede entender a ésta como la unión de una pareja por la institución del matrimonio, sus hijos e hijas, que cohabitan en un mismo espacio y en la que cada uno de sus miembros cumple con una función delimitada. Se puede entender a la familia desde la descripción hecha por Rodrigo M. y Palacios en su obra titulada *Familia y Desarrollo Humano*, que definen a esta institución como:

“La unión de personas que comparten un proyecto vital de existencia en común que se quiere duradero, en el que se generan fuertes sentimientos de pertenencia a dicho grupo, existe un compromiso social entre sus miembros y se establecen intensas relaciones de intimidad, reciprocidad y dependencia”. (Rodrigo M y Palacios J; 2003: 33)

Sin embargo, en la actualidad la familia no puede ser definida sólo en términos de lazos sanguíneos o en aspectos legales, ya que la familia moderna además de la imagen clásica que tenemos de ella, ahora está conformada en algunos casos, por

miembros adoptivos, familias unipersonales, familias monoparentales y familias constituidas por miembros a los que no los unen lazos de sangre.

A.1) Familia y sus transformaciones

Como se ha argumentado, la familia actual ha sufrido una serie de transformaciones que la diferencian de las familias que conocieron otras generaciones; con la finalidad de aumentar la comprensión de estas transformaciones, a continuación se mencionan algunas para fines del proyecto.

- Cambios demográficos: Se observa una disminución en el tamaño de las familias, se observan familias compuestas por sólo uno de los padres, familias reconstituidas, familias nucleares, y familias conformadas por miembros no relacionados por parentesco alguno.
- Cambios culturales: Se observa el ingreso de la mujer al mercado laboral, lo que redefine las labores del hogar.

A.2) Características y funciones de la familia

La familia puede ser considerada como la primer aula en la que los niños aprenden los roles que desempeñarán en la vida social de cualquier individuo, además de otras funciones como el aprendizaje de un lenguaje en común, tradiciones y costumbres que habrán de acompañarlos durante el transcurso de su vida. (Rodrigo M y Palacios J; 2003)

En cuanto a las funciones que se le adjudican a la familia, se puede mencionar la función de reproducción de las nuevas generaciones, la socialización de los niños y la transmisión de valores.

A.3) Estrategias familiares y aprendizaje

Desde las prácticas de socialización dentro de cada familia, existen una serie de acciones que orientan a los padres hacia la forma en la que en su opinión deben ser educados los menores, a este respecto, el modelo de Socialización Conjunta (Palacios) propone la existencia de influencias múltiples y señala que “el proceso de socialización familiar no responde a una secuencia lineal de prácticas educativas primero ejecutadas por los padres y luego interiorizadas por los hijos”, sino que son procesos que pueden provenir de diferentes direcciones lo que desencadena en influencias recíprocas de padres a hijos. (Rodrigo M y Palacios J; 2003:26)

Estas actividades son llevadas a cabo en la cotidianidad de la vida de cada familia en la que las rutinas y experiencias de los padres contribuyen a la educación de los menores y a la conformación de prácticas que en conjunto con los valores, normas de conducta, destrezas, actitudes y motivos de los padres en la interacción con sus hijos condicionan la actitud de los menores a las actividades que entre ellos comparten. (Ídem)

B) Aprendizaje en niños en edad preescolar

Comprende la adquisición y transformación de conocimientos, habilidades y estrategias, creencias, conductas y actitudes, y que además exige la utilización de las capacidades lingüísticas, motoras y sociales de cada persona. (Shunk D. 1997)

En este sentido, el aprendizaje en los niños es un proceso interno que le permite construir y al mismo tiempo modificar conocimientos, habilidades, estrategias y conductas que mediante el transcurso del proceso, se convierten en conductas, acciones o habilidades verbales. Estas construcciones o aprendizajes, deben ser duraderas y tener la capacidad de poder ser transferidas hacia otros ámbitos deferentes del que fueron aprendidas. Op.cit.

B.1) Escuela

La escuela, es la institución social encargada (formal y legalmente) de llevar a cabo la formación escolar de los individuos de forma estructurada y organizada que mediante el seguimiento de planes de estudio distribuidos en distintos niveles conforman el currículo de cada ser social.

La principal función de la escuela como institución es la de otorgarle al individuo los conocimientos y habilidades requeridos para el ejercicio de una profesión, para la obtención de los medios de sustento para la vida adulta, así como los fundamentos que guiarán el desenvolvimiento de la vida del sujeto dentro de un ámbito social. Se puede decir entonces que la escuela:

“Impulsa la capacidad productiva de la sociedad, contribuye a consolidar la unidad nacional y la cohesión social, promueve una equitativa distribución del ingreso al generar niveles más altos de empleo mejor retribuidos, fomenta el respeto de los derechos humanos, la protección del medio ambiente; simultáneamente facilita la adaptación social al cambio tecnológico, difunde a la sociedad actitudes cívicas apoyadas en la tolerancia, el diálogo y la solidaridad”. (Biblioteca virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales)

C) Preescolar

La educación preescolar está compuesta por un sistema de elementos relacionados entre sí y que está conformada por las relaciones existentes entre el niño y sus compañeros, entre el niño y su maestro (a), el niño y su familia, el niño y el ambiente y el niño y la comunidad en la que vive. Es importante precisar cuál es el momento en el que se considera que un niño se encuentra en la etapa preescolar y que no está definido solamente por la edad del menor.

“El preescolar comienza cuando aparece el dualismo, conducta especial sumamente rara del niño en la cual el pensamiento mágico

se mantiene todavía pero empiezan a venir realizaciones y procesos lógicos. Cabe la posibilidad de que aún con un pensamiento mágico existan ciertos esquemas que vayan apuntando a algo lógico. En ese momento es en el que realmente el niño deja de ser un infante para convertirse en un preescolar en el sentido del desarrollo y la variación; aun y cuando es difícil que se dé a una edad específica, por lo que debe ser objeto de un estudio individualizado”. (Alonso; 1990: 82)

Actualmente, la imagen de la educación preescolar en la percepción de la sociedad que la consideraba tan sólo como un espacio en donde los niños podían encontrar cuidados, y actividades puramente de entretenimiento, sin una meta educativa claramente definida, ha cambiado para convertirse en una representación positiva del comienzo de la educación básica.

Un claro ejemplo de la importancia que actualmente se le da al preescolar puede ejemplificarse con el hecho de que este nivel escolar a partir del año 2002, mediante una reforma a los artículos 3° y 31 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, ha establecido como obligatoria a la educación preescolar, estableciéndose entre otras que para el ingreso a la educación primaria el o la estudiante deberá haber cursado el nivel preescolar que comprende 3 grados. (SEP)

D) Leer

Para comprender la acción de leer, es necesario realizar un contexto en el que se establezcan las partes que conforman esta actividad, haciendo énfasis en:

- Toda acción de lectura implica alguien que lee algún texto determinado.
- El objeto de la lectura (libro), es comprendido e interpretado por un sujeto que dependiendo de su nivel de apreciación puede transformar su realidad

inmediata modificando de forma paulatina hábitos y actitudes (Miretti 2004).

- La transformación hecha desde la lectura, le permitirá al lector el acceso a otras concepciones del mundo. (Op.cit.)
- Leer implica la comprensión de un texto, por lo que se puede hablar de desarrollo cognitivo derivado de la práctica de la lectura. (Op.cit).

Desde este punto de vista y en relación con la lectura y el niño, no se puede ignorar la importancia de la participación del adulto como “vehículo” que transporta los mensajes o los contenidos de los textos a los menores y que de alguna forma hará que se cumplan en el niño los cambios antes mencionados para lo que tendrá que:

- Saber elegir los textos adecuados para los menores.
- Proporcionar o acondicionar un clima adecuado (ambiente o escenario para la lectura).
- Permitir al niño el disfrute de la actividad.

Antecedentes

Existen distintos ejemplos de la preocupación del fomento de la lectura por parte de gobiernos de diferentes países; un ejemplo muy claro lo podemos encontrar dentro del gobierno de Puerto Rico que ha implementado el programa *Léeles a tus hijos*, destinado a la promoción de la lectura en infantes de diferentes edades que van desde el nacimiento hasta los 18 meses en una primera etapa denominada *Área de lectura para infantes*, seguida de la etapa *Área de lectura para andarines*, que está destinada a niños de 18 meses a 3 años, y por último la etapa llamada *Área de lectura para preescolares*, que está destinada a aquellos niños (as) que se encuentran en el rango de edad que comprende de los 3 a los 5 años, y en los que el principal objetivo es la interacción padres/hijos por medio de la lectura sin tomar en consideración la edad del infante y teniendo en cuenta que aún aquellos que no poseen las habilidades de lecto-escritura, pueden obtener beneficios de la lectura en voz alta. (Asociación ASPIRA)

Léeles a tus hijos contempla como de suma importancia la actividad de lectura en voz alta a los infantes debido a que el proyecto establece que al leerles a los menores, se les ayuda en su desarrollo tanto social como emocional, además de brindarles de forma adelantada habilidades que desarrollarán en un futuro dentro del ámbito escolar. La estimulación de los sentidos es otro de los aspectos importantes que toca este proyecto, ya que *Léeles a tus hijos* establece que el leerles a los niños estimula su desarrollo intelectual y de esta forma los padres los preparan anticipadamente para la vida escolar. (Ídem)

El programa *Léeles a tus hijos*, además, dentro de su diseño instituye otro tipo de sub-programa denominado *Libros para mí*, que básicamente establece la creación de un programa destinado a la distribución gratuita de libros para el sector infantil, y que son diseñados específicamente para cada etapa del desarrollo del infante, desde el momento de su nacimiento, hasta los cinco años. Creado el 15 de febrero

del año 2006, en un principio como un proyecto piloto dirigido a 16 municipios de Puerto Rico, sin embargo, debido al éxito alcanzado fue extendido al resto de la isla en el 15 de marzo de 2007. (Op.cit.)

Este proyecto además de la distribución gratuita de libros para aquellos infantes inscritos dentro del programa, establece la creación de un espacio destinado al uso exclusivo para la lectura en el que su diseño estará orientado a crear para el niño un ambiente específicamente pensado para la promoción y uso de los libros disponibles dentro de este lugar, en el que además los padres pueden encontrar distintas herramientas, tales como marionetas realizar una lectura dramatizada, así como juguetes y distintos materiales para llevar a cabo una lectura en voz alta amena y atractiva para los menores.

Denominados *Mi rincón de lectura*, estos espacios se encuentran distribuidos en varios puntos alrededor de la Isla, para que los padres puedan elegir cuál de ellos se encuentra más cerca de su domicilio para utilizarlos. Los niños nacidos a partir del año 2007, pueden convertirse en miembros de este programa de fomento a la lectura en el que no sólo se trata de leer cualquier material a los infantes, sino que los padres reciben capacitación en relación con cuál material es el más indicado dependiendo de la edad del menor, así como las distintas actividades que pueden ser llevadas a cabo en *Mi rincón de lectura* (Op.cit.).

En México, la preocupación por la implementación de proyectos destinados a la promoción de la lectura es un asunto reciente. El 2008 fue el año en que instituciones tales como el gobierno de México, la Secretaría de Educación Pública, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y el consejo Nacional de Fomento para el Libro y La Lectura, implementaron el proyecto *México Lee*, Programa de Fomento para el Libro y la Lectura, destinado como su nombre indica a fomentar la lectura entre la población mexicana, basado su acción en la Ley de

Fomento a la Lectura y la ley del Libro expedida en julio del mismo año. (Ley del Libro).

En este proyecto, las instituciones antes mencionadas publicaron una serie de principios en torno al fomento a la lectura, que además fueron establecidos como compromisos a cumplir, a continuación se enlistan dichos principios:

1. La lectura es motor para el desarrollo y condición para la equidad, factor de identidad e inclusión social.
2. El acceso al conocimiento y la información es un derecho de todo ciudadano.
3. El mundo contemporáneo demanda un dominio más sofisticado de la lectura, la escritura y la cultura escrita. Por ello, democratizar el acceso a la lectura y al libro propicia la equidad y disminuye las desigualdades.
4. Formarse como usuario pleno de la cultura escrita tiene como condición necesaria estar alfabetizado.
5. Abatir la no alfabetización y generar oportunidades para que las personas no sólo dominen el código alfabético sino se formen como usuarios plenos de la lectura y la escritura, es prioridad del Estado mexicano.
6. El Estado mexicano hace manifiesta su voluntad política para considerar al libro y la lectura como elementos estratégicos desde el punto de vista económico, social, cultural y educativo, indispensables para el desarrollo del país
7. La disponibilidad y el acceso a una diversidad de materiales para la lectura y la escritura, así como el acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las bibliotecas escolares y públicas, son condiciones necesarias para formar usuarios plenos de la cultura escrita.
8. Es deber del Estado mexicano generar las condiciones para el acceso a los servicios educativos y culturales, al libro y la lectura de sus ciudadanos.
9. El Estado Mexicano reconoce al libro como un eje fundamental en la dimensión económica del país, así como trascendental para la presencia de la cultura mexicana en el mundo.
10. La articulación de esfuerzos y políticas entre educación y cultura es indispensable y debe ser indisoluble en el fomento a la lectura y el acceso al libro de los mexicanos.

11. La participación de los medios de comunicación, las asociaciones civiles, así como de los maestros, los promotores de lectura y los bibliotecarios en el fomento a la lectura y el libro, y principalmente de los padres y madres de familia, es indispensable para la generación de usuarios plenos de la cultura escrita.
12. Estado mexicano reconoce la existencia de múltiples formas de leer, diferentes propósitos para la lectura y una diversidad de materiales bibliográficos, por tanto considera necesario responder a esa diversidad con estrategias eficaces.
13. Es prioridad del Estado mexicano invertir y propiciar el incremento de inversiones en contenidos para el fomento a la lectura en las nuevas tecnologías de la información y comunicación, así como en el desarrollo de mecanismos para el fortalecimiento de la industria editorial, librera y en la modernización y mejora de los espacios bibliotecarios.
14. La evaluación y la investigación son actividades generadoras de la información necesaria para desarrollar las mejores estrategias para el fomento a la lectura y el libro y condición necesaria para la transparencia y la rendición de cuentas, la planificación y la toma de decisiones adecuadas.
15. El Estado mexicano reconoce que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, así como los otros soportes electrónicos para la lectura, como una condición indispensable para el acceso al conocimiento.
16. El fortalecimiento de las capacidades y habilidades de los ciudadanos promotores de la lectura, los maestros y bibliotecarios, y todos aquellos que participan como mediadores entre el libro y la lectura, es primordial para el desarrollo de comunidades de lectores y escritores. (CONACULTA: 2009)

Este proyecto contempla como sus objetivos en un periodo no mayor a 3 años en un principio, conseguir mexicanos alfabetizados que posean las cuatro habilidades que las instituciones educativas avalan como indispensables para cualquier persona lectora, es decir hablar, escuchar, leer y escribir. Al respecto el proyecto *México Lee* establece lo siguiente:

“Este Programa Nacional de Fomento para la Lectura y el Libro: **México lee**, visualiza en un periodo **no mayor a 3 años** de manera inicial,

ciudadanos mexicanos alfabetizados que hayan desarrollado integralmente estas cuatro habilidades, familiarizados con diversos textos en todas sus formas, impresas o electrónicas; que acuden sistemáticamente a la lectura buscando respuestas a sus inquietudes, su interés y su curiosidad, conocer y ejercer sus derechos y obligaciones; capaces de encontrar información y contenidos de calidad para comprender mejor algún aspecto del mundo que habitamos, de dialogar con argumentos para defender sus ideas, de usar el lenguaje para crear nuevos sentidos; que producen sus propios textos para dar a conocer lo que piensan, necesitan o quieren; que desarrollan un pensamiento crítico, analítico y conceptual". (op.cit)

El proyecto *México Lee*, además se plantea los siguientes objetivos:

Objetivo 1

Disminuir los rezagos lectores y educativos y reducir la inequidad en el acceso a la cultura y el libro.

Metas:

- 1.1 Desarrollo de estándares para la medición de capacidades lectoras e implementación de programas de formación lectora para los mediadores, promotores de lectura y maestros mexicanos.
- 1.2 Desarrollo e implementación de un sistema de evaluación especializado sobre libros y lectura en México.
- 1.3 Aumento en la inversión de la infraestructura bibliotecaria nacional.
- 1.4 Fortalecimiento de las Salas de Lectura en espacios comunitarios y marginales.
- 1.5 Inversión en compra y mejora de la calidad de los acervos y colecciones destinados a consulta pública.
- 1.6 Inyección de recursos para la creación y consolidación de nuevos espacios emergentes para el encuentro con el libro y la lectura desde la sociedad civil.

Objetivo 2

Fortalecer de manera indisoluble la relación entre educación y cultura como sistemas generadores de usuarios plenos de la cultura escrita.

Metas:

- 2.1 Fortalecimiento presupuestal y estructural del Programa Nacional de Lectura de Educación Básica (Bibliotecas Escolares y de Aula).
- 2.2 Implementación de estrategias de vinculación y apoyo entre la Red Nacional de Bibliotecas Públicas, el Programa Nacional Salas de Lectura, el Programa Nacional de Lectura de la SEP y las escuelas públicas de educación básica y media de México.

Objetivo 3

Propiciar el desarrollo social y mejores índices de calidad de vida a través de la formación de comunidades lectoras.

Metas:

- 3.1 Identificar experiencias exitosas desde la sociedad civil en el fomento a la lectura y el libro y buscar estrategias para su multiplicación y fortalecimiento.
- 3.2 Replantear las bases de los fondos actuales para la edición y fomento a la lectura y el libro desde la Federación, para generar esquemas de apoyo a las iniciativas de la sociedad civil.
- 3.3 Implementar círculos comunitarios culturales a través de la unificación de programas culturales-artísticos y de fomento a la lectura con prioridad en zonas alejadas de la urbe, de alta incidencia delincriminal, rurales y marginadas.

Objetivo 4

Contribuir al fortalecimiento de la cadena del libro con la participación de cada uno de sus actores.

Metas:

- 4.1 Propiciar nuevos esquemas de negocio para el sector librero con base en los nuevos soportes electrónicos y la implementación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.
- 4.2 Impulsar y difundir la implementación del precio único del libro.
- 4.3 Replantear las bases para los concursos nacionales desde el Gobierno Federal, para la coedición o compra masiva de acervos para espacios públicos, eliminando fianzas e introduciendo mecanismos que posibiliten la participación de la industria editorial independiente.
- 4.4 Generar el apoyo a esquemas para el tránsito de la librería común hacia espacios libreros culturales.
- 4.5 Revisar los esquemas financieros para la exportación de libros nacionales hacia el exterior.
- 4.6 Impulsar mecanismos en contra de la duplicación, piratería, copia de obra y fortalecer la defensa de los derechos de autor.
- 4.7 Impulsar mecanismos y esquemas de fortalecimiento financiero en apoyo a la industria editorial mexicana, con énfasis especial en la industria independiente.

Objetivo 5

Fortalecer la creación literaria y la editorial, en favor del fomento para la lectura y el libro.

Metas:

- 5.1 Implementar acciones presupuestales para aumentar los niveles de coedición entre Estado e iniciativa privada y disminuir los índices de producción editorial propia desde el Gobierno Federal.

5.2 Desarrollar esquemas de formación de mediadores y capacitación continua para todos los actores de la cadena del libro.

5.3 Desarrollar esquemas de cooperación entre los medios de comunicación, la autoridad educativa federal y las autoridades educativas estatales; el sector cultural, y la industria editorial y librera, para la transmisión de programas de fomento a la lectura y el libro.

5.4 Impulsar programas para la generación de contenidos culturales, científicos y educativos entre diversas instancias públicas y privadas.

Objetivo 6

Incorporar los nuevos soportes digitales y tecnologías de la información y la comunicación como apoyos para el acceso a la lectura y el libro de toda la población.

Metas:

6.1 Invertir en la incorporación y equipamiento de soportes digitales y equipo en la infraestructura educativa y bibliotecaria nacional.

6.2 Desarrollar programas para el diseño e implementación de contenidos, digitalización de textos y acervos para la Red Nacional de Bibliotecas Públicas, escolares y de aula y Salas de Lectura a nivel nacional.

6.3 Propiciar esquemas de conectividad a todos los espacios públicos culturales del país.

6.4 Desarrollar programas de formación y desarrollo del capital humano en el manejo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación para el fomento a la lectura y el libro. (op.cit.)

Este proyecto establecido por el gobierno federal, pudiera parecer una buena solución a los problemas en el campo de la promoción de la lectura en nuestro país, sin embargo continúa otorgándole a la lectura un valor puramente académico y estableciendo como obligación del fomento a la lectura únicamente a las instituciones educativas y al Estado mismo, restándole responsabilidad a la familia como la primera institución por medio de la que los niños (as) adquieren el primer

contacto con la lectura y las obras impresas, además de que este proyecto contempla a la lectura como una habilidad destinada únicamente a estar presente dentro de la vida académica, un ejemplo de esto es que este proyecto dentro de sus principales objetivos establece que su función principal es la alfabetización con miras al mejoramiento académico, restándole a la lectura el placer personal.

Dentro del territorio nacional existen programas destinados a la promoción de la lectura desde la infancia, Puebla es uno de los estados de la República Mexicana que estableció los primeros intentos por crear una cultura de fomento a lectura en niños; el proyecto de bebetécas, contempla como en el caso de Puerto Rico, que desde la primera infancia es posible obtener los beneficios que brinda la lectura.

En combinación con el CONACULTA, y con la Secretaría de Cultura de Puebla, este proyecto contempla la creación de espacios destinados para actividades en torno a la lectura, y apuesta por la inclusión de la familia en el desarrollo de hábitos de lectura en menores, además de incluir dentro de su diseño la capacitación de jóvenes universitarios comprometidos con la promoción de la lectura dentro de este estado.

Entre sus objetivos destacan los siguientes:

- En atender a través de sesiones de lectura a bebés y sus familias construyendo espacios cómodos y propicios para la atención de los lectores.
- En formar a mediadores de lectura en prácticas de promoción, selección y construcción de acervos.
- En hacer visibles a los bebés en la lectura y a la lectura como actividad cultural.

Otros estados de la República imitaron este proyecto estableciendo bebetécas en su territorio tales como:

- Querétaro

- Guanajuato
- Tijuana
- D.F. (Con la biblioteca Vasconcelos y los planes de construcción de un espacio destinado a los infantes). (FCE)

En cuanto a las casas editoriales IBBY México, ha sido desde hace casi 30 años una de las empresas dentro del territorio nacional que ha enfocado sus esfuerzos en la promoción de la lectura dentro del sector infantil, al respecto de este tema, ha creado el programa *Nosotros entre libros*, que trabaja dentro de escuelas públicas con el fin de promover la lectura entre niños que se encuentran cursando la educación primaria, y que mediante la colaboración de voluntarios, se acercan a las comunidades estudiantiles con el propósito de llevar la experiencia de la lectura a las aulas.

Este proyecto inició sus actividades en el año 2005 conformado por 20 voluntarios que comenzaron sus labores de promoción en escuelas públicas de la ciudad de México; según el sitio en línea de la editorial IBBY México, actualmente se encuentran laborando dentro de este programa cerca de 650 voluntarios que promueven la lectura en cerca de 80 primarias del Distrito. (IBBY México)

El Fondo de Cultura Económica, como una de las editoriales orientadas a la promoción de la cultura escrita en nuestro país, y como una muestra del esfuerzo que se está llevando a cabo para la promoción de la lectura, ha publicado la colección titulada *Espacios para la lectura* (algunos de los números de esta colección forman parte de la revisión bibliográfica realizada para este plan de comunicación), que muestra entrevistas, conferencias e investigaciones en torno al fenómeno de los bajos niveles de lectura tanto en nuestro país como en el extranjero.

Además del valor referencial de esta colección, y de los ejemplos que de los distintos autores se pueden retomar, otra característica importante que poseen

cada uno de los libros que la conforman, es que han sido coordinados por Daniel Goldín, mexicano que ha dedicado una gran parte de su vida profesional a la promoción de la lectura en nuestro país y que ha orientado su trabajo principalmente a la lectura en la infancia.

Además del trabajo editorial realizado por Goldín, destaca en su labor la creación de talleres, conferencias, páginas web destinadas a niños con alguna discapacidad y otras actividades que como principal eje han sido orientadas a la divulgación de los beneficios de la lectura; como un dato que complementa el valor de la participación de Daniel Goldín en la colección Espacios para la lectura se puede mencionar que Goldín fue parte del equipo que asesoró *La encuesta Nacional de Lectura* (en cuyos resultados se basa este proyecto).

Libros del Rincón, es otro de los proyectos de fomento que busca el incremento de los índices de lectura en el nivel educativo básico dentro del territorio nacional llevado a cabo por el Gobierno Federal, y que está constituido por varias colecciones que contienen las obras de distintos autores y de diversos temas y que además a lo largo de la república mexicana cuenta también con obras específicas de cada estado dependiendo de la cultura regional. (SEP)

El gobierno del Distrito Federal, también ha implementado acciones en torno al fomento de la lectura dentro de la población de esta ciudad; el proyecto *Leer de boleto en el metro*, utiliza el sistema de transporte conocido como metro para la promoción de la lectura dentro de los trenes que conforman la red de pasajeros.

Este programa comenzó su funcionamiento en enero del año 2004 como un proyecto piloto, que en la fecha de su lanzamiento fue aplicado en una de las 11 líneas que conforman la red del metro con un tiraje de 250.000 ejemplares que fueron entregados en la línea 3 del metro por medio de 400 jóvenes de la *Ola*

naranja. Dentro de las organizaciones que participan en este programa de fomento a la lectura se encuentran:

- Secretaría de Cultura
- Universidad Autónoma de la Ciudad de México
- Instituto de la Juventud
- Sistema de Transporte Colectivo Metro del Gobierno de la Ciudad de México

El programa *Leer de Boleto en el metro*, desde la fecha de su inicio (2004), hasta la fecha, ha publicado 11 antologías con las obra de autores diversos, cuyo tiraje según el sitio electrónico del Gobierno del Distrito Federal (GDF) ha alcanzado la cifra de 1,450.000 ejemplares impresos y un total de 5,000.000 de préstamos gratuitos entre los usuarios del metro. (Secretaria de Cultura del Distrito Federal)

Sin embargo, *Para leer de Boleto en el metro* no es el único programa destinado al fomento a la lectura del GDF; existen otros proyectos contenidos dentro de un programa centralizador denominado *Para leer en libertad*, que además del aplicado dentro del metro de la Ciudad de México contempla los siguientes subproyectos:

- *Libro club*: Programa de fomento a la lectura instaurado en 1998, por lo que es el programa más antiguo que se aplica en la Ciudad de México por parte del gobierno de la ciudad, en este programa , voluntarios promueven la lectura dentro de sus propias comunidades. Cuenta con espacios destinados a la lectura llamados *Libro Clubes* que se encuentran distribuidos por toda la ciudad en los que se cuenta con un acervo que va de los 550 a los 3000 títulos, que son prestados a aquellas personas interesadas en su lectura. (Secretaría de Cultura del Distrito Federal)

- Tianguis de libros: Proyecto itinerante de promoción de la lectura que lleva libros a distintos lugares y en los que los visitantes, pueden tener un acercamiento a una literatura al alcance del bolsillo. Además este proyecto ha logrado la edición de ocho libros entre los que se encuentran: Morelos. El Machete de la Nación. Recopilación de Paco Ignacio Taibo II, Bosquejo histórico de Coyoacán de Francisco Sosa, Ricardo Flores Magón, No hay virtud en el servilismo de Juan Hernández Luna Gustavo. A. Madero, Biografía de un revolucionario, de Daniel Molina, Emiliano Zapata, Los Manifiestos en Náhuatl de Miguel León Portilla, No se olvida, Testimonios sobre el Movimiento del 68 y Francisco Villa, Narraciones Villista, antologías de varios autores realizadas por Paco Ignacio Taibo II. (op.cit.)
- Sana, sana...leyendo una plana: Programa de fomento a lectura destinado a aquellas personas que por distintas cuestiones tienen que invertir varias horas dentro de una institución hospitalaria. Este programa se encuentra dividido en varias partes debido a las distintas condiciones por las que sus usuarios se encuentran dentro de un hospital, por ejemplo *A la espera de letras*, se encuentra dirigido a pacientes de consulta externa que permanecerán unas cuantas horas dentro del hospital, *Libro Club*, orientado al préstamo interno y externo de libros para el personal del hospital así como a pacientes que se encuentran en recuperación, *Urgencia de letras*, compuesto por carteles con mini-ficciones, fragmentos y poemas colocados en las salas de espera, buscando disminuir la tensión entre aquellos que se encuentran esperando un resultado, por último se encuentran dentro de este programa *Lecturas en voz alta*, en las que promotores de lectura leen en voz alta a pacientes hospitalizados y de consulta externa para promover el gusto de la lectura. (op.cit.)
- Letras en guardia: Programa que acerca la cultura escrita a miembros del cuerpo de policía de la capital del país, así como a granaderos, personal administrativo y a personal de los Centros de Formación y Cultura Policial; programa en el que se fomenta la lectura entre estos empleados del gobierno de la Ciudad de México mediante sesiones de fomento a la

lectura, que hasta la fecha ha llegado a los 20000 elementos que conforman a la Secretaría de Seguridad Pública. (op.cit.)

Actualmente, además de los programas antes descritos, el GDF ha comenzado a distribuir dentro de las instalaciones del metro 80 mil ejemplares de una historieta llamada *Gregoria la cucaracha*; con la participación del Instituto de Ciencia y Tecnología (ICyTDF), y la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, esta historieta busca difundir entre la población de la Ciudad de México temas relacionados con la salud usando el humor para informar a los lectores acerca de enfermedades y su tratamiento.

Esta historieta es repartida en distintas estaciones del metro entre las que se encuentran: Pino Suárez, Balderas, Tacubaya, Chapultepec, Insurgentes, Chabacano, Zócalo, Bellas Artes, Hidalgo, Deportivo 18 de marzo, La Raza, Guerrero y Centro Médico.

Se suma a la entrega de estos textos una nueva colección, que alcanza los 9 volúmenes repartidos entre los usuarios del metro. (METRO)

Ciencia de Boletto, es el nombre de esta nueva colección, que en coordinación con la Dirección General de Divulgación de la Ciencia, de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el Gobierno de la Ciudad de México y el Sistema de Transporte Colectivo Metro, están poniendo en manos de los usuarios de este transporte, un acercamiento a temas científicos e investigaciones, que de otra forma no podrían estar al alcance de la población que no tienen relación con estas temáticas, y que de forma sencilla y en un lenguaje de fácil comprensión (carente en su mayor parte de términos científicos), presenta temas puramente científicos; en su último número, *Ciencia de boletto* presenta el tema: *¿Los insectos se comen?*, que abarca el tema de la variedad de insectos existentes en México y su utilidad para fines alimentarios. (UNAM)

2.3 Tipo de investigación

En este apartado a manera de introducción se presenta la metodología empleada en el desarrollo de este plan de comunicación. La aplicación de una metodología permite confirmar o refutar la hipótesis de cualquier investigación y mostrar las actividades y estrategias seguidas por el investigador para el cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Conceptos básicos sobre las técnicas de investigación puestas en práctica en el diagnóstico para *Cuentos de Boleto*

Investigación documental

Es aquella información que se encuentra en toda clase de textos escritos, registros de sonido e imagen, etc.

La investigación documental realizada para *Cuentos de Boleto* se divide en:

- A) Investigación documental bibliográfica.- Comprende la búsqueda de información en bibliotecas para el sustento teórico del proyecto.
- B) Investigación documental en línea.- Comprende la búsqueda de documentos en Internet para el sustento teórico del proyecto, así como de información de programas de fomento a la lectura de carácter gubernamental en México y el extranjero.

Investigación de campo

Es una actividad científica exploratoria, mediante la cual se realiza la observación de los elementos más importantes del objeto que se investiga.

La técnica utilizada en el trabajo de campo fue la siguiente:

La entrevista.- Clasificación de la investigación de campo, en donde de una forma directa el entrevistador (persona que realiza la investigación) obtiene información, en forma verbal de la persona entrevistada y que se orienta a los fines del estudio.

La siguiente sección (Descripción metodológica), presenta una diferenciación entre los conceptos de las metodologías cuantitativa y cualitativa; a continuación se presenta una breve descripción del método de investigación utilizado en este proyecto (Método de investigación).

En la sección destinada a la descripción de las herramientas utilizadas en la recopilación de información, se presentan los instrumentos usados en el diagnóstico de la problemática propuesta y que fueron aplicados con los participantes del estudio.

Finalmente, se culmina la sección de este proyecto denominada “Detección del problema”, con una descripción de los participantes del estudio y la forma en la que se incorporaron a la investigación.

2.4 Descripción metodológica

En este apartado se describe el método utilizado para la construcción del diagnóstico que sustenta el diseño de *Cuentos de Boleto* así como de las actividades propuestas, y que al mismo tiempo además de aportar bases teóricas a este proyecto definen a los destinatarios tanto del estudio como del producto final.

Este plan comunicativo se rige por la metodología cualitativa, es decir una investigación de corte descriptivo que busca el análisis y comprensión de un fenómeno social y comunicativo que se encuentra dentro de un contexto educativo. La investigación realizada para el plan comunicativo *Cuentos de Boleto*, es de carácter cualitativo, descriptivo y documental que fue desarrollada con miembros de distintos planteles de educación preescolar, mejor conocidos como “jardín de niños” (padres y maestras), de la Ciudad de México.

Pese a que en nuestra sociedad se le otorga un mayor peso dentro de la investigación a los datos numéricos y a las gráficas, los resultados obtenidos desde el enfoque cualitativo no dejan de ser menos importantes, delimitados y regidos por normas que los que se obtienen de la metodología cuantitativa. Sin embargo se debe admitir que la investigación cualitativa ha sido relegada por años por académicos e investigadores que mostraban preferencia por el dato numérico. (Ruiz: 1996).

La investigación cualitativa, más que buscar una cifra o un resultado reflejado en porcentajes, es una investigación social que estudia fenómenos que no pueden ser explicados mediante números y gráficos, sino que deben ser estudiados desde el punto de vista humano que establece a los hechos como un componente del conocimiento y que partiendo de esta concepción se pueden entender los fenómenos del mundo.

La diferencia más significativa entre ambas metodologías se encuentra en la forma en que se maneja el objeto de estudio; por un lado la metodología cuantitativa busca la definición de un problema mediante la creación de condiciones controlables, por ejemplo en un laboratorio, mientras que la metodología cualitativa define e investiga el problema en un ambiente lo más parecido a la realidad.

En términos de “lo humano”, la metodología cualitativa dirige la investigación desde la observación detallada de los hechos que se generan en un contexto específico, trabaja desde lo local para buscar patrones que generalicen al objeto de su estudio. Pese a las diferencias existentes entre la metodología cualitativa y la metodología cuantitativa, ambas comparten un proceso de desarrollo similar que está compuesto de cinco fases:

- Definición del problema
- Diseño
- Recopilación de datos
- Análisis de datos
- Validación

2.4.1 Método de investigación

El método utilizado para la construcción el diagnóstico es el método empírico sistémico, ya que el diagnóstico realizado tuvo como principal objetivo la obtención de conocimiento de las concepciones familiares relacionadas con la lectura y su utilidad de forma directa, es decir obtenido desde los destinatarios del proyecto por medio de la realización de entrevistas.

Cuentos de Boleto desde la óptica del método empírico sistémico, considera a la familia como un conjunto de elementos que se encuentran en constante interacción, y en donde cualquier alteración o modificación de uno de los elementos (o conductas) afecta o modifica el funcionamiento y las relaciones de los demás elementos que conforman el conjunto.

Es decir que lo que sucede entre los interactuantes (miembros de la familia), no puede suceder en ningún caso sin un intercambio o una acción que desencadene otras acciones.

Si tomamos en cuenta a la familia como la principal institución en la que los niños aprenden lo que será su comportamiento social en el futuro, así como usos y costumbres, podemos decir que es también en la familia en donde los menores pueden adquirir hábitos de lectura regulares derivados de la interacción (lectura en voz alta) con sus padres, si establecemos que:

“La familia es un grupo institucionalizado relativamente estable, que constituye una de las bases de la vida social. Por esto representa a la vez un modelo y un ejemplo del sistema interactivo que implica una especialización de roles y actitudes, una relación de lugar, normas relacionales y un conjunto de presentaciones y valores que orientan las conductas”. (Marc E. y D. Picard, 1992: 155)

Se establece que es desde la familia y la interacción entre sus miembros, donde se pueden cimentar hábitos de lectura independientes de la escuela, por medio de la imitación de las actividades de los padres (lectura en voz alta o manipulación y uso de libros), si tenemos en cuenta que las familias actúan como:

“Formas organizadas de actividad social o de grupo, formas organizadas de modo que los miembros individuales de la sociedad puedan actuar adecuada y socialmente adoptando las actitudes de los otros hacia dichas actividades, representa una acción común por parte de todos los miembros de una comunidad hacia una situación especial”. (Mead, 2005:21)

Considerando la importancia que tiene la familia como reproductora y transmisora de hábitos, usos y costumbres, *Cuentos de Boleto* ha diseñado actividades (Plan táctico) que mediante la utilización de la interacción entre miembros de una misma familia busca la conformación de hábitos de lectura en niños en edad preescolar.

2.4.2 Técnicas e instrumentos para recabar información

La técnica elegida para la recolección de datos para este proyecto fue la entrevista semiestructurada que a diferencia de los cuestionarios aplicados en métodos cuantitativos, tiene la característica de ser más flexible, de crear un ambiente íntimo entre entrevistador-entrevistado y ser abierta. Puede definirse a la entrevista como “una reunión para intercambiar información” (Hernández, 2006: 597).

La entrevista semiestructurada se basa en una serie de preguntas (guía de entrevista), en donde el entrevistador tiene la posibilidad y la libertad de agregar preguntas adicionales para la obtención de mayor información sobre el tema tratado; en este tipo de entrevista no todas las preguntas están determinadas previamente.

Las características de las entrevistas cualitativas según Hernández (2006) citando a Rogers y Bouey (2005) son las siguientes:

1. El principio y el final de la entrevista no se predeterminan ni se definen con claridad, incluso las entrevistas pueden efectuarse en varias etapas. Es flexible.
2. Las preguntas y el orden en que se hacen se adecúan a los participantes.
3. La entrevista cualitativa es una buena fuente anecdótica.
4. El entrevistador comparte con el entrevistado el ritmo y dirección de la entrevista.
5. El contexto social es considerado y resulta fundamental para la interpretación de significados.
6. El entrevistador ajusta su comunicación a las normas y lenguaje del entrevistado.
7. La entrevista cualitativa tiene un carácter más amistoso.

Las preguntas utilizadas en las entrevistas semiestructuradas dependieron de la persona a la que se entrevistaba utilizando la clasificación hecha por Mertens (2005) citado por Hernández en *Metodología de la investigación* (2006); las preguntas realizadas se dividieron (dependiendo de la persona entrevistada) en:

1. Secretaría de Cultura del D.F: las preguntas empleadas en la entrevista fueron del tipo *de conocimiento*, en referencia a datos específicos del programa *Leer de Boleto*.
2. Padres de familia y maestras de preescolar: se utilizó una serie de preguntas del tipo *opinión y antecedentes*¹.

A) Recolección de datos (Padres de familia).

Se buscó una técnica que evitara la exposición de los padres de familia y principalmente que no exhibiera a los entrevistados a cualquier forma de mirada que no tuviera relación con el estudio para asegurar un grado de confianza en el entrevistado que le permitiera hablar sin recelos de temas de interés para la investigación.

De acuerdo con las consideraciones antes expuestas, se utilizó la técnica de la entrevista semi-estructurada, que fue llevada a cabo mediante una serie de preguntas abiertas que tocaron las temáticas de interés de este estudio y que permitieron conocer el discurso de las familias con respecto a la temática central de esta investigación.

Las cuestiones abordadas fueron escogidas de acuerdo con los objetivos del estudio y entre otros temas incluyeron: los conceptos de lectura, uso de la lectura,

¹ Nota: Para una mayor referencia de la clasificación de Mertens, consultar la obra de Hernández, Fernández y Baptista, *Metodología de la investigación* véase la sección denominada bibliografía de este proyecto).

beneficios de la lectura, educación, funciones de la familia, etc., mencionados en el marco teórico de esta investigación.

Las preguntas realizadas en las entrevistas estuvieron relacionadas con los siguientes temas:

Simbología y representación personal del libro

- 1.- Funciones y usos del libro.
- 2.- Personalidad del lector, ¿quién es?, ¿cómo percibe la lectura?, disposición para la lectura.
- 3.- Géneros de lectura conocidos.
- 4.- Libro que recuerda de la infancia

Práctica personal de la lectura

- 1- ¿Qué libros conserva en casa?
- 2.- Forma en la que fueron adquiridos: Obsequios, préstamo, compra, etc.
- 3.- Qué géneros literarios son conservados en casa.
- 4.- Cuál es el destino del libro después de haber sido leído.
- 5.- Historia personal de la lectura, biografía del lector: escolar, familiar, personal.
- 6.- Selección de lecturas.
- 7.- Iniciativa a la lectura: amigos, familia, escuela, publicidad, etc.
- 8.- Tiempo empleado en la lectura: Frecuencia, momentos, circunstancias, etc.
- 9.- Lugares en los que se lee: casa (específicamente en qué parte del hogar), transporte público, oficina, etc.
- 10.- Socialización de la lectura: Qué hace con los conocimientos adquiridos desde la lectura.
- 11- Otras prácticas de esparcimiento: Consumo de productos derivados de los medios masivos de comunicación.
- 12.- Otras prácticas culturales: visitas a museos, teatro, cine, etc.

Vida familiar

- 1.-Número de personas que conforman a la familia.
- 2.- Prácticas de lectura con los hijos.
- 3.- Materiales de lectura infantil disponibles dentro del hogar.
- 4.- Lugar (es) en donde estos materiales son adquiridos
- 5.- Existencia de actividades de lectura no encomendadas por la escuela
 - 5.1.- Tiempo destinado a prácticas lectoras con los menores
- 6.- Lugar dentro del hogar en donde se practica la lectura
- 7.- Opinión de la lectura en la formación escolar de los menores
 - 7.1 Responsabilidad de la escuela
 - 7.1.2 Responsabilidad de los padres.
- 8.- Tiempo libre
 - 8.1 Actividades en el tiempo libre
- 9.- Rol de la madre en la educación del (la) menor
 - 9.1 Rol de la madre en la educación del (la) menor.
- 10.- Qué acciones estaría dispuesto (a) a llevar a cabo en beneficio de la educación del (la) menor.
- 11.- Opinión de los cuentos infantiles.
 - 11.1 Ha hecho uso de ellos en la interacción con sus hijos
 - 11.2 Los considera una forma de educar a los menores.
 - 11.3 Considera que transmiten valores
 - 11.4 Serían una herramienta útil en la educación de los menores
- 12.- Qué cuento recuerda de su infancia

Escuela

- 1.- Opinión de la labor de la institución en la educación de los menores
- 2.- ¿Para qué sirve la escuela?
 - 2.1 Qué se espera de ella
- 3.- Actividades escuela/padres.

- 4.- Relaciones establecidas con actores de la escuela
- 5.-Prácticas en conjunto con la institución para mejorar el aprendizaje.
- 6.- Papel del (la) maestro (a) en el aprendizaje
- 6.1 Papel de los padres en el aprendizaje.

Vida cotidiana

- 1.- Actividades diarias.
 - 1.1 Papel de la escuela en las actividades diarias
 - 1.1.2 Actividades fin de semana.
 - 1.1.3 Papel de la escuela en las actividades del fin de semana
- 2.- Actividades familiares
- 3.- Prácticas culturales
- 4.- Importancia de la convivencia familiar

Transportación

- 1.- Medios de transporte utilizados
 - 1.1 Frecuencia en el uso del transporte público
 - 1.2 Conocimiento del uso de los espacios del metro para fines publicitarios
 - 1.3 Qué mira mientras viaja en el metro
- 2.- Opinión del uso de los espacios del metro para funciones de promoción cultural (talleres, exposiciones, presentaciones, etc).
- 3.- Conocimiento de los programas de promoción de lectura del GDF en las instalaciones del metro.
- 4.- Uso de los productos de tales programas.
- 5.- Conocimiento y opinión del programa “Leer de Boleto”.
- 6.- Disposición a probar un nuevo proyecto de lectura propuesto por el GDF destinado a niños.
- 7.- Características que debe poseer un proyecto de lectura para ser atractivo para los usuarios.

Las entrevistas se realizaron de forma individual a los padres y maestras. Se llevaron a cabo en el domicilio de cada familia para facilitar los tiempos de los participantes (mientras fue posible) para interferir lo menos posible en sus actividades diarias. Mediante este proceso se obtuvieron 17 entrevistas individuales.

Los datos obtenidos desde las entrevistas fueron registrados en grabación en audio, lo que en su totalidad conforma un total de aproximadamente 16 hrs de grabación y 2 discos compactos.

B) Recolección de datos (profesoras)

Los datos relacionados en escuelas fueron adquiridos mediante la utilización de entrevistas individuales con profesoras de los tres distintos grados de educación preescolar. Las conversaciones fueron grabadas en formato de audio con el consentimiento de las participantes.

La entrevista con profesoras abarcó los siguientes tópicos:

- Perspectivas de los profesores en relación con la importancia de la lectura desde los primeros años de formación escolar.
- Papel de la familia en la educación de los menores
- Relación padres/ escuela

Simbología y representación del libro en el aula

- 1.- Funciones y usos del libro en la escuela.
- 2.- Importancia de la presencia de libros en el aula.
- 3.- Actividades relacionadas con el uso de libros en el aula
- 4.- Practicas de lectura en el salón de clase
- 5.- Opinión de la lectura en voz alta
- 6.- Usos del cuento infantil
- 7.- El cuento infantil como medio de transmisión de valores
- 8.- Consideraciones acerca del valor educativo del cuento

- 9.- Los considera una forma de educar a los menores.
- 10.- Considera que transmiten valores
- 11.- Serían una herramienta útil en la educación de los menores
- 12.- Qué cuento recuerda de su infancia
- 13.-Consideraciones acerca de la práctica de la lectura desde los primeros años de instrucción escolar.

Práctica personal de la lectura

- 1- ¿Qué libros conserva en casa?
- 2.- Forma en la que fueron adquiridas: Obsequios, préstamo, compra, etc.
- 3.- Qué géneros literarios son conservados en casa.
- 4.-Cuál es el destino del libro después de haber sido leído.
- 5.- Historia personal de la lectura, biografía del lector: escolar, familiar, personal.
- 6.- Selección de lecturas.
- 7.- Iniciativa a la lectura: amigos, familia, escuela, publicidad, etc.
- 8.- Tiempo empleado en la lectura: Frecuencia, momentos, circunstancias, etc.
- 9.- Lugares en los que se lee: casa (específicamente en qué parte del hogar), transporte público, oficina, etc.
- 10.- Socialización de la lectura: Qué hace con los conocimientos adquiridos desde la lectura.
- 11- Otras prácticas de esparcimiento: Consumo de productos derivados de los medios masivos de comunicación.
- 12.- Otras prácticas culturales: visitas a museos, teatro, cine, etc.

Vida familiar

- 1.-Número de personas que conforman a la familia.
- 2.- Prácticas de lectura con los hijos.
- 3.- Materiales de lectura infantil disponibles dentro del hogar.
- 4.- Lugar (es) en donde estos materiales son adquiridos

- 5.-Tiempo destinado a prácticas lectoras con los menores
- 6.- Lugar dentro del hogar en donde se practica la lectura
- 7.- Opinión de la lectura en la formación escolar de los menores
 - 7.1 Responsabilidad de la escuela
 - 7.1.2 Responsabilidad de los padres.
- 8.- Tiempo libre
 - 8.1 Actividades en el tiempo libre
- 9.- Rol de la madre en la educación del (la) menor
 - 9.1 Rol de la madre en la educación del (la) menor.

Escuela

- 1.- Opinión de la labor de la institución en la educación de los menores
- 2.- ¿Para qué sirve la escuela?
 - 2.1 Qué se espera de ella
- 3.- Actividades escuela/padres.
- 4.- Relaciones establecidas con actores de la escuela
- 5.-Prácticas en conjunto con la institución para mejorar el aprendizaje.
- 6.- Papel del (la) maestro (a) en el aprendizaje
 - 6.1 Papel de los padres en el aprendizaje.

Vida cotidiana

- 1.- Actividades diarias.
 - 1.1 Papel de la escuela en las actividades diarias
 - 1.1.2 Actividades fin de semana.
 - 1.1.3 Papel de la escuela en las actividades del fin de semana
- 2.- Actividades familiares
- 3.- Prácticas culturales
- 4.- Importancia de la convivencia familiar

Transportación

1.- Medios de transporte utilizados

1.1 Frecuencia en el uso del transporte público

1.2 Conocimiento del uso de los espacios del metro para fines publicitarios

1.3 Qué mira mientras viaja en el metro

2.- Opinión del uso de los espacios del metro para funciones de promoción cultural (talleres, exposiciones, presentaciones, etc).

3.- Conocimiento de los programas de promoción de lectura del GDF en las instalaciones del metro.

4.- Uso de los productos de tales programas.

5.- Conocimiento y opinión del programa "Leer de Boleto".

6.- Disposición a probar un nuevo proyecto de lectura propuesto por el GDF destinado a niños.

7.- Características que debe poseer un proyecto de lectura para ser atractivo para los usuarios.

Finalmente, es importante destacar que en las entrevistas semi-estructuradas se mantuvo la temática orientada a la relación familia/lectura.

2.4.3 Selección de los participantes del estudio

Siendo el estudio realizado de corte cualitativo, no existe una muestra definida como la que es aplicada en los estudios cuantitativos; Hernández, Fernández y Baptista, (2006) nos dicen que en la metodología cualitativa:

“El tamaño de la muestra no es importante desde una perspectiva probabilística, pues el interés del investigador no es generalizar los resultados de su estudio a una población más amplia”.(Hernández, P. et al., 2006:561)

Se utilizó para la selección de los participantes lo que en la investigación cualitativa se conoce como muestra en cadena o por redes, o también conocida como muestra en “bola de nieve”, que consiste en la identificación de participantes claves que son agregados a la muestra del estudio, y que a su vez éstos participantes recomiendan a otras personas que puedan proporcionar datos relevantes y que posean las características requeridas para el estudio (Hernández, P. et al., 2006).

De igual forma, se utilizó para la selección de participantes lo que Hernández y colaboradores han definido como *muestra por oportunidad* (2006), que consiste en la inserción de participantes que de forma casual se presentan ante el investigador y que poseen características deseadas dentro del estudio.

2.5 Análisis de resultados

Como se estableció en la sección 2.4 denominada descripción metodológica, se llevaron a cabo un total de 17 entrevistas distribuidas de la siguiente manera:

Enfoque macrosocial (Secretaría de Cultura del Distrito Federal).

- 2 entrevistas realizadas en el área de fomento a la lectura de esta institución.

Enfoque microsocial.

- 5 entrevistas realizadas a maestras de educación preescolar.
- 5 entrevistas realizadas a madres de menores de educación preescolar.
- 5 entrevistas realizadas a padres de menores de educación preescolar.

La división de los resultados se realizó mediante el siguiente esquema:

Primera división de resultados:

- Lo que el entrevistado entiende por función de la lectura.
- Biografía del lector (antecedentes de lectura familiar, lectura en la infancia, persona o personas que motivaron en el (la) entrevistado (a) la lectura).
- Socialización de la lectura (qué hace el lector cuando termina una lectura en específico).
- Trayectoria de la lectura, relación escuela/lectura.
- Formación escolar y profesional, continuación o ruptura en hábitos de lectura.
- Relación lectura/profesión.

La primera división de los resultados obtenidos, tienen como objetivo la identificación de oportunidades que den sustento a lo que este proyecto establece al afirmar que no es en la escuela en donde únicamente se pueden cimentar hábitos de lectura regulares y que éstos pueden ser motivados por una persona cercana al posible lector.

A continuación se presenta la segunda división de los resultados obtenidos que consta de:

- Dinámicas familiares de lectura
- Adquisición de materiales de lectura para niños.
- Lugar del hogar en donde el entrevistado lee.
- Destino final del libro leído.
- Criterios de selección de lecturas.

La segunda división de resultados, tiene por objetivo la identificación de prácticas de lectura familiares para el diseño de las actividades (véase el punto 4.1 y posteriores), así como definir (con ciertas excepciones) el destino final del suplemento propuesto.

Finalmente se presenta una última división en la que son expuestos a manera de recomendación las características que tanto padres como maestras que fueron entrevistados hicieron con respecto a la creación de un programa de lectura para niños en edad preescolar, así como su disposición a probar un proyecto de lectura tanto en los hogares como en el salón de clases dependiendo del caso.

La presentación del análisis de los resultados se llevó a cabo mediante la numeración de las entrevistas (sin importar el orden en el que fueron realizadas), para fines de organización al momento de la exposición de resultados.

Cabe destacar que el propósito de las entrevistas no fue el de identificar las causas de los bajos niveles de lectura que existen en México (véase el punto 1.1.2 de este proyecto), razón por la que no se cuestionó a los entrevistados el número de libros que leen al año para evitar cualquier tipo de malestar en los participantes del estudio al crear de forma no intencionada algún tipo de relación entre el número de libros leídos por año y el nivel de cultura/conocimientos que pueda tener cada persona.

2.5.1 Interpretación de los resultados

Función de la lectura, ¿para qué sirve leer?

Durante las entrevistas dos de las funciones de la lectura que los entrevistados mencionaron casi en su totalidad apuntan al aprendizaje orientado a conocimientos logrados en la escuela y en función de la obtención de las habilidades requeridas para el desempeño laboral y lo que se podría considerar como aprovechamiento del tiempo “muerto” o tiempo libre de cada persona.

De igual forma se observó que las personas que indicaron no tener gusto por la lectura consideran o relacionan el acto de “leer” únicamente con la posesión o la lectura hecha específicamente de libros escolares; sin embargo al cuestionarles qué materiales de lectura tienen en casa o qué otras lecturas realizan regularmente, se obtuvo que aquellas personas que “no leen libros”, leen de forma regular periódicos, revistas y otras publicaciones, no considerando ésta práctica directamente como “leer”.

Entrevista 1

Para Guadalupe Jiménez, ama de casa de 30 años, la lectura tiene una doble función, en su caso y siendo madre de dos hijos, es la responsable de su educación mientras su esposo se encarga de la economía familiar, para ella la lectura tiene dos significados, por un lado se encuentra la parte del esparcimiento personal al declarar que aunque no posee los medios económicos para la adquisición de libros, el préstamo es el medio por el que obtienen de forma momentánea alguna obra literaria.

Destina una parte de su gasto diario al ahorro para la compra de libros para sus hijos y siendo la educación de los niños la prioridad en cuanto a compra de libros y lecturas realizadas al declarar por otro lado que algunas de las lecturas

realizadas por ella han tenido la finalidad de motivar a sus hijos a la lectura.

En su opinión leer tiene la función de:

“Leer cosas que te interesen obviamente, muchas veces para sacar información para tus tareas, para las tareas de los niños principalmente, e y para diversión propia, libros para ti también como padre de familia porque es muy interesante, bueno al menos a mí sí me gusta leer un poco y transmitirle algo a mis hijos para que ellos también vayan agarrando el hábito de la lectura, no todos los géneros me gustan pero pues sí los cuentos, regularmente leo más los cuentos porque pienso en mis hijos, entonces me gusta contarles y ya si les cuento ellos me dicen “hay mamá cómprame el libro” y pues yo, a lo mejor no siempre me alcanza pero procuro comprárselos y estar ahorrando, y pues a lo mejor hoy no comprar carne y ya para que de aquí a ocho días le compre su libro a mis hijos”.

Entrevista 2

Saúl Alcántara comerciante de 36 años le otorga a la lectura un valor de aprovechamiento del tiempo libre; al ser dueño de una tienda dispone de una gran cantidad de tiempo “muerto” derivado de la espera de clientes. A pesar de disponer de radio y televisión en su lugar de trabajo admite “aburrirse” con la programación que suele ver y considera “tontos” algunos programas por lo que su opción de entretenimiento es la lectura; el no estar “ocioso es la razón por la que lee.

Admite que la motivación principal para leer (hasta ese momento) la obtuvo de su hija al querer saber cuál era la emoción que ésta sentía por una novela juvenil en específico (que en el momento de la entrevista él se encontraba leyendo).

“Hay mucha gente como yo que se puede decir que tiene mucho tiempo libre y que puede pasarlo haciendo algo de provecho como leer un libro en vez de estar de ocioso o solamente viendo la tele, yo la veo un rato en la tienda pero llega un momento en que me aburre o en que los programas son muy tontos, entonces la apago y prendo el radio y me pongo a leer un rato; eso es lo bueno de los libros porque puedes hacer dos cosas al mismo tiempo como oír el radio y leer, cosa que

no se puede hacer con la televisión”.

La religión es otra de sus motivaciones para la lectura, considera que la Biblia es el libro más “sagrado” que tiene en su casa y que forma parte de su dinámica de lectura familiar.

“Debo mencionar como el libro más importante que hay en mi casa a la Biblia, que es un libro sagrado que leemos en tu pobre casa todos los días y todos juntos”.

Entrevista 3

El ámbito laboral es otra de las razones mencionadas como una de las funciones de la lectura; utilizada principalmente como un medio para la actualización de la vida profesional del entrevistado. Ma. del Carmen Estrada, maestra de preescolar expone que su fuente de trabajo requiere de una lectura constante de temáticas relacionadas con su actividad laboral para mantenerse al día con los cambio que la educación sufre cada día.

“Después de que salí de la escuela además de las lecturas que tengo que hacer para mi trabajo, he agarrado el hábito de la lectura con más frecuencia que antes de lecturas que no tienen relación con mi trabajo, aunque no puedes abandonar los libros que tratan sobre educación infantil porque en este trabajo que tengo hay que estar siempre actualizado”.

Antecedentes familiares

Un punto importante de este proyecto es la relación que existe entre practicas familiares de lectura y conformación de lectores regulares; como se ha expuesto anteriormente, este plan de comunicación afirma que la lectura en voz alta practicada de padres a hijos (o de algún otro familiar,) es el comienzo o el motivador principal en la generación de lectores regulares en la vida adulta.

Durante las entrevistas se obtuvo información referente a la persona que inició a algunos de los entrevistados en el mundo de la lectura; la figura de alguno de los padres sobresale en las menciones de los entrevistados, siendo éstos los

principales transmisores de hábitos en la infancia de las personas incluidas en el estudio; se obtuvieron menciones de algún otro familiar cercano como abuelos y hermanos, sin embargo predominó la participación paterna.

Entrevista 4

Anabel Torres, ama de casa de 33 años y con estudios de licenciatura, admite tener gusto por la lectura debido a la imagen de su padre al que recuerda “sentado en un sillón leyendo un libro”. Al respecto en la encuesta del CONACULTA realizada en el año 2006, se menciona que de los entrevistados por esa institución que afirmaron ser lectores regulares, estuvieron motivados o copiaron el ejemplo de alguno de sus padres (véase el punto 1.1.2 de este proyecto). Al respecto Anabel Torres menciona:

“Desde que estaba más chica me ha gustado leer, yo creo que heredé el gusto de mi papá, él a donde quiera que vaya debe llevar siempre en la mano un libro, entonces desde que tengo memoria siempre lo vi leyendo algo en la casa, siempre tengo presente la imagen de mi papá sentado en su sillón leyendo un libro”.

Además del ejemplo de los padres en cuanto a la imagen de lector en sus hijos, la compra de materiales de lectura es una más de las acciones realizadas por sus padres para acercarlos a lectura. Se puede decir que la disposición de materiales de lectura en casa puede contribuir a la formación de lectores regulares.

Entrevista 5

Para Juan Carlos Ramírez, cobrador de 26 años con estudios de bachillerato, sus padres al proporcionarle materiales de lectura y de apoyo para su educación, contribuyeron a que en la actualidad se le pueda considerar un lector regular y que menciona sentir gusto por la lectura; durante la entrevista mencionó con respecto a sus padres:

“Siempre que pudieron me compraban cosas para que aprendiera más o para ayudarme en la escuela igual que a mis hermanas, siempre tuve en la casa materiales que nos compraban para que leyéramos o para ayudarnos en las tareas de la escuela, además de que nunca me dejaron solo con los problemas que tenía en la escuela y siempre que no entendía algo ellos me explicaban hasta que entendiera”.

Entrevista 6.

Giovanna Salmerón, madre soltera de 22 años recuerda a sus padres comprándole libros para que leyera y a su madre leyéndole cuentos para dormir. Giovanna durante la entrevista menciona que a pesar que le gusta la lectura, su trabajo en una farmacia no le deja tiempo para leer, sin embargo recuerda a sus padres como las personas que más se esforzaron por acercarla a la lectura.

“Me acuerdo que cuando era más niña pues sí tenía libros en mi casa porque a mis papás siempre les interesó que tuviéramos cosas que nos ayudaran para la escuela, entonces siempre tuvimos pues lo típico para la escuela, como diccionarios de esos gordotes, enciclopedias y muchos libros para leer en casa y para la escuela. Me acuerdo que siempre nos estaban comprando muchos libros que a veces ni leíamos pero que mi mamá nos ponía a leer o que ella nos leía para dormir”.

Socialización de la lectura

No se puede considerar a la lectura como una práctica simplemente personal, también es generadora de intercambios sociales que se establecen durante las relaciones interpersonales de cada individuo. A este respecto una de las interrogantes realizadas a los entrevistados giró en torno a lo que hacen con la información obtenida desde la lectura de un texto.

La importancia de este cuestionamiento reside en que el proyecto de lectura Cuentos de Boleto, busca que los textos recopilados en la antología propuesta

(véase el punto 4.1.4), sean transmitidos a los menores en forma oral, ya sea mediante la lectura textual en voz alta de los cuentos, o por medio del relato realizado con el sello personal de cada padre al narrarlo al niño o niña después de haberlo leído. Se obtuvo lo siguiente al respecto de la socialización de la lectura:

Entrevista 4

“Como con mi papá tenía la costumbre de contarnos lo que había leído hasta ese entonces para ver cuál era su opinión, pues ahora hago lo mismo con mi esposo; el pobre de mi marido, tiene que aguantar que le cuente de qué se trató el libro y las partes que me gustaron”.

Entrevista 6

Para Marco Antonio Hernández contador público, su esposa es la persona a la que dirige los comentarios de las lecturas que realiza. Las respuestas de los entrevistados en relación con los comentarios que hacen de las lecturas efectuadas encuentran en familiares cercanos los mejores escuchas y críticos para los comentarios y juicios originados por la lectura de un libro determinado.

“La comento con mi esposa, si ella me recomendó el libro pues hacemos comentarios acerca de qué fue lo que nos gustó y lo que no nos gustó”.

Trayectoria de la lectura, relación escuela-lectura, vida laboral-lectura

La vida escolar representa para una gran parte de los entrevistados el periodo más activo en cuanto a lecturas realizadas y que ostenta un mayor número de títulos leídos en comparación con las lecturas realizadas al término de los estudios y al ingreso a la vida laboral.

Entrevista 6

“El bachillerato fue la época en la que leí más porque llevaba una materia de literatura, además de que tenía que asistir a un club de lectura una vez a la semana, ahí recuerdo que leí lo que son los clásicos, ya sabes, como Romeo y Julieta. Cuando comencé la carrera decidí que tenía que ser una carrera rápida porque ya quería ponerme a trabajar así que sólo hice una carrera técnica, en esta etapa ya no leí tanto porque necesitaba aprender otras cosas relacionadas con lo que iba a desempeñar en el trabajo, pero igual no abandoné la lectura del todo, de vez en cuando debí haber leído algo”.

Entrevista 7

Araceli Espítia ama de casa de 20 años, ubica su paso por el bachillerato como la época en la que su nivel de lectura aumentó considerablemente debido a las responsabilidades que la educación media encomiendan a los estudiantes en las que la lectura adquiere un mayor peso en el aprendizaje individual de cada estudiante si lo comparamos con la educación básica que centra el aprendizaje en el maestro.

“En la prepa fue en donde sí leí más porque nos lo dejaban los maestros, y tenía que hacer análisis de los libros y dividirlos en personajes principales y secundarios, tenía que hacer una especie de resumen de toda la historia y cosas así”.

En contraparte, el término de la vida escolar representa en algunos casos la ruptura de los hábitos de lectura de algunos de los entrevistados debido al cambio que simboliza en sus vidas el ingreso a la vida laboral o la conformación de una familia propia, al respecto continuamos con la entrevista realizada a Araceli Espítia, quién al cuestionársele acerca de si al termino de sus estudio continuó leyendo al mismo nivel, contestó lo siguiente:

“Supongo que si hubiera ido a la universidad sí hubiera tenido que leer muchos libros, pero desafortunadamente no tuve los medios para ir a la universidad, y pues ya después me casé y tuve a mis hijos y pues ya sabes, las obligaciones y

responsabilidades de atender una casa y una familia son muchas y pues en realidad no me queda mucho tiempo para dedicarle a un libro porque tener hijos chiquitos te quita mucho tiempo”.

Entrevista 8

Teresa Rodríguez maestra de preescolar menciona que de igual forma el término de sus estudios representó un descenso en el nivel de lectura adquirido en la escuela, sin embargo aclara que a pesar de que no mantuvo el nivel de lectura que poseía en el pasado, su actividad laboral no le permite alejarse de la lectura del todo, e incluso admite leer esporádicamente de manera independiente.

“El trabajo y la planeación de las actividades laborales no permiten tener el mismo nivel de lectura que podías tener cuando disponías del tiempo para ello, pero aunque no en el mismo nivel que antes, sigo leyendo aunque sea un poco en mis ratos libres”

Segunda división

Dinámicas familiares de lectura

La lectura en familia es uno de los objetivos que busca este plan de comunicación; la importancia de investigar durante las entrevistas acerca de los hábitos de lectura existentes dentro de las familias se centra en la recolección de datos útiles para la conformación de las actividades propuestas en este plan de comunicación (véase en el punto 4.1.4).

Entrevista 2

A pesar de que en la familia de Saúl Alcántara no existen dinámicas de lectura definidas, menciona que en ocasiones suele leer con su hija algunas de las revistas que le compra su esposa y realiza algunas de las actividades contenidas

en las mismas, además de la ayuda que le brinda a su hija en las tareas escolares.

“Yo le ayudo a hacer las tareas que le dejan en el kínder como recortar revistas o hacer las bolitas de papel. Su mamá le compra revistas como una de princesas de Disney y un revista que les enseña de ciencias se llama Big-Bang, esa es la que más le gusta y se la trae aquí a la tienda para que hagamos las actividades que vienen ahí, y pues le leo las instrucciones de los experimentos”.

Entrevista 5

“Le leo algunos de sus cuentos que tiene aquí en la casa o alguna otra cosa, pero por lo regular es lo que ella escoge”.

En un gran número de las entrevistas, las dinámicas de lectura se centraron en la ayuda brindada por los padres en las tareas escolares a sus hijos, presentándose en algunos pocos casos dinámicas de lecturas distintas a las actividades de la escuela.

Entrevista 4

“Sí le leo cosas a mi hijo porque quiero compartir con él algo de lo que mi papá me enseñó, que es el gusto por la lectura, ahorita incluso estamos leyendo algunos cuentos y el libro este que venden en los puestos de periódicos”.

Adquisición de materiales de lectura para niños

La necesidad de conocer si dentro de las familias de los entrevistados existen materiales de lectura infantil reside en el hecho de saber la importancia que éstos materiales tienen para los padres con la finalidad de establecer si el suplemento propuesto tiene la oportunidad de encontrar un espacio dentro de los hogares del sector de la población elegida.

Entrevista 9

Ernesto Sahagún, obrero de 34 años afirma no tener hábitos de lectura regulares, para él la falta de tiempo es la razón principal por la que prefiere hacer otras actividades como oír la radio o ver televisión, en relación con dinámicas de lectura familiares expresa no tener la costumbre de leer con su hijo, sin embargo se mostró preocupado porque el niño tenga a su disposición materiales que le ayuden en sus tareas, al respecto menciona:

“Le hemos comprado nosotros libros para colorear y para qué recorte y pegue, tiene libros de cuentos y otras cosas”.

Entrevista 4

“Mis dos hijos tienen tantos libros que ya no tenemos espacio para guardarlos todos; no es cierto estoy exagerando, pero sí tienen un número considerable de libros para que se entretengan en algo constructivo”.

Lugar de lectura con los niños

Uno de los puntos claves del plan de comunicación *Cuentos de Boleto*, es el establecimiento de un lugar y una hora específicos en el que los padres de familia lean con sus hijos el suplemento de cuentos propuesto; las entrevistas arrojaron que en los hogares de los entrevistados, el lugar de mayor preferencia tanto para las lecturas a los niños como las lecturas personales de los adultos es la recámara debido principalmente a que este es un espacio personal, íntimo y tranquilo para el ejercicio de la lectura.

Entrevista 10

Juan Carlos Ramírez, cobrador de 26 años establece su dormitorio como el lugar en el que lee a pesar de que no se considera a si mismo como un lector regular, y

se define como tan sólo un lector de periódicos, así establece la elección de su sitio de lectura:

“ Por lo regular leo cuando me acuesto a dormir y es para agarrar sueño entonces leer en la cama como que me hace que me dé sueño más rápido, y además este lugar como que es más tranquilo, no hay mucho ruido y es más cómodo leer aquí que en la sala o en las sillas de la cocina. Además aquí en el cuarto no tenemos televisión porque la única que tenemos está en la sala para que mi hija pueda verla también”.

Al cuestionarle a Guadalupe Jiménez el lugar de su casa en donde practica la lectura personal, comparte con una gran cantidad de entrevistados el sitio en donde lee.

Entrevista 1

“En mi cuarto, en mi recámara sí, porque ya los niños ya se durmieron, entonces ya están ahí acostaditos y yo me voy y me estiro un ratito en la cama me acuesto y así acostada estoy leyendo el libro”.

Érica Campos maestra de preescolar, comparte con los dos entrevistados anteriores la opinión acerca de su lugar de lectura cuando se encuentra en casa.

“Cuando estoy en casa cualquier lugar es bueno ¿no?, por algo hasta el baño es un buen lugar para leer, por lo regular es en mi cuarto en donde leo, con más frecuencia es en la noche”.

Recámara y sala, fueron los dos lugares dentro de los hogares de los entrevistados que más menciones tuvieron durante las entrevistas como los lugares preferidos para la práctica de la lectura, siendo el sitio elegido para la lectura por sus condiciones de intimidad y tranquilidad.

Destino final del libro

El destino final del suplemento propuesto de entrega gratuita es de suma importancia; en términos presupuestales, un mal manejo de la antología de cuentos (desecho, rupturas, etc.), representaría una pérdida económica sin contar con la pérdida educativa que se espera de la antología.

A este respecto durante la entrevista se cuestionó acerca del destino que tienen los libros que han sido leídos por los entrevistados con la finalidad de establecer (en un cierto parámetro) el futuro de la antología y su colocación dentro de los hogares del público meta.

Se obtuvo en su totalidad, que los libros de los entrevistados al finalizar su lectura permanecen dentro de las casas de los lectores. Las entrevistas señalan que los libros que más menciones tuvieron de permanencia en las casas de los entrevistados abordan las siguientes temáticas:

- Libros escolares o de índole educativa.
- Biblioteca personal del lector.
- Revistas y otras publicaciones.

Los resultados obtenidos, brindan dos propuestas de acción dentro de la entrega de las antologías en lo que respecta a la gratuidad de suplemento (véase el punto 4.1.2).

La importancia de conocer el destino final de un libro (además de los términos económicos arriba expuestos), se encuentra en la imagen o el ejemplo que los niños pueden tomar de sus padres al respecto de la posesión (y utilización) de libros; sobre este ejemplo obtenido desde las prácticas lectoras de los padres se puede decir retomando las palabras de Gerardo Cirianni y de Luz María Peregrina que: “Las prácticas y habilidades de lectura de los adultos con los

que el niño convive no sólo motivan a los niños a la lectura, sino que enseñan de manera natural cómo y para qué leer” (Cirianni y Peregrina, 2003:30).

A continuación se presenta la tercera división de resultados que consta de:

Características sugeridas por padres y maestras en relación con los contenidos de la antología

La principal preocupación de los padres en cuanto a los contenidos de la antología así como las características que se esperan de un programa de lectura dirigido a niños en edad preescolar, giró en torno al diseño de contenidos llamativos para los niños; cabe destacar que no surgió dentro de las entrevistas una temática o línea específica que los cuentos deban tocar.

Las maestras de preescolar, de igual forma no expresaron una temática definida en que los cuentos deben estar diseñados; la edad y mentalidad de los niños es el principal punto que las profesoras sugieren cuidar al mencionar que los niños en edad preescolar, se encuentran en una etapa en la que tienen una credibilidad y confianza mayor (comparada con otras edades), en lo que los adultos les exponen o en los materiales que se les presentan.

Entrevista 6

Para Giovanna Salmerón el que su hija se muestre interesada en lo que los cuentos exponen es la principal característica que en su opinión debe tener un programa de lectura dirigido a niños en edad preescolar.

“Que le gusten a mi hija las lecturas, eso es lo más importante de todo, porque si no le gusta a la niña lo que se le quiera poner a leer, pues entonces lo va a dejar ahí botado y no le va a hacer caso”.

La disposición de Giovanna Salmerón a probar con su hija un programa de lectura

con su hija, al igual que los contenidos de las antologías está condicionada por el gusto de su hija; al cuestionársele si estaría dispuesta a probar con su hija un programa de lectura respondió:

“Supongo que sí lo probaría, bueno si a mi hija le gusta”.

Entrevista 5

Preocupación hacia el cuidado de la inocencia de los niños en edad preescolar, fue otra de las temáticas que se desprenden de las entrevistas realizadas; para Juan Carlos Ramírez, los contenidos de las antologías deben estar orientados a temáticas que promuevan la imaginación y que estén diseñados de acuerdo con las necesidades de los niños; al respecto de las características de un programa de lectura para niños comenta:

“Estar pensado para el bienestar de los niños porque como son tan inocentes, no se les puede estar diciendo o contando cualquier cosa, debe ser algo que entienda que son niños y que no tenga violencia y esas cosas que se ven en la tele todos los días”.

Para Juan Carlos Ramírez, el aliciente que lo invita a participar en un programa de lectura para niños, es la mención de que éste será implementado o dependerá del gobierno de la Ciudad de México; derivada de su buena opinión acerca de los programas sociales del gobierno capitalino, menciona:

“Si está dirigido a niños de la edad de mi hija claro que sí, el gobierno de la ciudad ha estado haciendo cosas buenas por las habitantes del D.F. y si lo hiciera el gobierno sí lo probaría”.

Aunque “Cuentos de Boleto” no está diseñado para ser implementado dentro del salón de clases, se preguntó en entrevista a las maestras de preescolar las características que debe poseer un proyecto de lectura para niños con la finalidad de recopilar información útil al proyecto, así como para indagar si en caso de

existir un programa de lectura como “Cuentos de Boleto”, estarían dispuestas a utilizarlo como un complemento en sus clases.

Entrevista 8

Para la profesora Teresa Rodríguez, las temáticas de interés que se apeguen a los gustos de los niños es la prioridad en un programa de lectura; captar la atención de los niños y presentar textos con la calidad que éstos necesitan, es en opinión de la entrevistada lo que debe tener en cuenta un programa de lectura; en palabras de la profesora Rodríguez un texto presentado a los niños debe exhibir las siguientes características:

“Debe ser en primer lugar acerca de un tema que les interese y que les guste a los niños, porque si lo que se les va a leer no capta desde el principio su atención, entonces no van a hacer caso de lo que se les está leyendo y va a llegar un momento en el que incluso hasta no van a poder estarse quietos en su asiento porque ya se aburririeron.

Creo que eso debe ser lo más importante, escoger un buen tema que los invite a escuchar y que capte su interés y que trate de algo que realmente a ellos les interese, también es importante que sea una lectura de calidad, que les deje algo su lectura, que no sea un cuento cualquiera nada más, o sea que valga la pena habérselos leído”.

Al respecto de las recomendaciones paternas y de educadoras con relación a las temáticas adecuadas para niños, se puede establecer como una línea a seguir la elaboración de textos que se alejen de temáticas que reflejen al pie de la letra la realidad que rodea a los niños, aunque sin alejarse completamente de ella. Se puede mencionar lo que Bruno Bettelheim menciona en su obra *Psicoanálisis de los cuentos de hadas*, y que sintetiza lo que tanto padres como maestras recomendaron en cuanto a textos para niños:

“Las historias verdaderas acerca del mundo real pueden proporcionar, a menudo, una útil e interesante información. No obstante, la manera en la

que se desarrollan estas historias es tan ajena al modo en que funciona la mente del niño antes de llegar a la pubertad, como lo son, a su vez, los acontecimientos sobrenaturales del cuento de hadas respecto al modo en que la mente madura concibe al mundo” (Bettelheim, 1986: 77).

Finalmente es posible establecer el valor del cuento infantil como una herramienta útil en la educación de los niños en edad preescolar, que respeta la etapa mental en la que se encuentran al presentar contenidos adecuados para su edad, y que aunque relacionados con temas de actualidad, pueden ser presentado bajo un enfoque mágico o de fantasía para no generar cualquier tipo de confusión en la mente del niño; al respecto Bettelheim continúa:

“Las historias estrictamente realistas van contra las experiencias internas del niño; él les prestará atención y quizá pueda obtener algo de ellas, pero nunca extraerá ningún significado personal que trascienda su contenido evidente” (Bettelheim, 1986:77).

3. PLAN ESTRATÉGICO

*“Tan solo por la educación,
puede el hombre llegar a ser hombre.
El hombre no es más que
lo que la educación hace de él”.*

Immanuel Kant.

ANÁLISIS FODA

El análisis FODA es la herramienta que permite de primera instancia ubicar los factores que pueden pronosticar el éxito o el fracaso de un proyecto, así como enfatizar los puntos en los que se debe establecer actividades basadas en la correcta aplicación de un diagnóstico.

A continuación se presenta el análisis FODA realizado para *Cuentos de Boleto* basado en el diagnóstico.

Fortalezas

El carácter gratuito que se plantea en este plan de comunicación para el proyecto de lectura *Cuentos de Boleto*, puede ser considerado otra de las características que fortalecen al proyecto en cuanto a la atracción de los posibles usuarios al no representar para ellos una inversión en materiales de lectura del gasto familiar.

Es posible afirmar que un programa gratuito de lectura puede captar la atención y la participación de los destinatarios al observar algunos de los comentarios que se obtuvieron en las entrevistas realizadas para la conformación metodológica de este proyecto, y que al respecto de las características que debe tener un material de lectura para que ellos sientan atracción o motivación que los acerque a la lectura, mencionaron:

Alejandro Medina.

“Principalmente me tiene que gustar el tema, en segundo lugar no tiene que ser muy extenso porque los libros que son muy largos me dan mucha flojera, el precio también es algo en lo que me fijo mucho porque no voy a gastar una gran cantidad de dinero en un libro que tal vez no me guste o que no voy a terminar de leer”.

Juan Carlos Ramírez.

“Debe ser interesante o debe tener un tema que me llame la atención como los libros de terror o de policía, también me gustan los que no están muy grandes porque no tengo mucho tiempo para leer una historia muy larga además de que se

me hacen muy aburridas, también el precio me parece importante porque no me queda mucho dinero con los gastos de la casa y de la niña para comprar libros, eso creo que es lo que me llama la atención para comprar un libro”.

Profesora Ma. Del Rosario González

“Si es para mi propio gusto, pues tienen que ser primero que nada de algo que realmente me guste o no voy a estar lo suficientemente motivada para leer el libro o para terminar de leerlo, el precio también es algo que influye mucho porque tengo necesidades más importantes que cubrir y que no puedo dejar a un lado para comprar un libro”.

Fácil adquisición es otra de las fortalezas que pueden ser consideradas para este proyecto, ya que el destinatario interesado en la publicación, no tendrá la necesidad de trasladarse a un sitio en específico (fuera de la red del metro) para poder adquirir el suplemento. La entrega de la antología puede ser llevada a cabo (en la fecha destinada para ello), durante el recorrido del destinatario.

Se observó en los resultados de las entrevistas, que las personas que afirmaron comprar libros, llevan a cabo esta transacción mientras realizan otra actividad (en los casos en los que el entrevistado no se dirige exclusivamente a comprar materiales de lectura), por ejemplo mientras realizan las compras en el supermercado. A continuación se muestran algunos de los comentarios de los entrevistados a los que se les cuestionó, ¿cuál es el lugar en que compran libros?, a lo que respondieron:

Alejandro Medina.

“En la librería en donde compro mi agenda fiscal o en alguna tienda departamental, no tengo un sitio en específico si veo algo que me llame la atención lo compro no importando dónde sea”.

Saúl Alcántara.

“En el tianguis que se pone aquí en la colonia hay un puesto que vende libros de muchos temas diferentes, ahí los compro porque como el señor del puesto sabe que yo también soy comerciante me los deja más baratos, y me queda de paso

cuando salgo al mandado con mi esposa”.

Juan Carlos Ramírez.

“En el Wal-mart porque están de oferta o muy baratos, y porque cuando vamos por el súper mi esposa siempre se para en donde están las revistas y los libros y mientras ella escoge las de chismes yo veo las otras revistas como las de coches o de futbol, pero también voy a los libros. Ahí en el Wal-mart venden unos libros que son chiquitos y cuestan treinta pesos, apenas me compré uno de leyendas mexicanas que no he terminado”.

Oportunidades

Actualmente, no existe en la ciudad de México un programa de promoción de la lectura de carácter público y específicamente destinado al sector infantil de la población y que no tenga relación con programas escolares diseñados por la Secretaría de Educación Pública (véase la sección 2.2 de este plan de comunicación para una mayor referencia acerca de los programas de lectura públicos existentes).

Esta ausencia de programas de lectura para niños, representa la principal oportunidad del plan comunicativo *Cuentos de Boleto*, ya que el sector infantil no se encuentra contemplado en los programas de lectura del gobierno del Distrito Federal y es un segmento de la población que por sus características (mentales principalmente, expuestas en el punto 1.1.1 de este plan comunicativo), representan una oportunidad para la conformación de lectores regulares en el futuro.

Una de las principales diferencias que distinguen al proyecto de lectura *Cuentos de Boleto* del programa *Leer de Boleto* en el que está inspirado, se encuentra en que el destinatario puede conservar la publicación y no existirá la necesidad de devolverla como condicionante para la entrega de las siguientes publicaciones, en la búsqueda de la creación (en el caso de que no existan) de bibliotecas familiares, o de la incorporación de la publicación a una biblioteca familiar ya existente.

La distribución del suplemento dentro de las instalaciones del metro, es otra de las fortalezas del proyecto derivada de la cantidad de personas que diariamente se transportan por este medio.

La ventaja principal del llevar a cabo la entrega de la publicación dentro del metro, se encuentra en que es el destinatario el que establecerá el primer contacto con el proyecto de lectura pudiéndose considerar como un primer éxito el traer la atención de los que serán los encargados de hacer llegar a los niños los contenidos de las antologías.

Dentro de las oportunidades que posee *Cuentos de Boleto* se encuentra el beneficio que este proyecto puede tener al estar diseñado para pertenecer al gobierno de la Ciudad de México como otro de sus programas sociales, se encuentra la promoción que *Cuentos de Boleto* puede tener al insertar publicidad propia del proyecto en eventos del gobierno capitalino.

Como el programa en el que está inspirado (*Leer de Boleto*), *Cuentos de Boleto* puede conseguir la participación de otras entidades (no gubernamentales) en cuestiones de obtención de presupuesto o de promoción del proyecto en medios de comunicación (como en el caso de TV Azteca).

Una muestra de lo que se ha expuesto, puede ser ejemplificada con los comentarios obtenidos en las entrevistas realizadas en la Secretaría de Cultura del Distrito Federal (puede ser consultada en forma completa en el cd que contiene los anexos digitales de este proyecto), y que con respecto a participaciones de otras instancias en el programa *Leer de Boleto* se obtuvo lo siguiente:

Extracto de la entrevista realizada en la Secretaría de Cultura del GDF con respecto a la publicidad implementada en *Leer de Boleto*.

Todo es interno en el metro, ¿no hay publicidad exterior?

No, para este año estamos todavía a punto de hacer el convenio con el canal

cuarenta para ver si se hace la difusión a través de ellos.

De acuerdo con la investigación hecha, tenemos que la última antología fue hecha en coordinación con Fundación Azteca.

También

¿Entonces también se promocionaría en los otros canales que maneja esta televisora?

Si, sobre todo el cuarenta.

El aspecto presupuestal de un programa social también puede tener la participación de otras entidades tanto públicas como privadas; de este tema se obtuvo información de las instituciones que han tenido participación en el programa de fomento a la lectura *Leer de Boleto*, y que puede ser tomada como una oportunidad para el proyecto *Cuentos de Boleto*.

Se conseguía del Senado ¿no?...

Era de la Cámara de Diputados, ahí se aprobó y nos ayudaron con los tirajes

¿Sólo la Cámara de Diputados o alguna otra institución privada?

El metro nos ayudó con un número, creo que fue la antología número nueve, ellos la pagaron,

En la antología número diez participó la Fundación Azteca...

Sí ellos nos apoyaron digamos con éste con publicidad, o sea en el canal 40 nosotros teníamos derecho a meter anuncios, entrevistas, un porcentaje; a cambio de eso la empresa tuvo en la 4ª de forros un anuncio de su logotipo.

Cómo que estaban dentro del programa...

Sí, fue un convenio que se hizo también en esta búsqueda de apoyo, porque sabíamos que la antología salía siempre y cuando con la colaboración de muchos, de instancias (...), entonces se buscó con el canal 40 porque ellos ofrecieron a poder a darnos, dar difusión al proyecto.

¿Gratuito?

Pues a cambio de que saliera...

De una mención en la antología...

EN: Así es, fue un convenio que se hizo

Debilidades

La principal debilidad que el proyecto de lectura infantil *Cuentos de Boleto* puede presentar, se encuentra en el destinatario principal del proyecto, es decir, los padres de familia. Como ya se comentó en la sección 1.1.1 de este proyecto, los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Lectura (CONACULTA 2006), otorgan al mexicano un bajo nivel de lectura al establecerse como 2.9 (en promedio) el número de libros que se leen por persona en México al año.

El bajo índice de lectura existente en nuestro país (y específicamente en la ciudad de México), representa el punto débil de cualquier proyecto que busque el fomento a la lectura, ya que si el sistema educativo no ha conseguido establecer o aumentar los niveles de lectura existentes, es difícil que un programa social lo consiga.

Sin embargo y pese a la problemática existente, durante las entrevistas se obtuvo información que puede definir la acción u acciones que un programa social debe llevar cabo para cumplir sus objetivos.

El primer punto que *Cuentos de Boleto* como un proyecto que busca la promoción de la lectura encontró en la información obtenida de las personas entrevistadas, que la utilidad que la práctica de la lectura tiene, se enfoca principalmente a la vida académica y profesional (además de otras menciones menores).

Al cuestionamiento ¿para qué sirve la lectura?, los entrevistados respondieron:

Anabel Torres.

“Leer sirve para muchas cosas, para la escuela obviamente sirve mucho porque todo lo que debemos aprender, primero lo tenemos que leer, ya sea en el pizarrón, en los libros o en tus cuadernos pues primero debemos leer la información para después poder comprenderla, asimilarla y finalmente aplicarla en algo práctico”.

Marco Antonio Hernández.

“Va a sonar raro pero creo que sirve para mejorar la vida de las personas, porque la gente que sabe leer puede aprender lo que sea, desde lo básico que se ve en la escuela, hasta conocimientos de otros países que de otra forma sería muy difícil de aprender como por ejemplo algún idioma y otras costumbres lo que independientemente de lo que te dediques o de lo que estudies te va a hacer diferente de otras personas que tal vez no tengan los mismos intereses o gustos que tú, lo que en cierta forma te dará cierta ventaja sobre los otros”.

Alejandro Medina.

“Pienso que sirve para el aprendizaje de todo lo que nos resulte interesante a cada uno de nosotros porque es la forma en la que nos vamos educando mientras estamos en la escuela, la lectura también sirve para el trabajo porque es leyendo como nos enteramos por ejemplo de los nuevos cambios que se le hacen a la agenda fiscal o de las noticias que salen en el periódico”.

El que el destinatario secundario del proyecto *Cuentos de Boleto* considere a la lectura como un medio puramente escolar o profesional, puede representar una debilidad para un proyecto que presenta textos no relacionados con alguna temática escolar, ya que se podría presentar un escenario en el que el destinatario no se sienta atraído por los contenidos propuestos al no considerarlos de utilidad según su concepción de beneficio de la lectura.

Como plantea el proyecto *Cuentos de Boleto*, la entrega de las antologías estará condicionada; las publicaciones sólo podrán ser entregadas a padres de familia que acrediten tener al menos un hijo en edad preescolar. Esta limitación puede ser considerada una debilidad del programa al no considerar a otras personas interesadas en adquirir la publicación e incluso podría considerarse al proyecto como excluyente al estar dirigido a un sector de la población con características específicas.

Falta de reconocimiento del programa por parte de los destinatarios secundarios, es otra de las debilidades que puede enfrentar el proyecto de promoción de lectura *Cuentos de Boleto*. Durante el ejercicio de la metodología, se cuestionó a los entrevistados acerca del conocimiento del programa de fomento a la lectura *Leer de Boleto*, a lo que la mayoría afirmó no tener información del programa.

Amenazas

Al ser *Cuentos de Boleto* un proyecto diseñado para ser parte de una dependencia del gobierno, puede existir el riesgo de que al igual que otros programas públicos, no cuente con el reconocimiento de los destinatarios ocasionado por cuestiones de fallas o escases en la propaganda del proyecto.

Opinión desfavorable de los destinatarios hacia el GDF y el partido político que representa, puede considerarse como una amenaza que podría presentarse al proyecto *Cuentos de Boleto*, ya que entre los destinatarios secundarios del proyecto, pueden encontrarse opositores al gobierno de la Ciudad de México, a sus programas y obras sociales, que pueden hacer extensivo su desacuerdo a otros programas dependientes del gobierno de la ciudad.

La principal amenaza que enfrenta el proyecto, se encuentra en la cuestión presupuestal. *Cuentos de Boleto* está diseñado para ser parte de los programas de fomento a la lectura que implementa la Secretaría de Cultura del Distrito Federal por lo que la asignación presupuestal a un proyecto nuevo puede representar una cierta desventaja al competir con otros programas ya establecidos por el presupuesto .

De la entrevista realizada en el área de fomento a la lectura de esta institución, se obtuvo información que refleja la problemática que representó para *Leer de Boleto* una asignación presupuestal no acorde con las necesidades del programa, y que ocasionó que el programa fuera detenido temporalmente para un rediseño.

El proyecto está sufriendo modificaciones, y éstas van mucho más en cuestiones de fondo que de forma, se están haciendo con el equipo que ahora está porque ya no están los creadores originarios. Pero sí pensamos que tuvo varias carencias el proyecto, por ejemplo era una inversión muy fuerte y los libros desaparecían a los tres meses, entonces teníamos nueve meses del año sin libros y luego se editaron para lectores nóveles, y nos dimos cuenta que en realidad entregar un libro no asegura el objetivo...

Qué regrese la antología...

No sólo que la regrese, sino que a la persona que se lo entregas lo lea, sobre todo si no está acostumbrado a leer, es muy difícil que alguien que no está acostumbrado a leer abra un libro, aunque se lo regales, entonces, todo eso nos lo cuestionamos y estamos ahora tratando de buscar formas de intercambio en lugar de regalo, como haciendo talleres de fomento a la lectura dentro de las instalaciones del metro para los que estén interesados y también estamos dejando que sea la gente quien elija qué leer, porque de otra manera quien está al frente del programa de fomento a la lectura tendría que decidir qué lee la persona. Si tú haces una antología estas en cierta forma limitando las opciones de elección e imponiendo un punto de vista y pues estamos tratando de abrir todo esto para que sean los usuarios quienes elijan”.

“Empezó a bajar la devolución, eso nos trajo el problema de que el presupuesto ya no fue suficiente para poder aspirar a abrir en otras líneas el proyecto; este proyecto comenzó en el 2004 y este llega el año pasado fue 2009, ya el año pasado ya no pudimos sacar una nueva antología, este año estamos por declinarlo y vamos sacar la once, sí fue como muy fraccionado ya por cuestiones de presupuesto pues ya no hemos llegado a la meta que se planteó en el principio”.

Otra de las posibles amenazas a *Cuentos de Boleto*, podría estar representada por una ausencia de publicidad externa a las instalaciones del metro que pudiera apoyar en la promoción del proyecto. Al estar concentrada en su totalidad la publicidad en una línea del metro, se pueden perder oportunidades de publicitar el proyecto en otras áreas en las que posibles beneficiarios podrían ser atraídos a participar en la propuesta.

Finalmente la adquisición por parte de los padres de familia de otros materiales de lectura para niños, representa otra amenaza al plan. Si tomamos en consideración revistas y otros materiales destinados al sector infantil que por sus características gráficas podrían ser un factor decisivo en la elección o desaprobación de la antología de *Cuentos de Boleto* al no presentar gráficos que pudieran atraer la atención del menor.

MATRÍZ FODA

FORTALEZAS				OPORTUNIDADES				DEBILIDADES	AMENAZAS					
	Programa gratuito													
	No se requiere de la visita a una librería para adquirir la publicación													
	El usuario puede quedarse con la antología													
	Distribución en el metro													
	No existe un programa de lectura infantil creado por el GDF			X										
	Participación en eventos culturales del GDF			X										
	Antecedentes de convenios de promoción en otros medios			X										
	Antecedentes de inversiones privadas externas			X										
	Entrega de la publicación condicionada exclusivamente a padres de menores en edad preescolar							X						
	Falta de reconocimiento de los usuarios del metro a los programas del GDF								X					
	Opinión desfavorable de los usuarios del metro hacia el GDF y sus programas								X					
	Competencia con otras publicaciones								X					
	Falta de publicidad								X					
	Falta de presupuesto								X					

3.1 Descripción y justificación de la estrategia seleccionada

La estrategia seleccionada para *Cuentos de Boletó*, está dividida en dos partes que en conjunto buscan alcanzar el objetivo de este plan de comunicación, es decir la promoción de la lectura entre la población elegida como beneficiaria del proyecto. Esta división consta de:

- Implementación de una campaña de bien público en el Sistema de Transporte Colectivo Metro de la Ciudad de México.
- Implementación de un círculo de lectura dirigido a padres de menores en edad preescolar en donde se lleven a cabo actividades de fomento a la lectura y se les expongan los beneficios de la lectura desde edades tempranas. La función del círculo de lectura, será trabajar el fomento a la lectura desde un ámbito comunicativo interpersonal, que implica la participación activa de los destinatarios para la construcción de hábitos de lectura regulares.

Ambas estrategias conforman lo que desde ahora se denomina *Hazle al Cuento* que incluye tanto la campaña mediática como las actividades de fomento y promoción de la lectura dirigidas a padres de familia.

La estrategia de medios, se basa en la aplicación del concepto de la lectura y su función que las personas entrevistadas expresaron durante el diagnóstico, y que presentado en forma gráfica (carteles y paneles de andén), refleje la utilidad que las personas le otorgan a la lectura para conseguir la aceptación y utilización del producto final de este proyecto (antología), así como de la realización de las actividades propuestas.

El diagnóstico realizado a miembros de la población de la Ciudad de México de clase socioeconómica D+ (no se descarta el incluir a población de clase socioeconómica C en el proyecto), refleja que la principal utilidad que este sector de la población le otorga a la lectura tiene relación con la actividad escolar y la vida profesional (obtención de un trabajo y ejercicio de una profesión), quedando relegadas a segundo término el esparcimiento y la lectura por iniciativa propia.

Teniendo en cuenta que este proyecto no busca el cambio de concepciones de los destinatarios acerca de la utilidad de la lectura sino el acercamiento de menores en edad preescolar a esta actividad para la construcción de posibles hábitos regulares de lectura se establece que la elaboración de los mensajes destinados a la campaña de medios está basada en la aplicación de mensajes emotivos que buscan persuadir a los receptores utilizando recursos destinados a conmover y a movilizar recurriendo a lo emocional y afectivo de cada persona, en este caso se utilizará la imagen del niño y de la familia así como la del profesionalista que obtuvo su éxito derivado de las acciones de su familia y de la lectura.

Cuentos de Boleto dentro de su estrategia o plan de medios utiliza este concepto de los destinatarios para la conformación del diseño del plan propagandístico de la campaña “Hazle al Cuento”, y que mediante la representación gráfica de **lectura = a logros profesionales**, se busca la aceptación del proyecto de lectura propuesto.

3.2 Objetivos tácticos y metas a corto, mediano y largo plazo

Partiendo del supuesto que se han llevado a cabo las tareas destinadas a cada una de las 4 instituciones involucradas en este proyecto (UACM, Secretaría de Cultura, INJUVE, Metro), encargadas del diseño, producción, distribución, etc., de lo propuesto para *Cuentos de Boleto*, se establecen los siguientes objetivos tácticos:

El plan táctico del proyecto *Cuentos de Boleto* se encuentra dividido en tres fases que en su totalidad conformaran el plan de medios de este proyecto.

1.- Lanzamiento de convocatoria de participación en los 3 planteles del la UACM (Cuauhtémoc, Del Valle y San Lorenzo Tezonco) en donde se imparte la licenciatura en Creación Literaria, dirigida a profesores y alumnos contribuir con cuentos de su autoría para la conformación de las antologías.

Lanzamiento de convocatoria en los 3 planteles del la UACM antes mencionados, dirigida a profesores de la licenciatura en Creación Literaria para conformar el equipo seleccionador de cuentos, así como para establecer los requisitos estilísticos que deben poseer los textos a publicarse.

2.- Implementación de la campaña propagandística en las instalaciones del metro (trenes y andenes).

3.- Entrega de la antología e inicio de actividades de los círculos de fomento a la lectura implementados en el pasaje de los libros en la estación Pino Suárez.

Las estrategias diseñadas para *Hazle al Cuento*, incluyen las siguientes tácticas:

- Geográficas.- Implementación de la campaña de medios y de las actividades para los destinatarios dentro del metro de la ciudad de México, específicamente la línea 1.
- Duración.- Se contempla una duración de un año a partir de la primera entrega de la antología de cuentos que será llevada a la par con los talleres propuestos y que culminará con una evaluación de resultados.

- Cobertura.- La línea 1 del metro cuenta con un recorrido de 16 kilómetros integrados por 20 estaciones de las que 7 son de correspondencia, 12 son de paso y 2 son terminales, cuenta con un parque vehicular compuesto por 51 trenes de 2 tipos, de 9 y 6 vagones. Cada tren de 6 vagones puede transportar un total de 1020 personas, mientras que un tren de 9 vagones transporta 1530 personas. En 2010, la línea 1 del metro transportó un total de 235, 137,565 personas. (Metro)
- Frecuencia.- Se proponen 4 inserciones de publicidad por vagón en 10 de los trenes que conforman la línea 1 del metro, así como 2 inserciones de publicidad en panel de andén en 5 de las estaciones que componen a la línea 1 del metro, así como la implementación de un círculo de lectura que acompañe con sus actividades a cada una de las entregas de la antología.

3.3 Descripción de los participantes

Cuentos de Boleto, busca la creación de hábitos de lectura en menores de preescolar mediante el trabajo en conjunto de padres de familia y de cuatro instituciones públicas para llevar a cabo las actividades propuestas. A continuación se enlistan estos participantes, sus características y las funciones que desempeñarán en el proyecto.

Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Es la institución que aportará los cuentos infantiles que conformarán las antologías; esta universidad pública imparte entre otras la licenciatura en Creación Literaria, en donde se prepara a los alumnos para la elaboración de textos en distintos géneros literarios (incluido el cuento).

La participación requerida de esta institución es la recopilación de cuentos infantiles de temática social escritos por estudiantes y profesores de la licenciatura en Creación Literaria (textos previamente evaluados por un comité conformado por los profesores que imparten los cursos Cuento I, Cuento II, Cuento III y Cuento IV y que anteriormente hayan sido convocados a participar en el proyecto).

Secretaría de Cultura del Distrito Federal

Institución encargada de los proyectos culturales dependientes del gobierno de la Ciudad de México, cuenta con un departamento dedicado a la promoción de la lectura al que pertenece *Leer de Boleto* (programa de fomento a la lectura en el que se encuentra basado este proyecto). La función de esta secretaría dentro de este proyecto, será la de recopilar los cuentos elegidos por el comité de profesores de la UACM en formato digital para su impresión y posterior distribución.

Instituto de la Juventud

Institución que se hará cargo de la entrega de la antología (por medio de los jóvenes que realizan servicio social dentro del instituto). Siendo esta institución la encargada de brindar

información a los usuarios del metro del programa de préstamo de antología *Leer de Boleto*, cuenta con la experiencia y los recursos humanos para llevar a cabo la entrega de la antología de cuentos propuesta por este proyecto.

Red de Transporte Colectivo Metro

El Sistema de Transporte Colectivo Metro será el encargado de la difusión, propaganda y de facilitar el espacio en el que se llevará a cabo el taller de fomento a la lectura (paseo de los libros en la estación Pino Suárez de la línea 1 del metro).

La participación de las 4 instituciones públicas antes descritas, cumple con la función de diseño, producción, distribución, gestión, planeación, etc., así como de la administración de recursos humanos, tecnológicos y presupuestales; sin embargo, el participante principal de este proyecto son los padres de familia que participarán en las actividades propuestas, y los niños a los que se les leerán los cuentos y que es el destinatario principal de *Cuentos de Boleto*.

De los padres de familia se espera que sean el medio de transmisión de los cuentos de temática social incluidos en las antologías, pero principalmente se espera sean mediante la imagen de lector proyectada a los niños, el ejemplo del que los futuros lectores de la Ciudad de México tomarán la inspiración para establecer sus hábitos de lectura en la vida adulta.

Además se espera de los padres de familia, la asistencia a los círculos de fomento a la lectura, así como la entrega del medio de evaluación por el que se valorarán los resultados de *Cuentos de Boleto* al finalizar el primer año de su puesta en marcha.

Los niños en edad preescolar, son el destinatario principal de *Cuentos de Boleto*, la participación de este sector de la población de la Ciudad de México consiste además de ser el receptor de los textos propuestos, en facilitar por medio de sus padres el medio de evaluación del proyecto *Cuentos de Boleto*.

3.4 Descripción de los perfiles demográficos, socioeconómicos, psicográficos, políticos, de los destinatarios

El destinatario principal del plan de comunicación *Cuentos de Boleto*, es la población infantil de la Ciudad de México que se encuentra en el rango de edad de 3 – 5 años y que comienza su instrucción escolar al pertenecer a lo que se conoce como “jardín de niños” o educación preescolar.

Los niños que se encuentran en esta etapa atraviesan por una serie de cambios tanto físicos como psicológicos que definirán su personalidad futura así como la forma en la que interaccionarán con su entorno y la manera en la que se apropiarán de la cultura a la que se encuentran adscritos.

Las necesidades educativas de los niños en edad preescolar están constituidas por elementos que no sólo contemplan lo que se adquiere en el aula, sino también los conocimientos que pueden ser adquiridos desde ámbitos no escolares como el aprendizaje que se adquiere en casa; es importante señalar cómo es el niño que se encuentra en edad preescolar, para Alonso (1990) esta etapa incluye las siguientes características:

“Aparece el dualismo, conducta especial sumamente rara del niño en la cual el pensamiento mágico se mantiene todavía pero empiezan a venir realizaciones y procesos lógicos. Cabe la posibilidad de que aún con un pensamiento mágico existan ciertos esquemas que vayan apuntando a algo lógico. En ese momento es en el que realmente el niño deja de ser un infante para convertirse en un preescolar en el sentido del desarrollo y la variación; aun y cuando es difícil que se dé a una edad específica, por lo que debe ser objeto de un estudio individualizado” (pág. 82).

El medio de transmisión de las lecturas que se proponen en este plan comunicativo, son los padres de familia que entre sus miembros se encuentren infantes de entre 3 y 5 años de edad; la relación entre familia y aprendizaje es muy estrecha, en su interior es donde se adquieren los principios de convivencia y socialización y son los padres los primeros encargados de la promoción de prácticas que tengan relación con el aprendizaje. Se puede afirmar entonces que:

“La familia basada en la comprensión, la confianza y el afecto mutuos continúa siendo la institución más adecuada para la educación del niño” (Azevedo, 1987).

Los niños que se encuentran en la edad preescolar, atraviesan por lo que Diane Papalia y Sally Wendkos (1998) han establecido como la *etapa de la niñez temprana* en la que la familia es el centro de la vida del menor, aunque la relación con otras personas (generalmente con otros niños) comienza a cobrar importancia; es la etapa en la que el juego y la imaginación se llevan a cabo mediante procesos más elaborados y en la que el mundo está concebido de forma ilógica, y el egocentrismo es la característica más representativa del comportamiento en esta etapa.

En el transcurso de la infancia, los niños se encuentran sujetos a una serie de influencias que repercuten en su vida social y que a futuro definen al individuo, estas influencias pueden ser divididas en dos grupos: las naturales y las derivadas de la crianza. Las influencias naturales tienen relación con el aspecto genético y de herencia que los niños reciben de sus padres y que otorgan características específicas a cada infante. Por influencias derivadas de la crianza se entienden aquellas intervenciones que se originan desde el medio ambiente en el que se encuentran los niños y que Edward Sarafino y James Armstrong en su obra *Desarrollo del niño y del adolescente* (1988) dividen en 5 niveles:

- **Microsistema:** Es el ambiente diario en el que el niño desarrolla sus actividades sociales (hogar, escuela, etc.), al ser el entorno más directo para el infante, las relaciones que se desarrollan en este nivel son bidireccionales.
- **Mesosistema:** Es la conexión o vinculación de un grupo de microsistemas o de un conjunto de situaciones en las que el niño se encuentra inmerso. Un niño que sufre violencia familiar o que vive en un lugar en donde la violencia está presente, y esta situación afecta su desempeño escolar es un ejemplo de mesosistema.
- **Exosistema:** Se presentan en este nivel las conexiones de una o más situaciones en la que al menos en una el niño no está relacionado; si el padre de familia se ha quedado sin empleo, esta situación afectará al niño.
- **Macrosistema:** En este nivel se encuentran ámbitos como el gobierno, la religión, la cultura, la educación y la economía, en los que todo individuo se encuentra inmerso

- **Cronosistema:** Tiene relación con el recorrido de cada persona a través del tiempo y del ambiente en el que se vive; se originan sucesos que no importando la cercanía o lejanía al individuo, influyen en su vida, por ejemplo una guerra o una epidemia.

Papalia y Wendkos (1998), establecen seis perspectivas del desarrollo humano vistas desde un enfoque psicológico y desde diferentes teóricos que estudian el comportamiento humano, y de las que a continuación se presentan las principales en función de este plan de comunicación:

Perspectiva psicoanalítica.- Estudia las fuerzas inconscientes que motivan el comportamiento humano.

- Pertenece a esta perspectiva la teoría psicosexual de Sigmund Freud (1856- 1939), establece que la personalidad de cada individuo, es establecida desde los primeros años de vida, cuando se presenta en los niños un enfrentamiento entre las necesidades biológicas naturales y que tienen relación con la sexualidad y las exigencias de la sociedad (Op.Cit).
- El desarrollo de la personalidad del niño, es estudiado por la teoría relacional de Jean Baker Miller, que propone que las conexiones emocionales del niño se desarrollan desde la interacción con otro (s).

Perspectiva del aprendizaje.- Se interesa en la observación del comportamiento y establece que el desarrollo puede cuantificarse (cambios en cantidades) y que no presenta etapas (es continuo).

- Albert Bandura (1925), indica que los niños construyen su comportamiento desde la imitación y observación de modelos, en especial de sus padres. En este sentido, son los niños los que eligen al modelo al que imitarán, y su comportamiento dependerá del comportamiento que se le presente (Op.Cit).

Perspectiva cognoscitiva.- Considera al sujeto como un actor activo y no reactivo en la construcción del conocimiento.

- Jean Piaget, establece la teoría de la etapa cognoscitiva en la que existen cambios en los procesos de pensamiento del niño que desencadenan en la apropiación y utilización del conocimiento del mundo, y en la que en cada etapa de su desarrollo, el infante tiene su propia representación del mundo(Op.Cit).

Perspectiva Contextual.- De corriente humanista, considera el desarrollo de la persona dentro del contexto social.

- Lev Vygotsky (1896 – 1934), sostiene en su teoría socio cultural que el contexto social y cultural en el que vive el niño, afecta su desarrollo al mismo tiempo que el niño afecta este entorno (Op.Cit).

Perspectiva Humanística.- Propone que cada persona es un ser capaz de impulsar su desarrollo en forma positiva.

- Abraham Maslow (1908 – 1970), establece la *teoría de las necesidades* en la que enlista una serie de necesidades en forma jerárquica que estimulan el desarrollo humano. Maslow ordena estas necesidades en una serie de niveles que abarcan desde los instintos de supervivencia, hasta la satisfacción psicológica (Op.Cit). Estos niveles son:

- - Necesidades fisiológicas.
 - Necesidad de seguridad.
 - Necesidad de estima.
 - Necesidad de autorrealización.

Características socioeconómicas del público meta

El público meta de este plan de comunicación pertenece al nivel socioeconómico D+, que según el corporativo ISA es el sector de la población de la Ciudad de México que utiliza con mayor frecuencia las instalaciones del Sistema de Transporte Colectivo Metro.

ISA es la empresa encargada del manejo de la publicidad tanto del Gobierno del Distrito Federal, como de empresas privadas que anuncian sus productos y servicios en este medio de transporte. (ISA)

Las características de la clase socioeconómica D+ se enlistan a continuación:

- Con un 36.4 % de la población, es el segmento que representa en cantidad a la población mexicana.
- Tiene cubierta la mínima estructura sanitaria dentro de su hogar. Su principal aspiración se orienta a la adquisición de bienes y servicios que faciliten su vida diaria. (AMAI)

Características de las viviendas

- Poseen en promedio entre 3 y 4 habitaciones, están construidas con paredes y techos de tabiques. Tienen en promedio 2 recámaras y 1 baño.
- En su mayor parte los pisos de estas viviendas son de cemento, aunque también se pueden observar hogares con pisos de mosaico o losetas.
- La mitad de la población de la clase D+, tiene vivienda propia, el resto la alquila o la tiene en préstamo. (Op.Cit.)

Infraestructura Sanitaria

- Casi la totalidad de las viviendas en este nivel se encuentran conectadas a la red pública de abastecimiento de agua y al drenaje público, aunque existen viviendas que aún cuentan con fosa séptica.
- Casi todas las viviendas cuentan con baño y regadera, aunque sólo dos terceras partes de los hogares cuentan con lavabo o calentador de agua de gas; una mínima parte de este sector utiliza otro material para calentar agua.
- Tres de cada cuatro viviendas cuentan con cisterna y bomba de agua; uno de cada diez posee tanque estacionario.
- Tres de cada cuatro tienen fregadero y lavadero.

- Casi la totalidad de las viviendas carece de sistemas de aire acondicionado o calefacción. (Op.Cit.)

Infraestructura Práctica

- Solo uno de cada cuatro hogares, cuentan con automóvil.
- Casi todas las viviendas cuentan con refrigerados, estufa de gas y lavadora.
- El electrodoméstico que se encuentra presente en la totalidad de los hogares es la licuadora. Sólo la mitad posee horno de microondas. Muy pocos hogares tienen otros electrodomésticos para la cocina. (Op.Cit.)

Infraestructura de Comunicación y entretenimiento

- Dos terceras partes de estas viviendas poseen teléfono fijo y teléfono celular.
- Sólo uno de cada cinco hogares tiene servicios de televisión de paga y tienen uno o dos televisores a color en promedio. Dos terceras partes cuentan con DVD.
- Dos terceras partes poseen equipos reproductores de música o minicomponentes y sólo uno de cada cinco tienen equipos independientes de radio o reproductor de discos compactos.
- Uno de cada diez hogares cuenta con videojuegos.
- Solo una de cada diez viviendas posee computadora y no tienen conexión a internet.
- Las personas de este nivel asisten a espectáculos que son organizados por la delegación y/o por el gobierno, utilizan los servicios de deportivos y parques públicos. (Op.Cit.)
-

Perfil educativo del Jefe de Familia

- Cuenta en promedio con un nivel educativo que incluye la secundaria o la primaria completa; las ocupaciones laborales dentro de este nivel los jefes de familia incluyen: taxistas, comerciantes fijos o ambulantes, choferes, mensajeros, cobradores, obreros, etc. (Op.Cit.)

Gasto

- La mayor parte de sus ingresos son invertidos en alimentación, transporte y pago de servicios.
- Proporcionalmente gastan más en la compra de verduras y cereales. (Op.Cit.)

4. PLAN TÁCTICO

*“Lo que se hace a los niños,
Los niños harán a la sociedad”.*

Karl Mannheim

Cuentos de Boleto establece una serie de objetivos que en conjunto conforman el plan táctico de este proyecto. Estos objetivos cubren dos aspectos del proyecto, por un lado el perfil humano de este plan de comunicación representado por los círculos de fomento a la lectura propuestos así como sus actividades, en los que se busca establecer un contacto persona-persona con los padres de familia para promover entre los asistentes los beneficios de la lectura.

Por otro lado, se encuentra dentro de los objetivos del plan táctico, el diseño de estrategias de medios que cumplirán con la función de informar sobre la existencia del proyecto y de los círculos de fomento a la lectura, así como de establecer el primer contacto del público destinatario con *Cuentos de Boleto*.

A continuación se detallan los objetivos tácticos antes mencionados:

1.- Realizar las actividades de gestión en cada una de las instituciones participantes.

1.1- Dar a conocer a corto plazo a *Cuentos de Boleto* como un programa de fomento a la lectura a través de la utilización de medios visuales implementados dentro del metro de la ciudad de México (como el cartel y el panel de andén), para establecer un primer contacto con el destinatario de este proyecto.

2.- Generar interés en el destinatario del proyecto a través de la antología y las actividades propuestas (que más adelante se profundizan), todo ello a mediano plazo para:

- Establecer un público fiel al proyecto y a sus actividades.
- Captar nuevos beneficiarios.
- Captar nuevos financiadores y colaboradores.

3.- Difundir de forma convincente y novedosa los beneficios de la lectura en el medio elegido, y así lograr el reconocimiento del público destinatario y de entidades públicas y / o privadas, todo esto a mediano plazo.

4.- Informar a mediano plazo entre los beneficiarios por medio del taller de lectura propuesto otros beneficios derivados de la lectura y que no tienen relación con actividades escolares.

5.- Establecer a mediano plazo, nuevas actividades dentro del círculo de lectura a los destinatarios que hayan establecido una cierta fidelidad al proyecto.

6.- Establecer a largo plazo un estímulo a los destinatarios que hayan permanecido fieles al proyecto (fidelidad comprobable mediante la evaluación del proyecto a definirse más adelante).

7- Aumentar el tiraje de las antologías a largo plazo para aumentar el número de beneficiarios del proyecto.

8.- Establecer a largo plazo la expansión de *Cuentos de Boleto* a otras líneas del metro e incluso llevar a este proyecto a otros escenarios (como jardines de niños), y a otros destinatarios.

9.- Establecer a los círculos de fomento a la lectura como espacios en donde se informe de manera sencilla los beneficios de la creación de hábitos desde edades tempranas, y en donde la información proporcionada a los padres de familia establezca a la lectura como una actividad que no solamente tiene relación con el ambiente escolar.

10.- Diseñar actividades en los círculos de fomento a la lectura que motiven a los padres de familia a llevar a cabo la lectura en voz alta en sus hogares como un medio de convivencia familiar y una herramienta que facilitará el aprendizaje de los niños de preescolar en otros niveles escolares.

11.- Dar a conocer a *Cuentos de Boleto* como un programa de fomento a la lectura que se suma a los ya existentes con una imagen propia que lo identifique como un programa destinado a niños.

12.- Generar interés acerca de los contenidos del programa al público objetivo para:

- Atraer al público destinatario al proyecto.
- Conseguir la participación de los destinatarios en las actividades propuestas.
- Conseguir la fidelidad de los destinatarios al proyecto.
- Difundir de forma novedosa, directa y eficaz los beneficios de la lectura y del proyecto propuesto.
- Captar nuevos asociados y colaboradores al proyecto, ya sea de ámbito gubernamental y / o privado.
- Lograr el reconocimiento del destinatario del programa, así como de instituciones privadas y de gobierno con la finalidad de conseguir adeptos.

4.1 Diseño de las tácticas

La creación de programas públicos de fomento a la lectura se puede decir es bastante reciente, por lo tanto se plantea la realización de un plan de comunicación que contribuya al fortalecimiento de los programas existentes y al afianzamiento de proyectos que busquen el desarrollo social.

Estando insertos los programas de fomento a la lectura en contextos que incluyen diversos tipos de públicos que a la vez tienen necesidades de lectura específicas, es necesaria la creación de una estrategia comunicativa que acompañe a un programa de fomento a la lectura y que centre su actividad en objetivos definidos y en públicos específicos.

Por lo tanto, la finalidad de este plan de comunicación es establecer un posicionamiento concreto basado en una estrategia comunicativa establecida en objetivos delimitados previamente, el que se llevará a cabo mediante la utilización de acciones tácticas diseñadas de forma precisa, con lo que se logrará potenciar la imagen de un proyecto de fomento a la lectura como *Cuentos de Boleto* como un referente de lectura infantil, para conseguir el conocimiento y el reconocimiento del público, los colaboradores y dependencias públicas o privadas.

4.1.1 Selección y justificación de métodos de intervención, medios y / o canales a utilizar

Para la difusión de una campaña de propaganda social existen diferentes canales disponibles para cumplir con los objetivos propuestos, por lo que es necesario realizar una descripción de los soportes que serán utilizados en *Cuentos de Boleto* así como enunciar sus características, ventajas y desventajas para validar su funcionamiento dentro de este proyecto.

Los medios que aquí se proponen están clasificados de la siguiente forma:

Medios masivos (representados por cárteles y anuncios a insertarse en el metro de la Ciudad de México).

Ventajas	Desventajas
❖ La información que se difunde permanece estable en los formatos que la presentan lo que preserva su contenido, estructura y formato original, aún cuando su estructura sea repetida o multiplicada.	❖ El proceso de producción de los materiales es lento y se podría presentar el escenario de que al momento de ser expuestos la información que se presenta ya no sea útil para el destinatario.
❖ Llega a una gran cantidad de personas lo que minimiza el costo total en términos presupuestales.	
❖ La información llega al destinatario de forma directa y en el menor tiempo posible valiéndose de un mismo conjunto de información.	❖ Los espacios disponibles para la inserción de propaganda social, compiten con los espacios otorgados a propaganda privada que dependiendo del medio en el que se inserta considera menos “redituable” a lo social.

Fuente: elaboración propia a partir de UNICEF Cuadernillo 4 *Información para el desarrollo* 2006

Medios directos (círculos de fomento a la lectura).

Ventajas	Desventajas
❖ Es una estrategia accesible para el destinatario	❖ Puede aislar al destinatario de otros sectores de la población no contemplados por el proyecto y que poseen la misma problemática que se intenta resolver
❖ El destinatario recibe información, pero a la vez tiene la posibilidad de proporcionar información	❖ La información que se transmite de persona a persona, puede distorsionarse o perder exactitud y fidelidad al mensaje original.

Fuente: Elaboración propia a partir de UNICEF Cuadernillo 4 *Información para el desarrollo* 2006

Propuesta del plan de comunicación

Para llevar a cabo las propuestas de este plan de comunicación destinadas a cubrir el los propósitos de promover la lectura y creación de hábitos de lectores mediante la implementación de círculos de lectura y promocionar a *Cuentos de Boleto* mediante una campaña propagandística, se plantean los siguientes puntos:

- En primer lugar, realizar el diseño de una imagen que defina al proyecto y que lo diferencie de otros programas de fomento a la lectura implementados por el Gobierno del Distrito Federal. El establecimiento de un logotipo que identifique a *Cuentos de Boleto* busca principalmente conseguir la identificación del proyecto por parte del destinatario así como agregar un elemento visual que complemente la propuesta gráfica presentada en los carteles destinados a promocionar el proyecto.
- En segundo lugar, determinar el público destinatario del proyecto, el posicionamiento y el estilo de comunicación que se implementará para conseguir que el objetivo de este plan de comunicación cubra las necesidades de un público específico.
- En tercer lugar, determinar las acciones y actividades comunicativas a efectuarse.

- En cuarto lugar establecer una relación entre padres de familia y *Cuentos de Boleto* por medio de los círculos de fomento a la lectura, en la que además de informar al destinatario se tome en cuenta sus opiniones y recomendaciones.

Imagen del programa

La imagen de programas públicos de fomento a la lectura ya existe en el referente de los usuarios del metro de la Ciudad de México; sin embargo se plantea un cambio o un diseño propio para *Cuentos de Boleto* al ser este un proyecto destinado al público infantil; por lo que se propone una imagen diferente para *Cuentos de Boleto* que además de divulgar la información del proyecto, asocie valores relacionados la lectura y la familia y que a continuación se describen:

Valores humanos

- La lectura como actividad familiar.
- La lectura como medio para la convivencia familiar.

Otros valores

- La lectura como medio para un recorrido escolar exitoso.
- La lectura como el medio para la conformación de una carrera profesional.
- La lectura como el medio para el ejercicio de una profesión.

Los valores antes mencionados, se establecen y se obtienen desde el diagnóstico realizado para *Cuentos de Boleto*, y que como resultado de este estudio fueron los más personales, destacados y característicos de la población elegida para el estudio.

Cabe en este punto especificar que la finalidad de *Cuentos de Boleto*, no se centra en el cambio de las concepciones que las personas tienen de la lectura, sus funciones y beneficios, sino que este proyecto busca el acercamiento a la lectura desde edades tempranas para consolidar desde la infancia hábitos de lectura regular.

Cuentos de Boleto, basa su estrategia de medios en la representación gráfica de las concepciones del público destinatario con relación a la utilidad de la lectura para conseguir la aceptación de los beneficiarios mediante la representación gráfica del pensamiento expresado por las personas entrevistadas en el diagnóstico y que se centra en la relación **lectura = desarrollo escolar/ profesional.**

Para la creación de la imagen que identificará a la campaña de medios denominada *Hazle al Cuento*, se debe tener en cuenta los siguientes elementos:

ACCIÓN	➡	RESULTADO
Diseño y establecimiento de un símbolo	➡	Identificación del programa
Elección de una tipografía adecuada al destinatario	➡	Asociación
Elección de color	➡	Afinidad
Jerarquía y proporción de elementos gráficos	➡	Coherencia

Métodos de intervención

La campaña que promocionará *Cuentos de Boleto* dentro de las instalaciones del metro, está diseñada desde un enfoque visual mediante el uso de carteles alusivos al proyecto, en los que utilizando texto e imagen se brinde información de los beneficios de la lectura, así como presentar la imagen de las instituciones participantes (UACM, Secretaría de Cultura del D.F., INJUVE y Metro).

La elección del cartel como el medio por el que se difundirá el proyecto obedece a razones obtenidas desde las entrevistas que conforman los enfoques macrosocial y microsociales de

este plan comunicativo y que tienen principal relación con el aspecto económico que todo proyecto requiere.

En las entrevistas realizadas a la Secretaría de Cultura, se obtuvo que la principal problemática que presenta esta institución específicamente en el área de fomento a la lectura está representada por el poco presupuesto del que disponen para darle continuidad a los programas existentes.

Por otro lado, en las entrevistas efectuadas a padres y maestros (enfoque microsocioal), en la pregunta referente a lo que miran mientras viajan en el metro, una mayoría de los entrevistados afirmó centrar su atención en la publicidad colocada en las paredes de los vagones para evitar cruzar miradas con otros pasajeros, además de que mencionaron sentirse atraídos por las imágenes de los anuncios, lo que sustenta la propuesta del uso del cartel para la divulgación de *Cuentos de Boleto*.

Sin embargo, la razón principal de la elección del póster además de las antes expuestas, se justifica con las características que posee este medio de comunicación y que a continuación se enlistan.

Características del póster publicitario

El poster es una herramienta de presentación gráfica de “algo” que se desea expresar, es una modalidad comunicativa cuyo principal beneficio es la presentación práctica y eficiente de forma directa de la idea que se quiere comunicar.

Conocido de igual forma como cartel, es una representación plasmada en un pliego de papel de gran formato de un anuncio o aviso, el que puede ser reproducido en forma masiva para su exposición ante el público. Generalmente el cartel está compuesto por una imagen a color y un texto breve o una marca distintiva de la institución que se anuncia en él. Su uso puede ser comercial (anuncio de productos o acontecimientos), pero también puede ser utilizado en propaganda social sin fines comerciales.

En el campo de la mercadotecnia se le considera al cartel como una herramienta de publicidad y propaganda que presenta buenos resultados en términos de promoción, ya que mediante su uso se presentan marcas, productos, eventos, noticias, actividades, etcétera de forma directa además de ser un recurso propagandístico que no requiere una gran inversión económica. (Universidad de Castilla La Mancha).

Objetivo general del póster publicitario.

- Expresar de forma directa, la idea principal del mensaje que se desea comunicar de forma fácil y sin una inversión prolongada de tiempo por parte del observador.

Objetivos específicos del póster publicitario.

- Presentación masiva del contenido del cartel.
- Captura del interés del observador por medio de imágenes.
- Dar a conocer por medio del uso de texto información específica de lo anunciado gráficamente.

Como cualquier medio de promoción, el cartel presenta dentro de sus características particulares tanto ventajas como desventajas que deben ser expuestas para considerar su uso en una campaña publicitaria.

Ventajas	Desventajas
Transmite el mensaje en forma clara, concisa y permanente.	El receptor, debe acercarse al póster para acceder a la información que no se aprecie a simple vista.
El receptor puede observar, leer, analizar, estudiar, etc., el contenido del póster a voluntad.	El receptor debe tomar un rol activo al decodificar el mensaje (debe leer, interpretar y juzgar el contenido del cartel para decidir si se apropia o no del mensaje), a diferencia de por ejemplo de una presentación oral en el que el receptor permanece pasivo ante el mensaje.
Mediante su uso, se pueden presentar propagandas, estudios, proyectos, que no puedan ser expuestos de forma oral o que sus contenidos resulten más atractivos si son vistos en un cartel.	El sitio de colocación del póster es de gran importancia en la recepción del mensaje. Se deben conseguir los permisos para su colocación.
La representación gráfica puede hacer más fácil la decodificación del mensaje por parte del receptor.	Una mala interpretación del mensaje puede alejar al público meta del proyecto.
La retención o el recuerdo de imágenes es mayor que la retención de un discurso oral.	
Si el diseño del cartel expresa el mensaje propuesto, se comunica de forma directa la idea por la que fue creado.	
Al ser un mensaje expuesto en forma masiva puede llegar a públicos diferentes al establecido como meta.	

Fuente: Elaboración propia a partir de <http://www.fotonostra.com/grafico/cartelesyposters.htm>

Clasificación del cartel publicitario

Existe una gran cantidad de temáticas que pueden valerse del cartel para comunicar sus objetivos, desde campañas políticas, promoción de un producto o servicio de la industria privada, campañas sociales, informativas, entre otros muchos anuncios que pueden hacerse por medio del cartel, por lo que resulta necesario hacer una clasificación de este medio comunicativo.

- Cartel promocional: Tiene como principal objetivo lograr un cambio en la conducta del objetivo.
- Cartel publicitario: Se busca mediante su uso, vender un producto servicio.

Ambos tipos de cartel, usan un lenguaje connotativo cuya intención es persuadir o convencer al receptor del mensaje de los beneficios anunciados. Se resaltan en ambos casos, las características positivas de lo que se anuncia y se ocultan las negativas.

Siendo el objetivo del cartel producir un efecto inmediato en el que lo observa, está diseñado para que su contenido sea de fácil comprensión y rápida lectura; está compuesto por una imagen o gráfico acompañado por un texto breve. Es un medio de comunicación mixto que utiliza dos estímulos que en conjunto buscan cumplir con el objetivo del mensaje. Estos dos estímulos son:

- Estímulo visual por medio de la imagen
- Estímulo mediante el uso de texto.

El estímulo visual por medio de un gráfico, es el que atrae la mirada del receptor, capta su atención y representa una primera interpretación del mensaje propuesto, tiene como principal función impactar en el sentido de la vista del destinatario del mensaje; se logra mediante la utilización de recursos técnicos como luz, color, forma, o recursos psicológicos como la sorpresa, la originalidad de la imagen, entre otros. (FOTONOSTRA)

El texto tiene como función el reforzamiento de la primera lectura que el receptor hace de la imagen, se utiliza para dirigir la atención captada de forma inconsciente por la imagen en el receptor, en una atención voluntaria o consciente, para así transmitir el contenido del mensaje.

Para conseguir esta transición de lectura inconsciente a consciente o voluntaria se utilizan entre otros algunos de estos recursos con respecto al texto:

- Sustitución: Reemplazo de alguna palabra por otra para darle otro sentido del que se está intentando comunicar, para conseguir que el destinatario realice asociaciones entre lo plasmado en texto y lo connotado en la imagen del cartel.
- Metáfora: Utilización de frases metafóricas para producir asociaciones en la mente del receptor del significado del mensaje.
- Personificación: Otorgamiento de características humanas a animales, objetos o ideas para conseguir identificación con el receptor.
- Interrogación retórica: Representación de una idea en forma interrogativa para enfatizar la misma.
- Hipérbole: exageración de una idea.
- Elipsis: Omisión de palabras que no son del todo necesarias para el sentido de la oración.

El contenido del cartel debe ser diseñado bajo ciertos lineamientos para que el mensaje que porta llegue al destinatario en la forma que fue diseñado. Estas características son:

De forma.

- El diseño y uso de gráficos, debe ser lo más simple posible.
- Se deben utilizar formas llamativas, estructuras simples que sean simétricas y completas.
- De color.
- Utilización del menor número de tonos posible, se recomienda el uso de colores vivos y puros.

- Es conveniente el uso de contrastes.
- Utilización de colores se acuerdo a la psicología del color.

De composición.

Se entiende por composición a la distribución de elementos gráficos dentro del espacio dispuesto para ello, se debe aplicar lo siguiente en términos de composición.

- Trabajar sobre un solo tema.
- La idea principal o tema debe resaltarse para que se captada a primera vista.
- El texto no debe contener más de veinte palabras y debe ser simple, claro y breve.
- La forma en la que se lee un cartel es igual a cualquier lectura que realizamos (izquierda a derecha y de arriba hacia abajo); esto significa que no todas las partes del cartel tendrán el mismo peso.

Justificación del medio elegido

La justificación de la elección del cartel en este proyecto se basa en el hecho de que es un medio comunicativo que sin la intervención de otro agente externo, cumple con la función de comunicar la idea principal del mensaje propuesto de forma rápida, directa y de fácil comprensión.

Este medio basa su función en el estímulo visual, lo que fomenta la imaginación del espectador y estableciendo la idea principal del mensaje en la mente del observador. Sin embargo la principal razón que fundamenta la elección de este medio, es el bajo costo que su realización representa en términos presupuestales. Sin embargo, además de la cuestión económica se justifica la elección de este medio de propaganda por las siguientes razones:

- Combina los atributos de la comunicación gráfica y la representación oral.
- Mejora la transmisión del mensaje al utilizar una representación visual, haciendo flexible la interpretación.

- Posee una referencia cotidiana, es decir que se encuentra dentro de un marco de conocimiento del decodificador.
- Tiene comunicación inmediata con el receptor.
- Es reproducible a gran escala.

Círculo de fomento a la lectura

Un círculo de lectura puede ser definido como una reunión de dos o más personas en donde se comparte un espacio determinado y en donde la distribución de los participantes permita el contacto visual entre ellos; el círculo de lectura es una actividad en la que sus integrantes pueden compartir textos, fragmentos de poesía, cuentos, fragmentos de novelas, etc., provenientes de la obra de cualquier escritor, para posterior a la lectura, “crear un espacio de tiempo y generar una charla con el propósito de intercambiar impresiones, perspectiva y puntos de vista por parte de los participantes” (Literatura Libre)

El círculo de fomento a la lectura fue elegido como un medio directo para hacer llegar a los destinatarios de forma personalizada, los beneficios que presenta la lectura en edades tempranas entre los que se encuentran:

- La adquisición de la habilidad de la lectura y la escritura con más facilidad al ingreso de los niños a la educación primaria.
- El establecimiento de hábitos de lectura.

La característica principal de esta modalidad de lectura es la distribución espacial de sus participantes, ya que como su nombre lo indica la distribución de los participantes se lleva a cabo en forma de círculo lo que permite un dialogo igualitario entre los asistentes; el círculo de lectura cuenta además con las siguientes cualidades:

- No se rige mediante una relación de autoridad o de jerarquías
- Todos los participantes cuentan con la misma oportunidad de expresar sus dudas, opiniones e inquietudes
- Los participantes pueden relacionar conocimientos previos con los contenidos propuestos en el círculo

Además de las características operativas del círculo de lectura, este medio de intervención presenta además otras ventajas que incrementan su funcionalidad de acuerdo con los objetivos de este proyecto y que se centran principalmente en la comunicación interpersonal que se genera entre los asistentes.

4.1.2 Recursos necesarios

Los recursos necesarios para la puesta en marcha de *Cuentos de Boleto*, están divididos en:

- Humanos
- Tecnológicos
- Logísticos

Recursos Humanos

Para realizar la gestión en las cuatro instituciones participantes.

- Comunicador (es) establecidos por *Cuentos de Boleto*.

Para el diseño de los contenidos de los cuentos infantiles.

-
- Comunicador (es) establecidos por *Cuentos de Boleto*.
- Psicólogo (a)
- Pedagogo (a)

Para el diseño de la convocatoria dirigida a escritores de la licenciatura en Creación Literaria de la UACM.

- Comunicador (es) establecidos por *Cuentos de Boleto*.
- Comunicador (a) gráfico (a).

Para la creación de cuentos infantiles.

- Estudiantes de la licenciatura en Creación Literaria de la UACM.
- Profesores de la licenciatura en Creación Literaria de la UACM.

Para la evaluación y recopilación de los cuentos infantiles.

- Profesores de la licenciatura en Creación Literaria de la UACM.
- Comunicador (es) establecidos por *Cuentos de Boleto*.
- Psicólogo (a)
- Pedagogo (a)

Para la aceptación e impresión de los textos.

- Área de fomento a la lectura de la Secretaría de Cultura.

Para el diseño de la propaganda del proyecto.

- Comunicador (es) establecidos por *Cuentos de Boleto*.
- Fotógrafo (a) para la realización de las imágenes a utilizarse en carteles y anuncios dentro del metro.
- Comunicador (a) gráfico (a) para el diseño de la propuesta visual.

Para la distribución de la publicación.

- Jóvenes de *La Ola Naranja* o personal dispuesto por el Instituto de la Juventud.

Para la realización del círculo de lectura y sus actividades.

- Comunicador (es) establecidos por *Cuentos de Boleto*.
- Jóvenes de *La Ola Naranja* o personal dispuesto por el Instituto de la Juventud para la organización del espacio destinado, organización de los asistentes y apoyo en la logística del evento.
- Facilitador dispuesto por el área de fomento a la lectura de la Secretaría de Cultura.
- Locutor o especialista en manejo de la voz para aconsejar a los padres del uso de la voz en la lectura en voz alta.
- Invitado especial.

Recursos tecnológicos

Para el diseño de los contenidos de los cuentos infantiles.

- Equipo de cómputo con conexión a Internet para el intercambio de información entre instituciones así como recursos de impresión.

Para el diseño de la convocatoria dirigida a escritores de la licenciatura en Creación Literaria de la UACM.

- Equipo de cómputo con conexión a Internet.
- Recursos de impresión para la elaboración de carteles alusivos a la convocatoria de participación.
- Otros medios de comunicación.

Para la creación de cuentos infantiles.

- Equipo de cómputo con conexión a Internet.
- Recursos de impresión.

Para la evaluación y recopilación de los cuentos infantiles.

- Equipo de cómputo con conexión a Internet para el envío de documentos digitales entre instituciones.
- Otros medios de comunicación.

Para la impresión de los textos.

- Imprenta en donde se realizará la impresión de la publicación de cuentos infantiles y publicidad alusiva al proyecto.

Para la realización del círculo de lectura y sus actividades.

- Equipo de cómputo para el registro de participantes.
- Equipo de audio.

Recursos Logísticos

Para realizar la gestión en las cuatro instituciones participantes.

- Establecimiento de reuniones con las instituciones participantes.
- Asignación de recursos destinados a transportación, comidas, insumos de papelería, etc.

Para el diseño de los contenidos de los cuentos infantiles.

- Establecimiento de las características deseadas en los contenidos de los cuentos infantiles.

Para la convocatoria dirigida a escritores de la licenciatura en Creación Literaria de la UACM.

- Colocación en los planteles de la UACM en los que se imparta la licenciatura en Creación Literaria de la convocatoria de participación.
- Asignación de un encargado por plantel en la que se realice el registro de participantes así como de las obras a elegirse.

Para la aceptación e impresión de los textos.

- Establecimiento de un comité seleccionador de cuentos en cada plantel de la UACM.
- Establecimiento de un comité seleccionador de cuentos en la Secretaría de Cultura del D.F.

Para la campaña de propaganda del proyecto.

- Establecimiento de participación con el corporativo ISA para la colocación de propaganda dentro del metro de la ciudad de México.
- Para la distribución de la publicación.
- Establecimiento de los lugares de distribución (estaciones del metro seleccionadas) con autoridades del Sistema de Transporte Colectivo Metro.
- Para la realización del círculo de lectura y sus actividades.
- Establecimiento del espacio en el que se llevará a cabo el círculo de lectura con autoridades del Sistema de Transporte Colectivo Metro.

4.1.3 Presupuesto

El presupuesto destinado para cubrir la campaña propagandística, la producción de las antologías y los recursos humanos para *Cuentos de Boleto* es de \$5.548.427.64 que conformará el plan anual de este proyecto. A continuación se presenta el gráfico que presenta la distribución del presupuesto total del proyecto.

Medio / Concepto	Total anual	Total
Propaganda Metro (Servicios corporativo ISA)	\$3.792.000	
Impresión del suplemento Grupo Reforma	\$494,160	
Pago de servicios editoriales (contratación de personal por proyecto)	\$1.260.000	
Gastos círculos de lectura	\$2.267.64	
		\$5.548.427.64

* Nota: En lo relacionado con el presupuesto destinado a la propaganda utilizada dentro del metro de la Ciudad de México, es importante mencionar que el monto mencionado en este proyecto ha sido contemplado desde las tarifas establecidas por el corporativo ISA; sin embargo debido a los convenios establecidos entre el GDF y el corporativo ISA (que cede espacios dentro del metro de la Ciudad de México al gobierno capitalino), el presupuesto diseñado por *Cuentos de Boleto* para la propaganda del proyecto, puede ser menor e incluso no representar una inversión presupuestal.

De igual forma, en lo que respecta a la impresión de las antologías, se ha establecido un presupuesto "simbólico", debido a que tanto la Secretaría de Cultura del Distrito Federal, como la Universidad Autónoma de la Ciudad de México poseen imprentas propias en donde la impresión de las antologías puede llevarse a cabo, lo que representaría una disminución en los costos de impresión.

Plan de medios

El medio elegido para la campaña *Hazle al Cuento* es el cartel, utilizando el impacto visual que este medio de propaganda posee y que ya se ha expuesto, colocado dentro del Sistema Colectivo Metro de la Ciudad de México.

La elección del Metro como el medio de transporte en donde se colocará la publicidad para el proyecto de fomento a la lectura *Cuentos de Boleto* obedece a las siguientes razones:

- Ya ha sido utilizado por otros programas de fomento a la lectura del Gobierno del Distrito Federal.
- En sus instalaciones se hará la entrega de las antologías de cuentos.
- En este medio de transporte viaja diariamente una gran cantidad de la población perteneciente a la clase socioeconómica D+, que es el destinatario de *Cuentos de Boleto*.
- Existe la oportunidad de llegar a otros públicos diferentes al destinatario principal debido a la gran cantidad de personas que utilizan este medio de transporte.

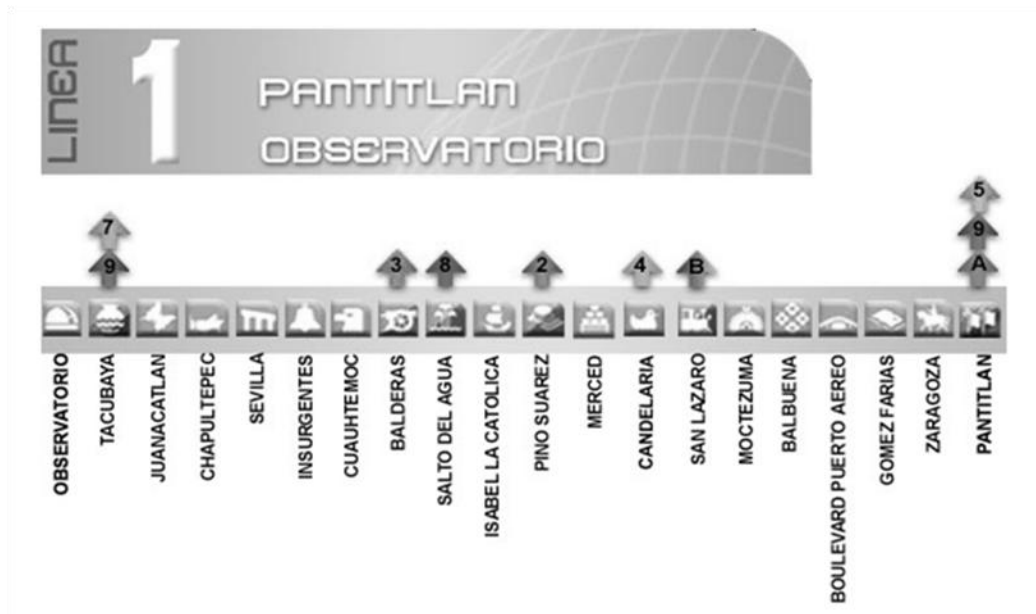
La campaña visual para *Hazle al Cuento*, será colocada en:

- | | |
|---------------------|---|
| Espacios en vagones | categoría AAA |
| ➤ Cabecera | área visual 0.55x 0.75 Base x Altura mts. |

- | | |
|----------------------------------|--|
| Espacios en estaciones y andenes | categoría AAA |
| ➤ Panel de estación | área visual 2.28 x 1.52 Base x Altura mts. |

PROPAGANDA EN EL METRO DE LA CIUDAD DE MÉXICO LÍNEA 1

La colocación de propaganda alusiva al proyecto, será llevada a cabo en la línea 1 del metro que recorre 20 estaciones a lo largo de 16 km 654 m (METRO). A continuación se enlistan las estaciones que conforman a esta línea:



Tomado de: <http://www.metro.df.gob.mx/red/linea1.html>

La elección de la línea 1 del metro como la vía en la que será insertada la propaganda propuesta para *Cuentos de Boleto*, obedece a la cantidad de personas que esta línea transporta diariamente, siendo la segunda más usada de la red del metro capitalino con un total de 235.137. 565 personas transportadas en el año 2010, sobrepasada sólo por la línea 2 que en el mismo año transportó a 264.953.384 personas. (METRO)

Otra de las razones por las que la línea 1 fue elegida para la presentación del proyecto a los viajeros mediante carteles dentro de los trenes y paneles en andenes, está relacionada con el número de estaciones destinadas a transbordo que esta línea posee (7) siendo la línea que mayores estaciones/transbordo posee de toda la línea del metro de la Ciudad de México y que han sido elegidas para la colocación de propaganda utilizando el panel de anden.

Finalmente, se propone esta línea como el sitio de acción de *Cuentos de Boleto*, debido a que dentro recorrido se encuentra la estación en la que se localiza el *Pasaje de los libros* (estación Pino Suárez), que es el lugar en el que se llevará a cabo el círculo de lectura propuesto.

PRESUPUESTO METRO

El costo de la propaganda utilizada en el metro de la Ciudad de México se encuentra dividido en 2 partes:

- Costo por concepto de carteles colocados en trenes de la línea 1
- Costo por concepto de paneles colocados en los andenes de las estaciones / transbordo de la línea 1 del metro.

Costo unitario = 1600 x mes
Trenes a cubrir = 10
Inserciones x vagón (tres vagones x tren) = 2
Inserciones x tren = 6
60 inserciones x 10 trenes
\$96.000 x mes

- Costos por concepto de paneles de andén.

Costo unitario = 22.000 x mes
Estaciones x cubrir = 5
Inserciones x estación = 2
14 inserciones x línea 1
\$220.000 x mes

PRESUPUESTO IMPRESIÓN DE ANTOLOGÍAS

Cuentos de Boleto, propone un tiraje de 25000 ejemplares por entrega, lo que en total comprende una producción de 100,000 antologías distribuidas en 4 entregas durante un año. La propuesta de este tiraje obedece a que al ser *Cuentos de Boleto* un proyecto piloto es necesaria una evaluación al término del primer año de funcionamiento para que en el caso de conseguir fidelidad de los beneficiarios del proyecto aumentar el tiraje, o en caso contrario reestructurar el proyecto.

Además de lo antes expuesto, en su primer año de funcionamiento, *Cuentos de Boleto* pretende cubrir una cuarta parte de la población infantil que se encuentra entre los 3 y los 5 años de edad de la Ciudad de México, que según datos obtenidos desde el portal electrónico del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), se establece una población infantil de las edades antes mencionadas de 391.086 habitantes.

A continuación se despliegan los datos obtenidos desde el INEGI con respecto a la población infantil a la que pretende beneficiar *Cuentos de Boleto*:

	total	Mujeres	Hombres
3 años de edad	129,866	63,970	65,896
4 años de edad	130,989	64,302	66,687
5 años de edad	130,231	63,780	66,451
Población total	391,086		

La cuarta parte de la población infantil de entre los 3 y los 5 años de edad de la Ciudad de México se obtuvo al dividir la totalidad de los resultados obtenidos desde el INEGI y se establece una población a cubrir por *Cuentos de Boleto* de 97, 771 niños (as).

CARACTERÍSTICAS DE LA PUBLICACIÓN

Cantidad de ejemplares: 25.000 por entrega = 100.000 por año

Tamaño final: 17 x 21 cm.

Número de páginas: 48

Papel de interiores: Bond de 75 gramos.

Número de tintas interiores: 1 X 1

Papel de forros: Bond de 120 gramos.

Número de tintas de forros: 4 X 1

Tipo de encuadernado: A caballo con grapa.

Barniz: Sin Barniz

Cargos Especiales incluidos en el precio

CTP: SI

COTIZACIÓN DE IMPRESIÓN GRUPO REFORMA

Descripción: FOLLETO 48 PAGINAS 17X21 CM, CUBIERTA TODO COLOR UNA CARA, INTERIORES UNA TINTA, NEGRO.

Originales en Disco proporcionados por el cliente: SI

Ejemplares: 25,000

Costo Unitario: \$4.26

Total Bruto: \$ 106,500.00

I.V.A.: \$ 17,040.00

Total: \$123,540.00

COTIZACIÓN POR CONCEPTO DE PAGOS PROFESIONALES

Cuentos de Boletín, requiere de los servicios profesionales de distintas personas para la realización de distintas actividades que en conjunto culminarán la planeación y el diseño de este proyecto comunicativo.

Los servicios profesionales requeridos para *Cuentos de Boletín* son:

- Editor (a)
- Comunicador (a)
- Diseñador (a) Gráfico (a)
- Fotógrafo (a)
- Psicólogo (a)
- Pedagogo (a)

La contratación de este personal tendrá una duración de 1 año (por proyecto), con posibilidad de renovar contrato al término de la primera evaluación del proyecto.

Para la conformación del salario mensual ofrecido a estos profesionistas, se realizó una investigación en el portal de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, específicamente en la aplicación denominada *Observatorio Laboral Mexicano* de

esta institución dependiente del gobierno federal.

A continuación se presentan los montos ofrecidos por concepto de prestación de servicios profesionales establecidos por la institución antes mencionada:

- Editor (a) \$9.325
- Comunicador (a) \$9.325
- Diseñador (a) Gráfico (a) \$7.594
- Fotógrafo (a) \$9.325
- Psicólogo (a) \$ 7. 668
- Pedagogo (a) \$6.903

Nota: La descripción de las funciones de cada servicio profesional se detalla en el punto 4.1.2 de este proyecto

En conjunto con la investigación realizada en el portal del gobierno federal, se realizó una revisión de los salarios ofrecidos por concepto de pago de servicios profesionales en la página de Internet de uno de los más reconocidos portales en donde se ofertan empleos denominado *OCC Mundial*. Los datos obtenidos de este portal presentan los siguientes parámetros de pago mensual a empleados:

- Editor (a) \$16.000
- Comunicador (a) \$8.000
- Diseñador (a) Gráfico (a) \$11.000
- Fotógrafo (a) \$7.000
- Psicólogo (a) \$13.000
- Pedagogo (a) \$9.000

Tomando en cuenta lo anterior, la propuesta salarial mensual de *Cuentos de Boletó*, contempla un pago de \$15.000 por concepto de pago de servicios profesionales por proyecto.

PRESUPUESTO CÍRCULO DE LECTURA

Círculo de lectura no.1

Producto/ Servicio	Precio unitario	Cantidad	total
Pizarrón blanco	\$ 795.28	1	\$795.28
Paquete hojas blancas	\$50.80	1 c/500 hojas	\$50.80
Bolígrafos tinta negra	\$20.88	5 cajas c/12	\$104.40
Plumones p/pizarrón	\$107.40	1 caja c/12	\$107.40
Borrador para pizarrón	\$21.95	1	\$21.95
Botella de agua 1lt.	\$10.00	10	\$100.00
			\$1.1179.84

*Nota: A partir del círculo de lectura 2, se descuenta del presupuesto el costo del pizarrón blanco

Círculo de lectura no.2

Producto/ Servicio	Precio unitario	Cantidad	total
Paquete hojas blancas	\$50.80	1 c/500 hojas	\$50.80
Bolígrafos tinta negra	\$20.88	5 cajas c/12	\$104.40
Plumones p/pizarrón	\$107.40	1 caja c/12	\$107.40
Borrador para pizarrón	\$21.95	1	\$21.95
Botella de agua 1lt.	\$10.00	10	\$100.00
			\$362.60

Círculo de lectura no.3

Producto/ Servicio	Precio unitario	Cantidad	total
Paquete hojas blancas	\$50.80	1 c/500 hojas	\$50.80
Bolígrafos tinta negra	\$20.88	5 cajas c/12	\$104.40
Plumones p/pizarrón	\$107.40	1 caja c/12	\$107.40
Borrador para pizarrón	\$21.95	1	\$21.95
Botella de agua 1lt.	\$10.00	10	\$100.00
			\$362.60

Círculo de lectura no.4

Producto/ Servicio	Precio unitario	Cantidad	total
Paquete hojas blancas	\$50.80	1 c/500 hojas	\$50.80
Bolígrafos tinta negra	\$20.88	5 cajas c/12	\$104.40
Plumones p/pizarrón	\$107.40	1 caja c/12	\$107.40
Borrador para pizarrón	\$21.95	1	\$21.95
Botella de agua 1lt.	\$10.00	10	\$100.00
			\$362.60

4.1.4 Ejecución de las tácticas

Estrategia comunicativa

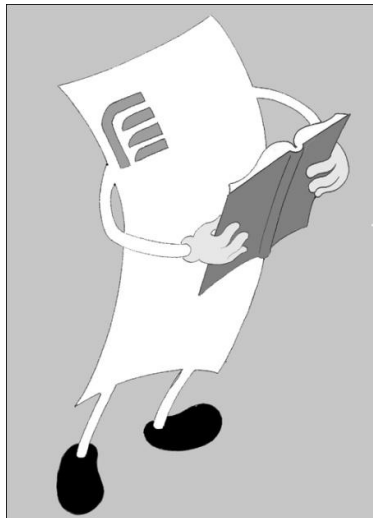
Símbolo de la campaña.

La campaña publicitaria denominada *Hazle al Cuento*, contempla la inserción de un elemento gráfico que represente al proyecto en su totalidad. Este símbolo presenta las siguientes cualidades:

- Es sencillo, atractivo para los niños, refleja la actividad propuesta.

Cuentos de Boleto está diseñado para ser implementado dentro del metro de la Ciudad de México, por lo que el símbolo representativo del proyecto está relacionado con el escenario en donde se llevará a cabo la entrega de las antologías y donde se insertará la propaganda del proyecto; el boleto que todo usuario de este medio de transporte debe poseer para acceder al metro ha sido elegido como la imagen representativa del proyecto en las portadas de las antologías utilizando la figura de este medio de acceso dotándolo de características humanas para conseguir una identificación con el destinatario.

Se propone como imagen del programa al siguiente gráfico:



* Nota: La figura del boleto, la posición del cuerpo del boleto, así como los elementos adicionales (por ejemplo el libro), pueden cambiar; sin embargo el boleto como símbolo del proyecto será permanente.

Propaganda

Con respecto a la propaganda colocada en trenes y andenes del metro, se propone una representación gráfica que refleje la opinión expresada en el diagnóstico con respecto a la función de la lectura que como ya se mencionó, está relacionada con la lectura como un medio para un desarrollo profesional exitoso.

La colocación física de los carteles y anuncios en las instalaciones del metro, es parte importante de la táctica gráfica de este proyecto, ya que se propone la colocación de anuncios posicionados frente a frente, de dos carteles o dos anuncios con contenidos gráficos distintos pero relacionados entre sí.

Se pretende presentar al observador en primera instancia la imagen gráfica de la actividad de la lectura en voz alta realizada por un padre o madre de familia (o ambos) hacia una niña o niño (o ambos) antes de la hora de dormir. La segunda representación gráfica presenta al observador los resultados (a futuro lejano) obtenidos por la niña o niño del primer cartel (ahora convertido en adulto profesionalista) y que se derivan de la actividad de la lectura en voz alta representada en el primer cartel.

Se inserta además en este segundo cartel un elemento del tipo flashback (representado por la utilización en menor formato del primer cartel), con la finalidad de referir al observador a la primera imagen y establecer de esta forma la relación y la intención de la propuesta gráfica, es decir:

Lectura en la infancia = éxito profesional.

A continuación se presenta la propuesta gráfica para el diseño de carteles y anuncios.

Contenido de la propaganda

Los carteles y anuncios, además de la representación gráfica **lectura en la infancia = éxito profesional**, incluye los logotipos representativos de las instituciones participantes en el

proyecto y del gobierno del Distrito federal, así como mensajes informativos dirigidos a los beneficiarios en los que de forma rápida y sencilla el mensaje de los beneficios (en términos de éxito profesional) que la lectura en edades tempranas puede generar.

Logotipos incluidos en la propaganda



Texto en la propaganda

Los mensajes contenidos en la propaganda serán diseñados por el (la) psicólogo y el (la) comunicador (a) perteneciente al personal contratado para el proyecto y ; se proponen dos mensajes independientes en cada anuncio / cartel, en uno se mencionará la relación que puede existir entre la lectura y el éxito profesional, y en el otro se establezca la importancia de la participación paterna en el establecimiento de hábitos de lectura para la conformación de profesionistas exitosos.

Un ejemplo de lo anterior puede ser representado de la siguiente forma:

“Tú eres parte de su éxito, ayúdale a construirlo”

Leerles a tus hijos contribuye a un mejor desempeño escolar

* Nota: La elección de tipografías y su distribución en carteles y anuncios, estará a cargo del personal contratado para el área de diseño y fotografía de este proyecto.

Propuesta gráfica de contenidos



Propuesta gráfica de contenidos



SISTEMA
DE TRANSPORTE
COLECTIVO



HAZLE AL CUENTO CON TUS HIJOS



¿Sabías que?

Leerle a tus hijos desde que son pequeños puede
ayudarles en sus actividades de la escuela.

¡Ayúdales a llegar más alto!



VEN AL PASAJE DE LOS LIBROS
Y RECIBE UNA ANTOLOGÍA DE CUENTOS INFANTILES

Propuesta gráfica de contenidos

Logo: Juventud

Logo: Ciudad México

Logo: Secretaría de cultura DF

Logo: SISTEMA DE TRANSPORTE COLECTIVO

Logo: UACM Universidad Autónoma de la Ciudad de México

HAZLE AL CUENTO CON TUS HIJOS

Con tu apoyo contribuyes a la construcción de su futuro

VEN AL PASAJE DE LOS LIBROS Y RECIBE UNA ANTOLOGÍA DE CUENTOS INFANTILES

Logo: PINO SUÁREZ

Propuesta gráfica de contenidos



No dejes para mañana lo que puedes leerles hoy
Hazle al cuento con tus hijos



¿Sabías que?

Leer con tus hijos hoy,
les ayudará
en la escuela de mañana



VEN AL PASAJE DE LOS LIBROS
Y RECIBE UNA ANTOLOGÍA DE CUENTOS INFANTILES

Propuesta gráfica de contenidos

UACM Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

Secretaría de **cultura DF**

SISTEMA DE TRANSPORTE COLECTIVO

No dejes para mañana lo que puedes leerles hoy
Hazle al cuento con tus hijos

Tú eres parte de su futuro.

VEN AL PASAJE DE LOS LIBROS
Y RECIBE UNA ANTOLOGÍA DE CUENTOS INFANTILES

PIÑO SUÁREZ

Teniendo el estilo visual definido y especificado, se logrará dotar al proyecto *Cuentos de Boleto*, de una identidad propia que lo distinga de entre los diferentes programas de fomento a la lectura implementados por el gobierno de la Ciudad de México. Por lo tanto *Cuentos de Boleto* y su campaña de propaganda social denominada *Hazle al Cuento* deberán transmitir:

- La imagen de un programa preocupado por el desarrollo social
- La imagen de un programa que entiende las necesidades y gustos de sus destinatarios.
- La imagen de un programa que centra sus actividades en la familia.
- La imagen de un programa beneficioso para los destinatarios a nivel personal y profesional.
- La imagen de un programa social accesible y de confianza.

Lo anterior será llevado a cabo con el manejo de un estilo verbal y visual cercano y próximo al destinatario que conseguirá que *Cuentos de Boleto* y la campaña propagandística *Hazle al Cuento* se asocien de forma continua y acumulativa al principal valor que propone el proyecto, es decir: “La lectura como un medio para el desarrollo personal e intelectual”.

COLOCACIÓN DE PROPAGANDA EN EL METRO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

La colocación de la propaganda propuesta para *Cuentos de Boleto*, es una parte fundamental de la estrategia diseñada para presentar al destinatario la existencia y el funcionamiento de este proyecto.

Derivado de la investigación realizada, en la que los padres para llevar a cabo una actividad lectora con sus hijos requieren ver de forma rápida los resultados generados a partir de esta práctica, se propone que la colocación de carteles y anuncios sea realizada colocando estos anuncio frente a frente para presentar de forma rápida al observador la actividad de la lectura en voz alta de padres a hijos y un posible resultado como consecuencia de esta actividad.

Plan de acción

Operatividad: Principales herramientas comunicativas.

Imagen del proyecto

Potenciar la oportunidad comunicativa que posee la imagen de *Cuentos de Boleto* y el contenido que proyecta.

Entrega de la publicación

La entrega de la publicación es parte importante de la estrategia diseñada para *Cuentos de Boleto*; esta operación se encuentra dividida en dos etapas por cada entrega las que consisten en:

- Primera parte de la entrega de la publicación a asistentes a los círculos de lectura antes que a otros beneficiarios.

Localización: Pasaje de los libros estación Pino Suárez

- Segunda parte de la entrega a beneficiarios del proyecto, que acrediten ser padres de menores en edad preescolar.

Localización: Estaciones de la línea 1 del metro elegidas para colocar publicidad del proyecto.

Círculo de fomento a la lectura

Hazle al Cuento

La actitud de los padres de familia en relación a los procesos educativos de sus hijos desde la propuesta de *Cuentos de Boletó*, requiere de una posición activa para garantizar el éxito de esta propuesta. Son los padres los que tienen un contacto mayor con los niños y los que como se ha establecido, son los primeros educadores de los menores. Por lo tanto, para lograr los objetivos planteados, se requiere de la participación activa de los padres.

La propuesta y las actividades del círculo de fomento a la lectura sugerido, están basadas en las necesidades determinadas en el punto 1.1.2 de este proyecto. Desde un punto de vista social, esta propuesta cumple con la función de complementar el producto editorial (antología de cuentos) y busca motivar a los padres a participar activamente en las actividades propuestas en cada uno de sus hogares. El círculo de lectura, tendrá una duración de un año distribuido en 4 sesiones que coincidirán con las entregas de las antologías.

El círculo de fomento a la lectura que acompañará a la campaña de propaganda social *Hazle al Cuento*, propone los siguientes contenidos:

Dinámica grupal. *¿Para qué sirve leer?*

Objetivo

Establecer ante el facilitador una primera concepción de la función que los padres de familia otorgan a la actividad “leer”. Como se mencionó anteriormente, no se busca el cambio de opiniones de los padres a su concepción de utilidad de la lectura; sin embargo en esta dinámica, el facilitador expondrá otras funciones de la lectura diferentes a las expuestas por los padres y que abarcan diferentes ámbitos tales como:

- Convivencia familiar
- Agilizar el aprendizaje de la habilidad lectora
- Mejoramiento de ortografía

Procedimiento

Se pide a los asistentes que expongan la función que le otorgan a la lectura, su aplicación a la vida diaria de sus hijos.

El facilitador otorga de cinco a diez minutos a los presentes para que se expongan todas las opiniones acerca de la función de la lectura antes de retomar el control del grupo.

El facilitador presentará a los padres de familia otros beneficios de la lectura mediante el uso de materiales alusivos al tema.

El facilitador propone una sesión de lectura en voz alta de cuentos infantiles (utilizando la antología previamente entregada), y expondrá a los padres las características e importancia de la entonación, ritmo, ambiente en la lectura en voz alta.

El facilitador propone una lectura en voz alta por medio de participaciones espontáneas en las que la lectura del cuento se dividirá en párrafos que serán leídos por diferentes padres. Durante el transcurso de la lectura en voz alta, el facilitador sugerirá modulaciones en la voz, entonaciones, pausas, etc., para darle al cuento una determinada fluidez e intención.

Al término de la lectura, el facilitador explicará a los presentes la mecánica de participación para el segundo taller propuesta por *Cuentos de Boleto* que asegura la entrega de la segunda antología.

Recursos

Humanos: Facilitador (pedagogo (a) o psicólogo (a) y de 5 a 10 auxiliares miembros de la *Ola Naranja* para la entrega de antologías (el número de auxiliares dependerá de la cantidad de asistentes al círculo de lectura).

Físicos: Sala amplia en el *Pasaje de los Libros* en la estación Pino Suárez del metro de la Ciudad de México, buena iluminación, sillas, pizarrón blanco.

Económicos. Aportes obtenidos desde el presupuesto otorgado a *Cuentos de Boleto*.

Insumos: Lápices, hojas blancas, folletos, materiales bibliográfico, revistas, etc.

CÍRCULO DE LECTURA 1

Actividad	Lugar	Recursos	Participantes	Hora	Entrega Círculo	Evaluación
<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los participantes • Presentación del círculo de lectura por parte del invitado de la Secretaría de Cultura del D.F. • Dinámica grupal "Funciones de la lectura". • Exposición: "Otros beneficios de la lectura en la infancia", impartida por el invitado especial • Lectura en voz alta y exposición de métodos para una lectura eficaz • Explicación a los padres del requisito para la próxima entrega de la publicación 	Pasaje de los libros en la estación Pino Suárez	Facilitador, padres de familia, sillas pizarrón. Láminas, 1/ c Marcadores 1/ p 500 hojas blancas 1/ c lápices, 1/c bolígrafos	Padres, niños, facilitadores, invitado especial	A especificar	1era entrega de la antología a los padres de familia 1er círculo de lectura	Registro de asistencia

CÍRCULO DE LECTURA 2

Actividad	Lugar	Recursos	Participantes	Hora	Entrega Círculo	Evaluación
<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los participantes • Exposición: “Beneficios de la lectura para el desarrollo escolar de los niños” • Lectura en voz alta y exposición de métodos para una lectura eficaz • Explicación a los padres del requisito para la próxima entrega de la publicación 	Pasaje de los libros en la estación Pino Suárez	Facilitador , padres de familia, sillas pizarrón. Láminas, 1/ c Marcadores 1/ p 500 hojas blancas 1/ c lápices, 1/c bolígrafos	Padres, niños y facilitadores	A especificar	2ª entrega de la antología a los padres de familia 2º Circulo de lectura	Registro de asistencia Presentación del dibujo requerido en la antología 1

CÍRCULO DE LECTURA 3

Actividad	Lugar	Recursos	Participantes	Hora	Entrega Círculo	Evaluación
<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los participantes • Exposición: “Mis padres y la lectura”, por invitado especial. • Lectura en voz alta y exposición de métodos para una lectura eficaz. • Explicación a los padres del requisito para la próxima entrega de la publicación 	Pasaje de los libros en la estación Pino Suárez	Facilitador , padres de familia, sillas pizarrón. Láminas, 1/ c Marcadores 1/ p 500 hojas blancas 1/ c lápices, 1/c bolígrafos	Padres, niños y facilitadores	A especificar	3ª entrega de la antología a los padres de familia 3er Círculo de lectura	Registro de asistencia Presentación del dibujo requerido en la antología 2

CÍRCULO DE LECTURA 4

Actividad	Lugar	Recursos	Participantes	Hora	Entrega Círculo	Evaluación
<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los participantes • Exposición: “La lectura y mi camino al éxito”, por el invitado especial. • Lectura en voz alta y exposición de métodos para una lectura eficaz. • Cierre del taller por invitado de la Secretaria de Cultura del D.F. 	Pasaje de los libros en la estación Pino Suárez	Láminas, 1/ c Marcadores 1/ p 500 hojas blancas 1/ c lápices, 1/c bolígrafos	Padres, niños y facilitadores. Invitados especiales.	A especificar	4 ^a entrega de la antología a los padres 4° Círculo de lectura	Registro de asistencia Presentación del dibujo requerido en la antología 3

Condiciones de la Aplicación de la Propuesta

Recursos Humanos:

Se contará con al menos un facilitador que presentará las propuestas y los contenidos del taller a los padres de familia, así como miembros de la *Ola Naranja* del INJUVE para la entrega de las antologías y de organizar a los participantes. El taller será guiado por el facilitador encargado de la sesión.

Ambiente Físico:

Está conformado por un espacio otorgado por el Sistema de Transporte Colectivo Metro ubicado en el *Pasaje de los libros* en la estación Pino Suárez, el que deberá contar con un pizarrón, sillas, un lugar establecido para el facilitador (del tipo mesa redonda). Deberá contar con buena iluminación y ventilación.

Materiales:

Hojas blancas, lista de asistencia, materiales de referencia, carteles, buzón de quejas y sugerencias, plumones, enlistados en la descripción de cada uno de los círculos de lectura.

Horarios:

La propuesta tendrá un horario flexible y acorde a las necesidades del destinatario tratando de no interrumpir sus actividades.

Ejecución del Plan de Acción

Círculo de fomento a la lectura N° 1:

Dirigido a los padres de familia de menores en edad preescolar.

Actividad: Presentación del taller.

Objetivo a lograr:

- Informar a los padres de familia los contenidos del Círculo de lectura, actividades, instituciones integrantes del proyecto, etc.

Actividad: Charla motivacional

Dinámica grupal: ¿Para qué sirve la lectura?

Objetivos a lograr

- Propiciar la integración del grupo de padres y establecer un primer contacto con la concepción de la función de la lectura de los padres.
- Informar a los padres de otras funciones de la lectura.

Actividad: Lectura en voz alta y recomendaciones para una lectura efectiva.

Objetivos a lograr

- Acercar a los padres al contenido de la antología
- Motivar a los padres a la lectura en voz alta
- Detectar deficiencias en la lectura
- Proporcionar recomendaciones para una lectura en voz alta eficaz.

Actividad: Establecer los lineamientos para el 2° taller.

Objetivo a lograr:

- Entrega de los dibujos solicitados para la entrega de la segunda antología de cuentos infantiles.

Duración 1 hora.

Círculo de fomento a la lectura N° 2:

Dirigidos a los padres de familia de menores en edad preescolar.

Actividad: Exposición: “Beneficios de la lectura para el desarrollo escolar de los niños”.

Objetivo a lograr:

- Exponer a los padres de familia los beneficios que aporta la lectura en edades tempranas con relación a la adquisición de habilidades de lecto-escritura en la educación primaria.

Actividad: Lectura en voz alta y recomendaciones para una lectura efectiva.

Objetivos a lograr

- Acercar a los padres al contenido de la antología
- Motivar a los padres a la lectura en voz alta
- Detectar deficiencias en la lectura

Duración 1 hora.

Círculo de fomento a la lectura N° 3:

Dirigido a los padres de familia de menores en edad preescolar.

Exposición: “Mis padres y la lectura”, por invitado especial.

Objetivo a lograr:

- Presentar a los padres de familia un ejemplo “vivo” de un lector que estableció el hábito de lectura regular desde la lectura en voz alta realizada por sus padres.

Actividad: Lectura en voz alta y recomendaciones para una lectura efectiva.

Objetivos a lograr

- Acercar a los padres al contenido de la antología
- Motivar a los padres a la lectura en voz alta
- Detectar deficiencias en la lectura
- Proporcionar recomendaciones para una lectura en voz alta eficaz.

Duración 1 hora.

Círculo de fomento a la lectura N° 4:

Dirigido a los padres de familia de menores en edad preescolar.

Actividad: Exposición: “La lectura y mi camino al éxito”, por invitado especial.

Objetivo a lograr.

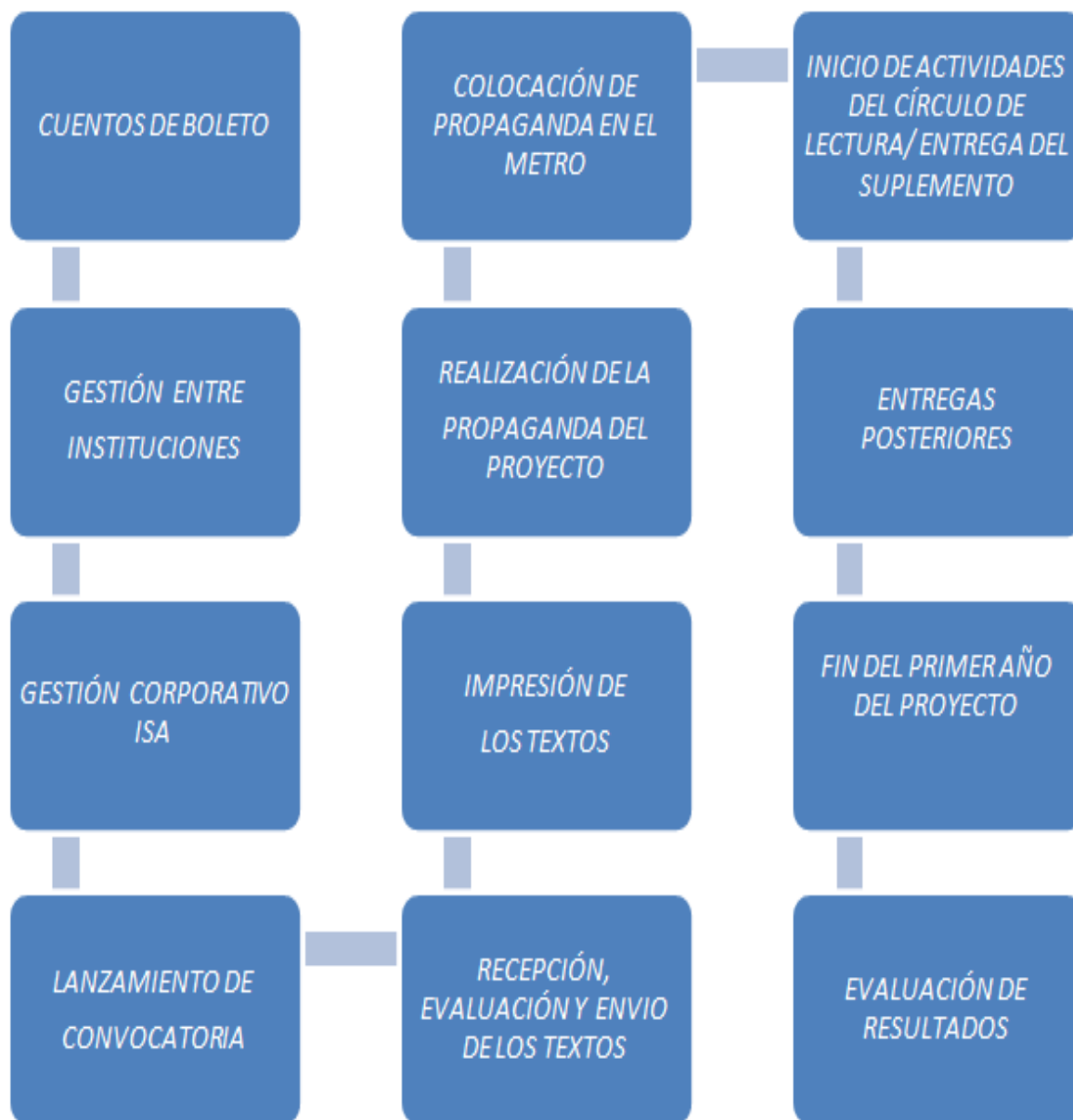
- Presentar a los padres de familia un ejemplo “vivo” de un lector que atribuye parte de su éxito profesional al hábito de lectura regular.

Duración 1 hora.

4.1.2 Cronograma de actividades

Acción	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	
Gestión entre instituciones	X	X																						
Gestión corporativo ISA		X	X																					
Lanzamiento de convocatoria			X	X																				
Recepción y evaluación de textos				X	X																			
Impresión de la publicación					X	X																		
Realización de la propaganda					X	X																		
Colocación de la propaganda							X																	
Inicio de actividades 1ª entrega 1er círculo de lectura								X																
2ª entrega 2º círculo de lectura 1ª recepción de dibujos									--	--	--	X												
3ª entrega 3er círculo de lectura 2ª recepción de dibujos													--	--	--	X								
4ª entrega 4º círculo de lectura 3ª recepción de dibujos																	--	--	--	X				
Evaluación Aplicación de encuestas Análisis de datos																					X	X	X	X

4.2 Diagrama del plan táctico



4.3 Apreciaciones éticas del plan táctico

Todo plan comunicativo debe ser diseñado sobre una serie de lineamientos que van desde los operativos, económicos, tácticos, etc., sin embargo, el enfoque ético debe considerarse de igual o mayor importancia que los antes mencionados. En este sentido, *Cuentos de Boleto* está basado en tres fundamentos éticos que se originan desde los derechos que todo humano posee y que son:

- Derecho al desarrollo
- Derecho a la educación
- Derecho a la cultura

Derecho al desarrollo

Se entiende por desarrollo humano a las condiciones y principios que le permiten al individuo el ejercicio de sus libertades civiles, así como las acciones que permiten su desarrollo; al respecto la UNICEF (2006), establece 3 características que componen al desarrollo humano y que son:

- Una profunda valoración de la vida.
- La libertad de cada persona y de cada nación de elegir la mejor manera de vivir, según sus parámetros culturales.
- El fortalecimiento de las capacidades de las personas en todas las dimensiones: personal, social, económica, política, cultural, educativa, etc. En este sentido, el derecho al desarrollo desde una visión social como la que propone *Cuentos de Boleto*, se lleva a cabo desde el diseño de un plan de comunicación hecho para, por y desde la gente con la única finalidad de promover un hábito que puede marcar una diferencia entre aquellos individuos que lo posean.

El derecho al desarrollo desde un enfoque humano, debe estar establecido desde una democracia incluyente, participativa, que se base en el respeto a los derechos humanos y que encuentre los medios para conseguir la participación y organización de la comunidad a la que dirige sus recursos y que además es hacia donde se dirigen sus objetivos o metas así como el diseño de programas sociales. (UNICEF)

Derecho a la educación

Para *Cuentos de Boleto*, la educación debe promover la participación de cada uno de sus integrantes; la educación es un derecho humano básico y fundamental que permite el ejercicio del conjunto de derechos que le son otorgados a cada individuo como miembro de una sociedad determinada. Desde una perspectiva de desarrollo humano, la educación es la base de la libertad y de la autonomía de cada persona; al respecto la UNESCO en su página de internet menciona:

La educación es un instrumento poderoso que permite a los niños y adultos que se encuentran social y económicamente marginados salir de la pobreza por su propio esfuerzo y participar plenamente en la vida de la comunidad. (UNESCO)

Derecho a la cultura

Por derecho a la cultura se entiende a la libertad que todo individuo tiene de hacer uso de los programas, eventos, productos, etc., que forman parte de la vida cultural de una comunidad, así como a gozar de las artes y a participar en los avances tecnológicos y en los beneficios que de éstos se obtengan. (Observatorio de política social y derechos humanos)

Tomando en cuenta lo anterior, se establece que un proyecto social del tipo de *Cuentos de Boleto*, debe ser visto en términos alejados de temáticas de pertinencia y beneficio económico, para entrar en el campo de la necesidad de facilitar el ejercicio de los derechos humanos correspondientes a cada individuo.

5. DISEÑO DEL PLAN DE PRUEBA, MONITOREO Y EVALUACIÓN

*“Engrandecerás a tu pueblo,
no elevando los tejados de sus viviendas,
sino las almas de sus habitantes”.*

Epicteto

El monitoreo de la funcionalidad del proyecto de lectura infantil *Cuentos de Boleto*, será llevado a cabo mediante dos de las actividades propuestas y descritas en la sección 4.1.4, en donde se detalla la operatividad de los círculos de lectura. El monitoreo se realizará basándose en:

- 1 Listas de asistencia a los círculos de lectura
- 2 Dibujos entregados en los círculos de lectura

Por otra parte, como una segunda forma de monitorear a *Cuentos de Boleto*, se tomará en cuenta la demanda de las antologías por parte de los destinatarios (demanda independiente a la existente en los círculos de lectura), y que como se estipuló en la sección 4.1.3, en el Distrito Federal existen 391,086 niños (as); *Cuentos de Boleto* contempla cubrir una cuarta parte de la población infantil de la Ciudad de México, es decir 97, 771 niños (as) a los que este proyecto se propone llegar con un número igual de antologías impresas.

Sin embargo, y como una forma más de monitoreo de la funcionalidad de este proyecto, se propone la impresión de un excedente de antologías en el caso de que la demanda supere a la oferta (ver la sección 4.1.3). La evaluación del proyecto de fomento a la lectura *Cuentos de Boleto*, será llevada a cabo al finalizar el primer año de su funcionamiento estableciéndose éste a partir de la primera entrega de las antologías, así como de la puesta en marcha del primer círculo de lectura.

Esta evaluación se realizará mediante la medición de datos antes descritos, así como valiéndose de una encuesta aplicada a padres de familia en la que además de la obtención de datos relevantes para el proyecto, se obtendrá una evaluación directa por parte de los beneficiarios secundarios de *Cuentos de Boleto*.

5.1 Selección y justificación de métodos y técnicas

A continuación se describen a detalle los medios por los que será evaluado *Cuentos de Boleto*, así como la mecánica a seguir en cada uno de ellos.

3 Listas de asistencia a los círculos de lectura

Las listas de asistentes a los círculos de lectura, tienen la finalidad de contabilizar de forma rápida la demanda tanto de antologías como de lugares disponibles en las reuniones propuestas, estas listas presentarán en forma numérica la demanda por parte de los destinatarios para que en el caso de que supere a la oferta, se amplíen el tiraje de antologías o se abran nuevos horarios para los círculos de lectura.

La mecánica de las listas de asistencia consiste en crear un listado de las personas que acuden a los círculos de lectura al finalizar las actividades.

4 Dibujos entregados en los círculos de lectura

Como un requisito para la entrega de las antologías (a partir de la segunda entrega), se pide a los padres de familia que deseen el siguiente número de la publicación, la entrega de un dibujo realizado por el (la) menor en el que se ilustre uno de los cuentos de la entrega anterior.

La contabilización de estos dibujos, permitirá medir el grado de participación del público meta. La mecánica de la entrega de estos dibujos, consiste en el intercambio de la ilustración a cambio de la antología.

5 Encuestas aplicadas a padres de familia

La técnica seleccionada para la medición y la evaluación de *Cuentos de Boleto*, es la encuesta aplicada a los padres de familia basada en una técnica cuantitativa. La aplicación de encuestas permitirá conocer de forma rápida y en el mismo escenario de los círculos de lectura (y/o en otras partes del metro de la ciudad de México), la opinión de los usuarios así

como conocer la utilidad del programa dentro de sus casas.

La selección de la encuesta como el medio para evaluar los resultados del proyecto, obedece a las características de esta herramienta cuantitativa que permite obtener datos numéricos en forma rápida y que no requiere de una inversión significativa de tiempo por parte tanto del encuestador como del encuestado, siendo principalmente el tiempo de los beneficiario, la principal preocupación al realizarse este estudio.

5.2 Diseño de instrumentos

Encuesta aplicada en la última entrega de la publicación y en el último círculo de lectura, consta de 2 instrumentos:

- Encuesta aplicada a asistentes al círculo de lectura
- Encuesta aplicada a no asistentes a los círculos de lectura pero beneficiarios del proyecto

Lugar de aplicación: Instalaciones del Metro de la Ciudad de México

- Pasaje de los libros estación Pino Suárez
- Estaciones de la línea 1 en las que se ha colocado propaganda del proyecto (San Lázaro, Candelaria, Pino Suárez, Salto del Agua y Balderas).

Instrumento destinado a asistentes a los círculos de lectura

Fecha _____

Edad_____ Ocupación_____ Sexo_____

Delegación_____

1.- ¿A cuántos círculos de lectura ha asistido?

A) 1 B)2 C) 3 D)4

2.- ¿Cuántas antologías de cuentos ha recibido?

A) 1 B)2 C) 3 D)4

3.- ¿Considera útil la existencia de los círculos de lectura y del proyecto *Cuentos de Boletó*?

A) Sí B) No

¿Por qué?_____

4.- ¿Ha realizado en casa las actividades propuestas en los círculos de lectura?

A) Sí B) No

¿Por qué?_____

5.- ¿Ha notado algún cambio o beneficio en su hijo (a) que esté relacionado con la lectura en voz alta de cuentos infantiles?

A) Sí B) No

¿En qué aspecto ? _____

6.- ¿Considera de utilidad los cuentos publicados en las antologías?

A) Sí B) No

¿Por qué? _____

7.- ¿Qué opina de los temas que se tratan en los cuentos?

8.- ¿Qué otros temas le gustaría que aparecieran en las antologías?

9.- ¿Cuál ha sido la respuesta de su hijo (a) con relación a los cuentos de las antologías?

A) Buena B) Mala C) No le han gustado

10.- ¿Cuántas ilustraciones ha entregado en los círculos de lectura?

A) 1 B) 2 C) 3

11.- ¿Considera seguir participando en las próximas entregas de textos infantiles?

A) Sí B) No

¿Por qué? _____

12.- ¿Cambiaría algún aspecto de las antologías o de los círculos de lectura?

¿Cuál? _____

MUCHAS GRACIAS.

Instrumento destinado a beneficiarios del proyecto de lectura *Cuentos de Boleto*

Fecha _____

Edad _____ Ocupación _____ Sexo _____

Delegación _____

1.- ¿Cuántas antologías de cuentos ha recibido?

A) 1 B) 2 C) 3 D) 4

2.- ¿En dónde ha recibido la publicación?

A) En alguna estación B) En el círculo de lectura C) En otro lugar

3.- ¿Considera útil la existencia de un proyecto de lectura infantil como *Cuentos de Boleto*?

A) Sí B) No

¿Por qué? _____

4.- ¿Ha realizado en casa las actividades propuestas en las antologías de cuentos?

A) Sí B) No

¿Por qué? _____

5.- ¿Ha notado algún cambio o beneficio en su hijo (a) que esté relacionado con la lectura en

voz alta de cuentos infantiles?

A) Sí B) No

¿En qué aspecto ¿_____

6.- ¿Considera de utilidad los cuentos publicados en las antologías?

A) Sí B) No

¿Por qué? _____

7.- ¿Qué opina de los temas que se tratan en los cuentos?

8.- ¿Qué otros temas le gustaría que aparecieran en las antologías?

9.- ¿Cuál ha sido la respuesta de su hijo (a) con relación a los cuentos de las antologías?

A) Buena B) Mala C) No le han gustado

10.- ¿Cuántas ilustraciones ha entregado para recibir la nueva entrega de las antologías?

A) 1 B) 2 C) 3

11.- ¿Considera seguir participando en las próximas entregas de textos infantiles?

A) Sí B) No

¿Por qué? _____

12.- ¿Cambiaría algún aspecto de las antologías o de los círculos de lectura?

¿Cuál?

13.- ¿Por qué no ha asistido a los círculos de lectura en la estación Pino Suárez?

MUCHAS GRACIAS.

6. REFLEXIONES GENERALES

*“La lectura hace al hombre completo.
La conversación lo hace ágil.
La escritura lo hace preciso”.*

Francis Bacon

La lectura es la habilidad que le proporciona al hombre el acceso al conocimiento acumulado por generaciones, y que forma parte de la cultura de la sociedad a la que pertenece, pero que a su vez brinda la posibilidad de acceder mediante ella, a otros conocimientos generados por otras culturas.

De la habilidad lectora, depende gran parte del aprendizaje de cada persona principalmente en el medio escolar, así como de otras actividades relacionadas con la lectura como las informativas, recreativas, referenciales, etc.

Es por estas razones, que la promoción y la creación de hábitos de lectura desde edades tempranas cobra importancia en un país que presenta niveles de lectura muy bajos. Un proyecto que intente promover los beneficios de la lectura entre sus posibles beneficiarios, debe en primer lugar conocer en lo permisible, el pensamiento y las concepciones que los destinatarios poseen acerca de una determinada problemática y aplicar el conocimiento adquirido desde los destinatarios para cubrir sus necesidades valiéndose de sus propias concepciones.

Como cualquier proyecto que busque el beneficio de la ciudadanía y que dependa de alguna instancia gubernamental para poder ser puesto en marcha, *Cuentos de Boleto*, se enfrenta a problemáticas relacionadas con asignaciones presupuestales, intereses políticos, gestiones y trámites que pudieran entorpecer desde el funcionamiento de un proyecto de tipo social, e incluso impedir su puesta en marcha.

Sin embargo, el principal obstáculo a vencer, está representado por los beneficiarios propuestos por *Cuentos de Boleto*, al requerir de ellos una participación activa en las actividades propuestas.

No obstante que se establece como necesaria esta contribución por parte de los beneficiarios, el diagnóstico realizado para este proyecto reflejó que mediante una buena y justificada motivación los padres están dispuestos a cooperar con este proyecto de lectura, motivación que ha sido aplicada en las tácticas diseñadas para la propaganda de *Cuentos de Boleto*.

Finalmente, cualquier intento por promover los beneficios que proporciona la lectura no necesita ser justificado siempre y cuando obedezca a razones puramente sociales, y se encuentre alejado de intereses políticos o privados y con la meta fija en la superación de los obstáculos que dificultan el desarrollo social.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

*“Que otros se jacten de las páginas que han escrito;
A mí me enorgullecen las que he leído”*

Jorge Luís Borges

- Alonso, A. (1990) *Formación de conceptos y aprendizaje temprano*. Editorial Paidós. Buenos Aires.
- Azevedo, F. (1987) *Sociología de la educación*. Fondo de Cultura Económica, 9ª edición, México.
- Bahloul, J. (2002) *Lecturas precarias. Estudio sociológico sobre los “poco lectores”*. Fondo de Cultura Económica, México.
- Bettelheim, B. (1996) *Psicoanálisis de los cuentos de hadas*. Editorial Crítica. Barcelona.
- Castoriadis, C. (1999). *Institución primera de la sociedad e instituciones segundas*. En *Figuras de lo pensable*, Madrid: Cátedra.
- Cirianni, G. y L.M. Peregrina (2005) *Rumbo a la lectura*. IBBY México.
- Cooper, J.C., (1983) *Cuentos de hadas, alegorías de los mundos internos*. Editorial Sirio S.A. Málaga.
- Cullen, C. (1997). *Crítica de las razones de educar. Temas de filosofía de la educación*. Buenos Aires: Paidós.
- Di Caprio, N. (1992) *Teorías de la personalidad*. Editorial Mc Graw Hill. México.
- Fernández, L. (1998). *Acerca del análisis de lo institucional en la escuela*. Buenos Aires: Paidós.
- Ferreiro, E. *Pasado y presente de los verbos leer y escribir*. Fondo de Cultura Económica. México 2002.
- Follari, R. (1996). *¿Ocaso de la escuela?* Buenos Aires: Editorial Magisterio del Río de la Plata.

- Hernández, R. et al., (2006) *Metodología de la investigación*. 4ª edición. Editorial Mc Graw Hill, México.
- Kotler, A. (2001) *Marketing*. Octava edición, Prentice Hall. México.
- Larrosa, J. *La experiencia de la lectura. Estudios sobre literatura y formación*. Nueva edición revisada y aumentada. Fondo de Cultura Económica, México 2003.
- Lebovici, S. y M. Soulé (1973) *El conocimiento del niño a través del psicoanálisis*. Fondo de Cultura Económica. México.
- Marroquín, M. y A. Villa (1995) *La Comunicación interpersonal. Medición y estrategias para su desarrollo. Recursos e instrumentos psicopedagógicos*. Bilbao, Mensajero.
- Miretti, M. (2004) *La literatura para niños y jóvenes. El análisis de la recepción en producciones literarias*. Homosapiens editores Argentina.
- Montes, G. (2001) *El corral de la infancia*. Fondo de Cultura Económica, México.
- Navarro, J. (1993). *Aprendizaje y memoria humana*. Madrid, McGraw Hill.
- Olson, D. (1998) *El mundo sobre el papel. El impacto de la escritura y la lectura en la estructura del conocimiento*. Colección LEA. Gedisa editorial. Barcelona.
- Papalia, D. y S. Wendkos (1988) *Psicología del desarrollo*. Editorial Mc Graw Hill, México.
- Pérez, D. y J. Álvarez (1995) *Lecturas de aprendizaje y enseñanza*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Petit, M. (1999) *Nuevos acercamientos a los jóvenes a la lectura*. Fondo de Cultura Económica, México.
- Pozo, I. (1994). *Teorías cognitivas del aprendizaje*. Madrid, Morata.
- Pozo, I. (2003) *Adquisición del conocimiento*. Madrid, Morata.

- Rodrigo M.J. y J. Palacios (2003) *Familia y Desarrollo Humano*. España, Editorial Alianza.
- Sarafino, E. Armstrong y W. James (1998) *Desarrollo el niño y del adolescente*. Editorial Trillas. México 1988.
- Schunk, D. (1997) *Teorías del Aprendizaje*. México, Prentice Hall.
- Tarpy, R. (2000) *Aprendizaje: teoría e investigación contemporánea*. Madrid, McGraw Hill.
- Todorov, T.(2005) *Introducción a la literatura fantástica*. Ediciones Coyoacán. México.

PÁGINAS WEB CONSULTADAS

- Asociación ASPIRA “Léeles a tus hijos”, en Lee y sueña, Puerto Rico. [En línea] Disponible en: <http://www.aspirapr.org/> (Fecha de consulta 13 de marzo de 2009).
- Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI). “Niveles socioeconómicos”. [En línea] Disponible en: <http://www.amai.org/niveles.php> (Fecha de consulta: Enero de 2011).
- Biblioteca virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales (2010) “Estrategias educativas” en *Función de la escuela*, [En línea] Universidad de Málaga, España. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros/2008c/468/FUNCION%20DE%20LA%20ESCUELA.htm> fecha de consulta septiembre de 2010.
- Biblioteca virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales (2010) “Estrategias educativas” en *Función de la escuela*, [En línea] Universidad de Málaga, España. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros/2008c/468/FUNCION%20DE%20LA%20ESCUELA.htm> fecha de consulta septiembre de 2010.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2006) [CONACULTA], “Resumen de resultados”, en *Encuesta Nacional de Lectura*, [En línea] México. Disponible en: http://sic.conaculta.gob.mx/publicaciones_sic.php (Fecha de consulta 10 de septiembre de 2010).
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2009), “México Lee”, en *México lee*, [En línea] Disponible en: www.conaculta.gob.mx/dgp/PDF_convocatorias/Mexico_Lee_2008.pdf (fecha de consulta 16 de octubre del 2010).

- Corporativo ISA (2010) “Metro de la Ciudad de México”. [En línea] Disponible en: <http://www.isa.com.mx/metro.html> (Fecha de consulta septiembre de 2010).
- Encuesta Nacional de Lectura [En línea] Disponible en: http://sic.conaculta.gob.mx/publicaciones_sic.php (fecha de consulta 10 de septiembre de 2009).
- Escudé, J. (2005), *Teoría de la literatura fantástica*. [En línea] Disponible en: <http://www.ciudadseva.com/textos/teoria/hist/escude2.htm> (Fecha de consulta 24 de septiembre de 2009).
- Fondo de Cultura Económica. [En línea] Disponible en: <http://www.fondodeculturaeconomica.com/prensalmprimir.asp?art=4570>. [Fecha de consulta, Agosto de 2010].
- Fondo de Naciones Unidas para la Infancia, [En línea] UNICEF Argentina- Publicaciones-Colección: Comunicación, desarrollo y derechos. [En línea] Disponible en: http://www.unicef.org/argentina/spanish/resources_4656.htm (Fecha de consulta 04 marzo de 2010).
- Fuente Secretaría de Cultura del Distrito Federal. [En línea] Disponible en: www.cultura.df.gob.mx/libroclub/site_libro_club/paginas/historialibroclub.html (Fecha de consulta 22 octubre 2010).
- <http://www.metro.df.gob.mx/operacion/afluencia.html>
- IBBY México, “A leer” en *Nosotros entre libros* [En línea]. Disponible en: <http://www.ibbymexico.org.mx/programas/norma.html> (Fecha de consulta 16 octubre de 2010).

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). “Anuario Estadístico del distrito Federal”, en *Educación*. [En línea] Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/ae10/estatal/df/default.htm>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). “Censo de población y vivienda 2010”, en *Tabulados básicos*. [En línea] Disponible en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/TabuladosBasicos/Default.aspx?c=27302&s=est> (Fecha de consulta: Enero de 2011).
- Ley del Libro. [En línea] disponible en: <http://www.leydelibro.org.mx/> (Fecha de consulta 16 de octubre 2010).
- Observatorio de política social y derechos humanos (2011) “Derecho a la Cultura” [En línea] Disponible en : http://www.observatoriopoliticasocial.org/index.php?option=com_content&view=article&id=321&Itemid=223 Fecha de consulta Febrero de 2011
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2011) “Derecho a la educación” en *Educación* [En línea] Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/education/themes/leading-the-international-agenda/right-to-education/> Fecha de consulta Enero de 2011
- Secretaría de Cultura del Distrito Federal (2009), “Información De Boleto en el Metro”. [En línea] Ciudad de México. [En línea] Disponible en: <http://www.cultura.df.gob.mx/index.php/component/content/article/68-fomento/138-deboletometro> (Fecha de consulta 22 octubre 2010).

- Secretaría de Educación Pública (2009), “Catálogo de los libros del rincón” en *Programa Nacional de Lectura*. [En línea] Disponible en: <http://www.librosdelrincon.dgme.sep.gob.mx/> (Fecha de consulta 22 octubre 2010).
- Secretaría de Educación Pública (2011), “Reforma preescolar”, en *Reforma preescolar* [En línea] Disponible en: <http://www.reformapreescolar.sep.gob.mx/> (Fecha de consulta 12 agosto de 2011).
- Universidad de Castilla La Mancha “El cartel publicitario”. [En línea] Disponible en: <http://www.uclm.es/profesorado/Ricardo/cartel.htm>
- Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). [En línea] Disponible en: www.dgdc.unam.mx/cienciaboletto.html (Fecha de consulta: 22 de octubre de 2010).