

La promoción de la lectura en la universidad a través de una propuesta de campaña de publicidad. El caso de la Universidad Olmeca del estado de Tabasco

ARIEL GUTIÉRREZ VALENCIA

LAURA HERNÁNDEZ ESTEBAN¹

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Universidad Olmeca, México

INTRODUCCIÓN

Hasta hace algunos años se consideraba que los estudiantes universitarios llegaban a la educación superior con las habilidades y destrezas de lectura necesarias para enfrentar exitosamente los retos de leer los diversos recursos bibliográficos, impresos y digitales, establecidos en los programas de estudio de la licenciatura, donde incursionarían para formarse como futuros profesionistas.

Se daba como un hecho cierto que, a su paso por las aulas escolares a lo largo de doce años sumados al capital cultural adquirido en el medio familiar y escolar, era suficiente para que los estudiantes de nuevo ingreso a la universidad

1 En colaboración con Alejandra Maldonado Domínguez, César Yzquierdo Gómez y Ana Beatriz López Romero.

emprendieran con fortuna las nuevas prácticas lectoras requeridas para alcanzar los objetivos curriculares de la enseñanza superior.

Sin embargo, diversos estudios realizados a partir de la primera década del siglo XXI y enfocados a investigar las prácticas de lectura en la comunidad universitaria alertaron a las autoridades, a los docentes y a la sociedad en su conjunto, que:

[...] se puede suponer que los estudiantes universitarios no desarrollaron, durante su escolaridad básica o media, estrategias que les permitan comprender textos de índole general, académicos y especializados según su disciplina de estudio. (Velásquez Rivera, Cornejo Valderrama y Roco Videla, 2008: 26).

Así pues, la creencia de que los estudiantes universitarios habían desarrollado plenamente sus competencias lectoras durante su paso por las aulas escolares desde la primaria hasta los niveles medio superior deberían de ponerse en tela de juicio, ya que estas investigaciones demostraban lo contrario.

Ante esta realidad, se inició un debate en torno al papel que deberían de asumir las universidades en el contexto mexicano a partir de los diversos resultados emanados de dichas investigaciones. Éstas revelaron que los universitarios de nuestro país leen muy poco y que presentan niveles de comprensión de lo leído situados muy por debajo de los estándares internacionales, lo que resulta insuficiente para el logro de los objetivos académicos del nivel superior. Otros datos derivados de estas indagaciones pusieron de relieve la carencia de programas de fomento a la lectura en gran parte de las instituciones de educación superior en el país.

Estas investigaciones de carácter diagnóstico motivaron en los años subsiguientes líneas de investigación con miras

a identificar aquellos aspectos que requerían de especial atención, a fin de involucrar a las bibliotecas y a los diferentes sectores de la comunidad universitaria en la tarea conjunta de acercar a los universitarios al mundo de los textos impresos y digitales, así como de motivarlos en la mejora de sus hábitos lectores.

En algunas instituciones de educación superior, incluso, se implementaron políticas que impulsaron la puesta en marcha de programas de lectura con el propósito de elevar las capacidades lectoras de sus egresados para un desempeño más eficiente tanto profesional como académico, en un mundo que demanda cada vez más del desarrollo de nuevas competencias, muchas de las cuales están enfocadas al dominio tecnológico y al manejo y procesamiento de la información.

LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL ESTADO DE TABASCO

En el caso particular del estado de Tabasco, a la fecha, se cuenta con 52 instituciones de educación superior de carácter público y privado que ofrecen diversas carreras profesionales a una comunidad estudiantil integrada por 72, 073 estudiantes y 7, 733 docentes. De esta matrícula total universitaria, el 44% estudia en planteles ubicados en municipios distantes de la capital en zonas rurales y un 10% se encuentra adscrito a instituciones de carácter privado.

Es importante señalar, además, que el sistema de educación media superior en la entidad alberga a 111, 985 estudiantes que se integrarán en un breve plazo al sistema universitario estatal, razón por la cual la matrícula se incrementara en un periodo corto.

LAS PRÁCTICAS LECTORAS DE LOS ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS EN EL ESTADO DE TABASCO

A la fecha, se cuenta en esta entidad con algunas investigaciones enfocadas en conocer el estado actual de las prácticas y los hábitos lectores de los universitarios tabasqueños. Tales estudios han permitido poner de manifiesto que, en la mayoría de estos centros educativos, no se realizan actividades que motiven a sus estudiantes y docentes a tener un acercamiento constante con las bibliotecas y la lectura de libros, a pesar de que, por disposiciones legales, la apertura de una institución de educación superior requiere obligatoriamente contar con un espacio donde se brinden los servicios bibliotecarios a la comunidad universitaria, así como la consulta de la bibliografía establecida en los programas de estudio de las licenciaturas que se ofertan en ella.

A pesar de estas limitaciones, se ha podido incursionar en la construcción de un perfil lector para este nivel educativo; de tal manera que, en la actualidad, se tiene un mayor conocimiento sobre las experiencias y los hábitos lectores de esta comunidad universitaria en concreto.

En estos perfiles se han integrado datos relacionados, por ejemplo, con su capital cultural, económico, social y escolar; información importante sobre sus escuelas de procedencia; impacto familiar y docente, así como la influencia que ejercen sus amigos en su formación lectora; reconstrucción de sus trayectorias como lectores acorde a sus edades y etapas de crecimiento; percepción, legitimación, simbolismo y valor que le dan a la lectura en el contexto de su formación académica y en su vida diaria; factores adversos que los alejan de la lectura, e incluso, el número de veces que los estudiantes universitarios deben leer un mismo texto para comprender su contenido.

Se cuenta, por tanto, con una mayor información que nos permite establecer el número de horas que le dedican al acto de leer, sus gustos por los diversos géneros literarios, sus libros favoritos, las preferencias respecto al texto impreso y electrónico, su contacto con los periódicos y las revistas, el número de textos que se leen al año, la frecuencia de visitas y los usos que hacen de las bibliotecas públicas y universitarias, los servicios bibliotecarios empleados con mayor frecuencia y su comportamiento ante el advenimiento de las prácticas emergentes de lectura en formatos electrónicos y el Internet. Estos datos se constituyen en importantes referentes de estudio en el nivel universitario.

Las conclusiones de estas investigaciones han revelado que las prácticas de lectura de los estudiantes universitarios tabasqueños son cuantitativamente escasas e insuficientes, y cualitativamente inconsistentes. Ello dio lugar a que, en 2014, se impulsara en la Universidad Olmeca el programa de fomento a la lectura denominado “Rumbo al acceso pleno a la sociedad del conocimiento”, el primero de su género en la entidad.

La Universidad Olmeca es una institución de educación superior creada en septiembre de 1991. Su visión y misión la conciben como una institución particular universitaria sin fines de lucro, con personal altamente calificado, para el desarrollo del capital humano que contribuya al crecimiento social, ambiental y económico del estado, inspirado en un sistema de calidad certificado, permanente, con programas educativos innovadores y acreditados que responden a los estándares nacionales e internacionales, capaces de insertar a los profesionistas egresados de forma exitosa en el mundo empresarial, que contribuya al desarrollo y progreso del país.

El programa de lectura de la Universidad Olmeca consta de 100 acciones que se realizan permanentemente en sus instalaciones. Se plantea como objetivo general: promover el hábito de la lectura y las competencias lectoras de los estudiantes, profesores, investigadores y personal administrativo.

A este esfuerzo se suma una reciente propuesta elaborada por un grupo de estudiantes de la carrera de diseño gráfico digital, quienes –desde el mes de julio de 2017, motivados por el deseo de impulsar y promover una campaña para fomentar el gusto por la lectura, así como un acercamiento más intenso de los alumnos y los docentes con los libros y la biblioteca– se dieron a la tarea de presentar un proyecto como parte de su trabajo final en la asignatura denominada “Desarrollo de proyectos integrales.” Esta asignatura estuvo coordinada por la profesora Laura Hernández Esteban, maestra en Comunicación y Publicidad.

Este proyecto de campaña fue presentado a las instancias universitarias de la Universidad Olmeca y, después de varios meses de adecuaciones, se aprobó para ponerse en marcha a lo largo de 2018.

La campaña pretende la utilización de todos los espacios con los que cuenta la Universidad Olmeca, incluyendo sus autobuses, para fomentar la lectura a través de diferentes acciones. Se describe a continuación cada etapa, así como las estrategias que se implementarán en el presente ciclo escolar, incluyendo los diversos recursos publicitarios diseñados para este fin.

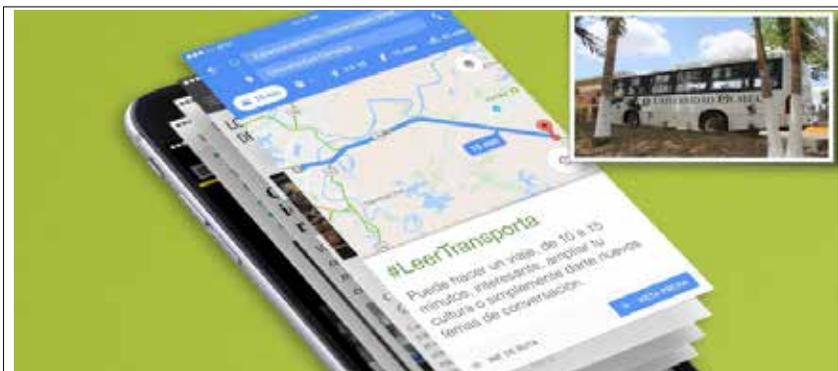
CAMPAÑA

La campaña se denomina “Leer Entretiene”, y tiene como slogan: “Lo que quieras, cuando quieras, donde quieras ¡Lee!”

La promoción de la lectura en la universidad...



Se implementará en todos los espacios de la Universidad: en los autobuses.



La promoción de la lectura en la universidad...



En los pasillos.



La biblioteca universitaria como espacio de formación de lectores



En la cafetería.



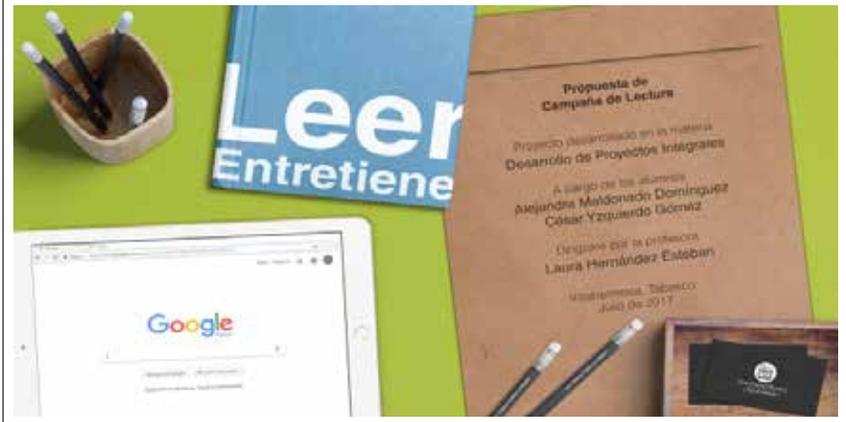
La promoción de la lectura en la universidad...



En artículos promocionales.



La biblioteca universitaria como espacio de formación de lectores



CONCLUSIONES

La promoción de la lectura en la comunidad universitaria debe seguir siendo una tarea primordial en las funciones sustantivas que realizan las universidades mexicanas en los próximos años a fin de seguir fortaleciendo las prácticas de lectura de los futuros profesionistas del siglo XXI.

En esta labor de promoción deben unir esfuerzos las distintas áreas de la institución, bajo la guía del personal que labora en la biblioteca universitaria a fin de seguir generando experiencias novedosas y atractivas que propicien la utilización de todos los espacios con los que cuenta la universidad para fomentar la lectura más allá de los recintos bibliotecarios.

En un esfuerzo por seguir generando alternativas de acercamiento a la lectura y a los libros en la comunidad universitaria, esta propuesta de campaña denominada “Leer Entretiene”, que tiene como slogan “Lo que quieras, cuando quieras, donde quieras ¡Lee!”, se constituye en una experiencia viable que puede ser implementada por otras instancias educativas en pro de la lectura.

REFERENCIAS

- Dantzić, C. M. (2009). *Diseño visual: introducción a las artes visuales*. México: Trillas.
- Ferrer Rodríguez, E. (2010). *Los conceptos de la publicidad*. México: Trillas.
- Fischer de la Vega, L. (2004). *Mercadotecnia*. México: McGraw-Hill.

La biblioteca universitaria como espacio de formación de lectores

Gutiérrez Valencia, A. (2017). *Las prácticas de lectura de los estudiantes universitarios: un estudio comparativo entre la universidad pública y la universidad privada en el estado de Tabasco*. Berlín: Editorial Académica Española.

_____. (2014). *Rumbo al acceso pleno a la sociedad del conocimiento: Programa de fomento a la lectura de la Universidad Olmeca, 2013-2020*. Villahermosa: Universidad Olmeca.

Kotler, Ph. (2012). *Marketing*. México: Pearson Educación.

Ley General de Educación. Nueva ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de julio de 1993. Última reforma publicada DOF, 18-01-2018 [en línea], https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://legalzone.com.mx/wp-content/uploads/2018/02/PDF-Ley-General-de-Educaci%C3%B3n-legalzone.com_.mx_.pdf&hl=es

Morris Mano, M. (2003). *Diseño digital*. México: Prentice Hall.

Munari, B. (2002). *Diseño y comunicación visual: contribución a una metodología didáctica*. Barcelona: Gustavo Gili.

O'Guinn, T. C. (2006). *Publicidad y comunicación integral de marca*. México: Thomson.

Secretaría de Educación del estado de Tabasco. Resumen del Sistema Educativo en el estado de Tabasco. Inicio de cursos 2016-2017 [en línea], http://www.setab.gob.mx/php/ser_edu/estad/estatal/doctos/resestedo_alumgpodocesc.pdf

Universidad Olmeca. Historia: nuestra universidad a través del tiempo [en línea], <http://www.olmeca.edu.mx/quienes-somos/historia>

Velásquez Rivera, M., Cornejo Valderrama, C. y Roco Videla, Á. (2008). Evaluación de la competencia lectora en estudiantes de primer año de carreras del Área Humanista y carreras del Área de la Salud en tres universidades del Consejo de Rectores. *Estudios Pedagógicos*, XXXIV(1), 123-138 [en línea], <http://www.redalyc.org/pdf/1735/173514135007.pdf>