

CARAC TERES

Estudios culturales y críticos de la esfera digital

En este número participan ■ Elena Alcalde Peñalver, Leyre Alejaldre Biel, Consuelo Allué, Carmen Álvarez García, Eva Álvarez Ramos, Alessandra Anichini, Daniel Cassany, Viola Davin, Araceli García Rodríguez, Alicia Gil Torres, Raquel Gómez Díaz, Ricardo González-García Hugo Heredia Ponce, Antonia Olivia Jarvio Fernández, Ilaria Marchionne, Javier Merchán Sánchez-Jara, M^a Isabel Morales Sánchez, Javier Puche Gil, Elsa Margarita Ramírez Leyva, Laro del Río Castañeda, Sonia Ríos Moyano, Manuel Fco. Romero Oilva, Marta Sampérez Hernández, Cristina San José de la Rosa, María Sanz Ferrer, Luca Toschi, Ignacio Vidal Franco

Dossier: Medios digitales y educación

Dossier: La lectura en y por la Educación Superior

Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital

Caracteres es una revista académica interdisciplinar y plurilingüe orientada al análisis crítico de la cultura, el pensamiento y la sociedad de la esfera digital. Esta publicación prestará especial atención a las colaboraciones que aporten nuevas perspectivas sobre los ámbitos de estudio que cubre, dentro del espacio de las Humanidades Digitales. Puede consultar las normas de publicación en la web (<http://revistacaracteres.net/normativa/>).

Dirección

Daniel Escandell Montiel

Editores

David Andrés Castillo | Juan Carlos Cruz Suárez | Daniel Escandell Montiel

Consejo editorial

Robert Blake, University of California - Davis (EE. UU.) | Maria Manuel de Borges, Universidade da Coimbra (Portugal) | Fernando Broncano Rodríguez, Universidad Carlos III (España) | José Antonio Cordón García, Universidad de Salamanca (España) | José María Izquierdo, Universitetet i Oslo (Noruega) | Hans Lauge Hansen, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Mónica Kirchheimer, Universidad Nacional de las Artes (Argentina) | José Manuel Lucía Megías, Universidad Complutense de Madrid (España) | Enric Mallorquí Ruscalleda, Indiana University - Purdue University Indianapolis (EE. UU.) | Francisca Noguero Jiménez, Universidad de Salamanca (España) | Elide Pittarello, Università Ca' Foscari Venezia (Italia) | Fernando Rodríguez de la Flor Adánez, Universidad de Salamanca (España) | Pedro G. Serra, Universidade da Coimbra (Portugal) | Paul Spence, King's College London (Reino Unido) | Rui Torres, Universidade Fernando Pessoa (Portugal) | Susana Tosca, IT-Universitetet København (Dinamarca) | Adriaan van der Weel, Universiteit Leiden (Países Bajos) | Remedios Zafra, Universidad de Sevilla (España)

Consejo asesor

Miriam Borham Puyal, Universidad de Salamanca (España) | Jiří Chalupa, Univerzita Palackého v Olomouc (Rep. Checa) | Wladimir Alfredo Chávez, Høgskolen i Østfold (Noruega) | Sebastián Doubinsky, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Daniel Esparza Ruiz, Univerzita Palackého v Olomouc (Rep. Checa) | Charles Ess, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Fabio de la Flor, Editorial Delirio (España) | Katja Gorbahn, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Pablo Grandío Portabales, Vandal.net (España) | Claudia Jünke, Universität Bonn (Alemania) | Malgorzata Kolankowska, Uniwersytet Wrocławski (Polonia) | Beatriz Leal Riesco, Investigadora independiente (EE. UU.) | Juri Meda, Università degli Studi di Macerata (Italia) | Macarena Mey Rodríguez, ESNE/Universidad Camilo José Cela (España) | Pepa Novell, Queen's University (Canadá) | Sae Oshima, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Gema Pérez-Sánchez, University of Miami (EE. UU.) | Olivia Petrescu, Universitatea Babeş-Bolyai (Rumanía) | Pau Damián Riera Muñoz, Músico independiente (España) | Jesús Rodríguez Velasco, Columbia University (EE. UU.) | Esperanza Román Mendoza, George Mason University (EE. UU.) | José Manuel Ruiz Martínez, Universidad de Granada (España) | Fredrik Sörstad, Universidad de Medellín (Colombia) | Bohdan Ulašin, Univerzita Komenského v Bratislave (Eslovaquia)

ISSN: 2254-4496



Editorial Delirio (www.delirio.es)

Los contenidos se publican bajo licencia Creative Commons Reconocimiento-No Comercial 3.0 Unported.

Diseño del logo: Ramón Varela, Ilustración de portada: Mike Photos (CC0)

Las opiniones expresadas en cada artículo son responsabilidad exclusiva de sus autores. La revista no comparte necesariamente las afirmaciones incluidas en los trabajos. La revista es una publicación académica abierta, gratuita y sin ánimo de lucro y recurre, bajo responsabilidad de los autores, a la cita (textual o multimedia) con fines docentes o de investigación con el objetivo de realizar un análisis, comentario o juicio crítico.

Editorial, PÁG. 6

Dossier: Medios digitales y educación

- Recursos digitales para la enseñanza de la Física: dispositivos móviles, redes sociales y cuadernos de Jupyter. DE IGNACIO VIDAL FRANCO, PÁG. 18
- Cine para aprender: de los cuentos de Vladimir Propp a las películas españolas con periodistas. DE CRISTINA SAN JOSÉ DE LA ROSA Y ALICIA GIL TORRES, PÁG. 42
- Práctica de posesión en formación en traducción especializada. DE CARMEN ÁLVAREZ GARCÍA, PÁG. 67
- El *book-trailer* como herramienta digital en la formación lectora de los futuros docentes. Un estudio de caso. DE MANUEL FCO. ROMERO OLIVA, HUGO HEREDIA PONCE Y MARTA SAMPÉRIZ HERNÁNDEZ, PÁG. 92
- Herramientas digitales para potenciar el proceso de enseñanza-aprendizaje de las humanidades: el caso de la Historia Económica. DE JAVIER PUCHE GIL, PÁG. 128
- La ortografía en redes sociales: ¿una nueva carta de presentación? DE ELENA ALCALDE PEÑALVER, PÁG. 156
- Diseño, redes digitales e historia del arte. DE SONIA RÍOS MOYANO, PÁG. 178
- La competencia digital docente del profesor universitario 3.0. DE LEYRE ALEJALDRE BIEL Y EVA ÁLVAREZ RAMOS, PÁG. 205

Dossier: La lectura en y por la Educación Superior

- Who is afraid of robots? Who is afraid of professors? DE LUCA TOSCHI, PÁG. 238
- The importance of the voice: the role of orality in training courses in the digital age. DE ALESSANDRA ANICHINI, ILARIA MARCHIONNE Y VIOLA DAVIN, PÁG. 250
- La formación de mediadores en lectura digital en el contexto universitario: el caso de la Universidad de Salamanca. DE RAQUEL GÓMEZ DÍAZ Y ARACELI GARCÍA RODRÍGUEZ, PÁG. 275
- WhatsApp alrededor de aula. DE DANIEL CASSANY, CONSUELO ALLUÉ Y MARIA SANZ FERRER, PÁG. 302

- La formación de lectores: iniciativas de las universidades mexicanas y lo que les falta por hacer. DE ELSA MARGARITA RAMÍREZ LEYVA, PÁG. 329
- Prácticas y representaciones sociales de la lectura digital en la Universidad Veracruzana. DE ANTONIA OLIVIA JARVIO FERNÁNDEZ, PÁG. 355

Artículos de investigación

- Escritura y lectura en la web social. Interacciones, nuevos roles y construcción identitaria. DE JAVIER MERCHÁN SÁNCHEZ-JARA Y RAQUEL GÓMEZ DÍAZ, PÁG. 378
- La grieta en la pantalla. Definición y análisis de la ruptura de la cuarta pared en el medio audiovisual. DE LARO DEL RÍO CASTAÑEDA PÁG. 400
- La poética físico-digital en el arte contemporáneo: Divergencias tecnológicas y especulación de creativos futuros alternativos. DE RICARDO GÓNZÁLEZ GARCÍA, PÁG. 432

Petición de contribuciones, PÁG. 460



ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN

Dossier: La lectura en y por la Educación Superior
Coords. M^a Isabel Morales Sánchez

**LA FORMACIÓN DE MEDIADORES EN LECTURA DIGITAL
EN EL CONTEXTO UNIVERSITARIO: EL CASO DE LA
UNIVERSIDAD DE SALAMANCA**

TRAINING MEDIATORS IN DIGITAL READING IN THE
UNIVERSITY CONTEXT: THE CASE OF THE UNIVERSITY OF
SALAMANCA

RAQUEL GÓMEZ DÍAZ
UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

ARACELI GARCÍA RODRÍGUEZ
UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

ARTÍCULO RECIBIDO: 06-05-2019 | ARTÍCULO ACEPTADO: 30-09-2019

RESUMEN:

El contexto en el que desarrolla hoy en día la lectura muestra cómo los contenidos digitales cada vez están presentes y, por tanto, cómo la mediación en lectura tiene que tener en cuenta las herramientas y contenidos digitales. Para poder hacer en las mejores condiciones la mediación en lectura digital es necesario tener un conjunto de competencias específicas, que en el caso de los bibliotecarios pueden adquirir en la universidad. En artículo recoge cómo se lleva a cabo la adquisición de dichas competencias en la Universidad de Salamanca a través de la docencia impartida y las actividades organizadas por el Departamento de Biblioteconomía y documentación de dicha universidad.

ABSTRACT:

The context in which today's reading develops shows how digital content is increasingly present and, therefore, how mediation in reading has to take

digital tools and content into account. To be able to do mediation in digital reading in the best conditions it is necessary to have a set of specific competences, which in the case of librarians can acquire in the university. The article shows how the acquisition of these competences is carried out at the University of Salamanca through the teaching provided and the activities organized by the Library Science Department of said university

PALABRAS CLAVE:

Lectura digital, mediación en lectura digital, competencias en lectura digital, Universidad de Salamanca

KEYWORDS:

Digital reading, mediation in digital reading, digital reading competences, University of Salamanca

Raquel Gómez Díaz. Profesora titular del Departamento de Biblioteconomía y Documentación en la Facultad de Traducción y Documentación de la Universidad de Salamanca. Imparte clase en el Grado en Información y Documentación, Máster en Sistemas de Información Digital y el Máster en Patrimonio Textual y Humanidades Digitales de dicha universidad. Miembro del grupo de investigación reconocido E-Lectra (Lectura, edición digital, transferencia y evaluación de la información científica) y del Instituto de Estudios Medievales, Renacentistas y de Humanidades Digitales (IEMyRHD).

Araceli García Rodríguez. Profesora titular del Departamento de Biblioteconomía y Documentación en la Facultad de Traducción y Documentación de la Universidad de Salamanca. Imparte clase en el Grado en Información y Documentación, Máster en Sistemas de Información Digital y el Máster en Patrimonio Textual y Humanidades Digitales de dicha universidad. Miembro del grupo de investigación reconocido E-Lectra (Lectura, edición digital, transferencia y evaluación de la información científica) y del Instituto de Estudios Medievales, Renacentistas y de Humanidades Digitales (IEMyRHD).

1. Introducción

El objetivo fundamental de la mediación no es otro que colaborar a la formación de un lector dotado de elevadas competencias, armado con un suficiente espíritu crítico y criterios personales para la construcción de su propia biografía lectora (Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2017)

Una de las características del mundo digital es que está hiperconectado e hiperinformado y que la lectura compite cada vez con más ofertas de ocio. Además, los mecanismos para estar informado se diversifican por lo que parece que también en el plano informativo, en muchos casos, la lectura pasa a un segundo plano.

Se lee, sí, pero la forma de acceder a la lectura y la relación entre las mediaciones tradicionales con los lectores y los contenidos cambia como consecuencia del proceso de digitalización que afecta a prácticamente a todos los sectores. Ante esta realidad surge la pregunta lógica en torno a las competencias que tienen que tener los profesionales para asumir el nuevo papel que les toca jugar y obliga a pensar en las nuevas destrezas para asumir la mediación de la lectura en el ámbito digital. La universidad no puede vivir ajena a estos procesos de transformación y por eso es importante analizar qué es lo que deben conocer los mediadores para ofrecer la mejor formación a los futuros profesionales.

El objetivo de este artículo es mostrar qué competencias debe tener un mediador en lectura en el contexto actual y dar a conocer cómo puede abordarse esta formación. Para ello se presentará el estudio de caso de la Universidad de Salamanca a través de la

docencia y actividades que se realiza en el Departamento de Biblioteconomía y Documentación.

1.1. ¿De dónde partimos?

En el contexto español, según el informe de *Hábitos de Lectura y compra de libros en España 2018* (Observatorio de la Lectura y el Libro, 2019) el 78,4% de la población que lee lo hace en digital, cifras que han ido creciendo paulatinamente, pero que es necesario poner en relación con los diferentes tipos de contenidos.

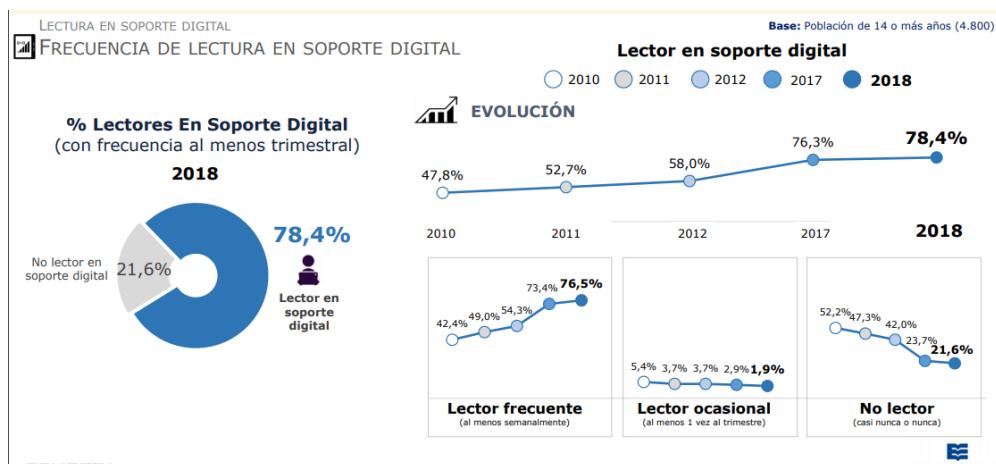


Fig. 1. Lectores en soporte digital (Observatorio de la Lectura y el Libro, 2019)

En el entorno digital lo que hacemos y cómo lo hacemos varía respecto al mundo del papel y en el caso de la lectura estos cambios afectan a los soportes, a los contenidos y también a las prácticas lectoras (Gómez-Díaz, et. al, 2016).

En digital se lee todo tipo de contenidos, unos son comunes a la lectura analógica y otros específicos del ámbito digital, como es el caso de la información web o la de las redes sociales. Si tomamos las cifras globales de lectura se observa un incremento de la lectura

digital y, en el caso de los libros, aunque la cifra sea solo de un 28,7% se muestra un evidente aumento en el porcentaje en los cinco años que recoge la serie histórica tal y como se refleja en la figura siguiente.

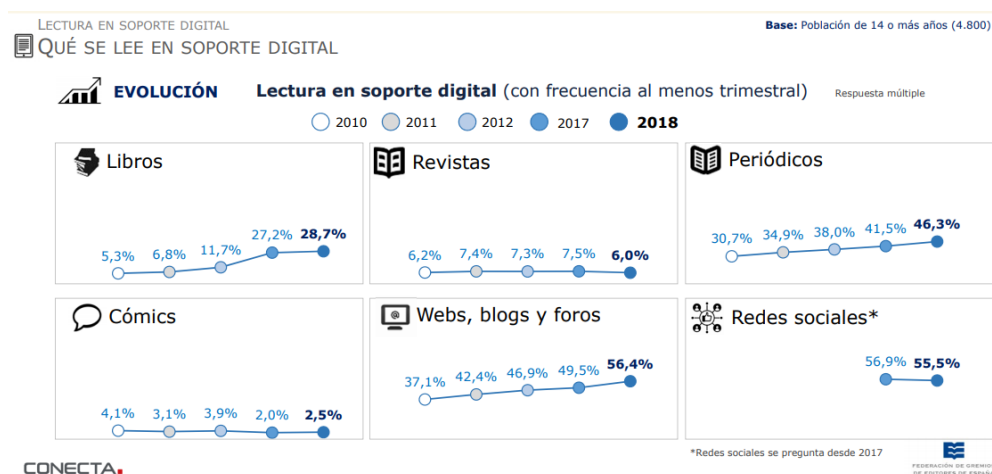


Fig. 2. Tipos de contenidos que se leen en digital (Observatorio de la Lectura y el Libro, 2019)

Normalmente los lectores digitales son más intensivos, de modo que, frente a los 11,2 libros impresos, los lectores en digital leen una media de 13,2 (Observatorio de la Lectura y el Libro, 2019). En lo que a los datos editoriales se refiere, según la *Panorámica de la edición*, (2018) cada vez se dispone de más contenidos en digital, aunque con un incremento desigual según los sectores. Los que más han crecido en los últimos años son los destinados a las obras recreativas, como es el caso de la literatura infantil y juvenil, con un incremento del 217,4% respecto al año anterior como las obras de creación literaria.

El libro digital por subsectores de edición							
	2015	%	2016	%	2017	%	% 17/16
Infantiles y juveniles	739	3,5	936	4,0	2971	10,8	+217,4
Libros de texto	3789	18,2	4718	19,9	3117	11,3	-33,9
Creación literaria	4768	22,9	4623	19,5	6825	24,8	+47,6
Ciencias sociales y humanidades	6635	31,8	7455	31,5	8471	30,8	+13,6
Científicos y técnicos	3340	16,0	4624	19,5	4302	15,6	-7,0
Tiempo libre	1069	5,1	881	3,7	1246	4,5	+41,4
Otros	508	2,4	419	1,8	614	2,2	+46,5
Total	20 848	100,0	23 656	100,0	27 546	100,0	+16,4

Fig. 3. Producción del libro digital por sectores. (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2018)

Entre los más jóvenes, la tendencia de la lectura digital también está en progresión. En una etapa en la que se forjan lectores y en la que por lo tanto labor de mediación lectora es si cabe más importante es necesario preguntarse ¿Quién acompaña la lectura de los niños y jóvenes en digital?

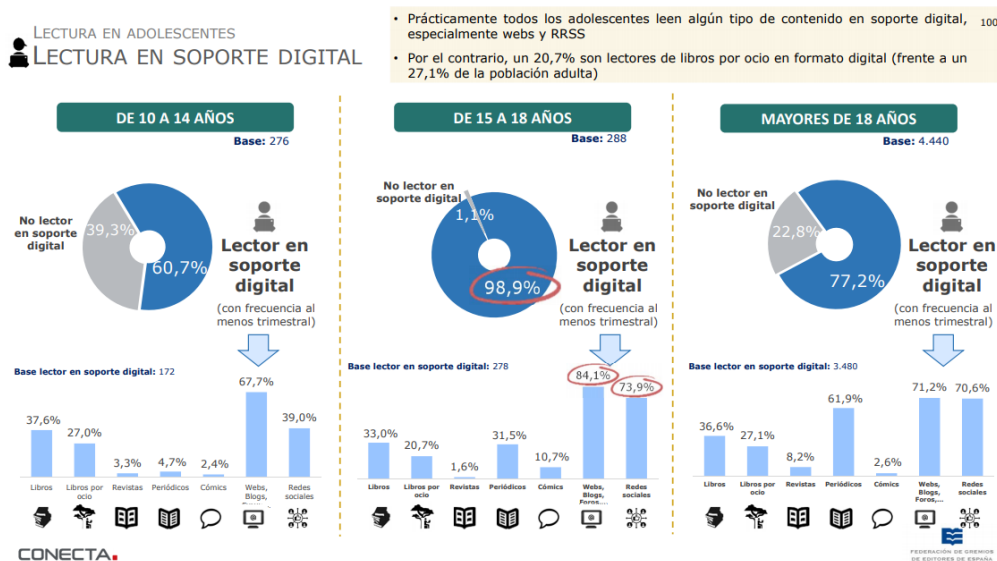


Fig. 4. Producción del libro digital por sectores. (Observatorio de la Lectura y el Libro, 2019)

Hoy en día no tiene sentido hacerse la pregunta de si es adecuado que los niños lean o no en digital, lectura digital y en papel son complementarias, pero no podemos olvidar que el contexto actual

es digital y que debemos trabajar también la mediación lectora con este tipo de contenidos.

La tecnología puede ser una aliada para atraer lectores por la fascinación que sienten por ella los más pequeños (García-Rodríguez & Gómez-Díaz, 2017), una oportunidad para atraerlos al terreno de la lectura. Los niños y jóvenes leerán en digital si les ofrecemos buenos productos, si no, utilizarán dispositivos simplemente para jugar o ver vídeos, pero también si les ofrecemos una formación específica, como lo han demostrado estudios como el que se desarrolló en *Nube de lágrimas* (Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2014), la formación, así como otras labores de promoción, dinamización, animación y difusión, son un factor clave para conseguir la necesaria apropiación de dispositivos y contenidos.

2. La mediación y el mediador en lectura

La mediación en lectura se define como el “conjunto de actuaciones que tratan de poner en contacto a las personas con la práctica de la lectura en las mejores condiciones posibles.” (Pernas Lázaro, 2009). Mediar implica facilitar el acceso (conectar a personas con textos) y por ello es necesario tener en cuenta la diversidad de los contextos y las realidades socioeconómicas. En algunos casos, la mediación debe centrarse en lograr el acceso de los ciudadanos a la lectura y en otros, el desafío residirá más en el tipo de relación que la ciudadanía entabla con esas posibilidades de lectura, que en el propio acceso a los contenidos. Un mediador es un puente, un enlace entre libros y lectores que propicia y facilita el diálogo entre ambos, una labor que tiene que estar orientada hacia un objetivo vinculado con la lectura en un sentido global, y que implica

la búsqueda de un impacto positivo en cuanto a la motivación. Pero la motivación por sí sola no es suficiente, además también hay que facilitar herramientas para afrontar la exigencia y la dificultad de la lectura (Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2017). En el contexto digital esto implica la formación de los lectores en el uso de las herramientas y en las habilidades propias de este entorno.

Ser mediador es formar parte de un proceso de aprendizaje, en este caso, el de la lectura. Lo que significa no permanecer fuera, sino involucrarse en lo que la persona lee, y cómo lo lee, en sus habilidades lectoras, en qué necesita conocer, qué le atrae... Conociendo los gustos, aficiones, necesidades y preferencias de cada lector se podrá hacer una mejor recomendación.

Pero un mediador en lectura no es solo el que enseña a leer o el que promociona la lectura en el ámbito educativo o doméstico, lo son también los profesionales que se implican en hacer llegar la lectura a otros como por ejemplo los editores y los libreros y por supuesto los bibliotecarios. En este último caso la mediación se realiza no solo con actividades de promoción y animación a la lectura, sino también cuando realizan cualquier tarea de gestión de la colección (selección, catalogación, elaboración de guías de lectura, ...) Es decir, todas las tareas que se realizan en la biblioteca y que están enfocadas a la favorecer la lectura son mediación.

La mediación no consiste simplemente en “dar lecturas” y hacer que “otros lean”, sino que se trata de ayudar a que el lector adquiera una dieta equilibrada en sus lecturas, acercarle aquello a lo que quizá solos no llegarían (géneros distintos de los que lee habitualmente, lectura en nuevos soportes, obras más complejas...) y ayudarle a profundizar en la lectura para conseguir, dependiendo de los objetivos de la mediación, un mayor conocimiento, o un mayor disfrute con la lectura.

No hay que olvidar que la lectura puede tener muchos objetivos, y dependiendo del contexto en el que se trabaje se potenciarán unos u otros. Evidentemente los intereses de los padres y docentes son diferentes de los bibliotecarios, pero cualquiera de ellos, como indica Graciela Bialnet (2004), debe “estar atento a la percepción del otro; ser creativo a la hora de interpretar momentos oportunos; generar situaciones significativas y relevantes; estar dispuesto generosamente a preparar instancias de encuentro” y para ello, es necesaria la formación.

Partimos de que la biblioteca cada vez es más digital, bien porque cada vez hay un mayor número de contenidos que lo son, porque la dinamización y difusión de los contenidos lo es y también porque la manera de relacionarse con los usuarios cada vez utiliza más medios digitales.

Los nuevos entornos de lectura desafían a bibliotecarios y mediadores culturales obligándolos a revisar los antiguos modos de mediación y los comprometen a pensar nuevas estrategias y proyectos para la formación de lectores.

Aunque el concepto de mediación se ha venido aplicando tradicionalmente en el caso de los bibliotecarios a la tarea de recomendación, el término es más amplio y dentro de él tienen cabida, desde la gestión de la colección, (una buena gestión puede convertirse en una buena fórmula para acercar la colección al usuario), a la selección y prescripción, pasando por la promoción de los contenidos y la formación. Los futuros profesionales deben formarse para ello y adquirir determinadas competencias. Algunas de ellas serán adaptaciones de las tradicionales, mientras que otras serán totalmente nuevas y estarán relacionadas con la revolución digital, la industria de contenidos, la aparición de nuevos modelos

de negocio o la posibilidad de los lectores de acceder de modo directo –desintermediado- a los textos.

3. Competencias necesarias para la mediación de lectura en el contexto digital

Una vez definido el contexto en el que se desarrolla la lectura en el momento actual, y sabiendo que la función de un mediador es la de ser un puente, es necesario identificar las competencias para ejercer esta función.

En el ámbito educativo una competencia se define como “una combinación de habilidades prácticas, conocimientos, motivación, valores éticos, actitudes, emociones, y otros componentes sociales y de comportamiento que se movilizan conjuntamente para lograr una acción eficaz». (Ley Orgánica 8/2013), por tanto el primer paso es identificar el conjunto de conocimientos vinculados a las destrezas o habilidades encaminados a la realización de una tarea determinada.

En el caso concreto de la biblioteca las competencias esenciales para hacer la mediación son:

1. Conocimiento digital
2. Gestión de la información digital
3. Selección de contenidos
4. Comunicación
5. Promoción digital
6. Formación digital a usuarios

3.1. Conocimiento digital

El conocimiento digital es la base de todas las demás competencias, algo intangible pero fundamental. Sin un conocimiento exhaustivo de los productos digitales que se relacionan con la lectura (libros, audiolibros, libros app, aplicaciones de lectura...), los dispositivos, así como de las características del entorno en el que se desarrolla la lectura digital, es imposible acercarse a otros esa lectura.

Además el entorno digital tiene unas características propias que han hecho variar el esquema tradicional del mundo de la edición, tal y como muestran los diferentes informes elaborados por el Ministerio de Educación y Cultura así como multitud de artículos que reflejan que el ecosistema de la lectura está cambiando (Cordón-García & Gómez-Díaz, 2019) y se están dando nuevas tendencias también en el comercio del libro y donde fenómenos como la autopublicación (con todos sus detractores y defensores) van entrando en un escenario que hasta hace pocos años era estático.

Sin un conocimiento exhaustivo y profundo del mundo digital será difícil gestionar las colecciones (toda la variedad de contenidos la multitud de modelos – compras de licencias por tiempo, pagos por uso, compras a perpetuidad, usuarios concurrentes, DRM, compras integradas, bundels, licencias VPA) seleccionar y recomendar.

Además, los mediadores han de convertirse en expertos en este mundo donde la promoción de la lectura competirá con una multitud de productos multimedia.

Aunque tal vez se puedan adquirir ciertas habilidades digitales casi de forma intuitiva, básicamente los que se refieren al manejo de dispositivos, la complejidad de algunos productos requerirá de un conocimiento sistemático y pautado. La biblioteca puede ser un lugar donde los usuarios adquieran la deseada apropiación de los dispositivos y contenidos.

3.2. Gestión de la información digital

La biblioteca juega un papel esencial en la gestión de la información digital. Son los bibliotecarios los encargados de preparar ese contexto donde los usuarios buscan la información y pueden hacer una selección (sobre la hecha por los bibliotecarios) y poner la colección digital al alcance de los lectores, facilitándole la llegada a los recursos a través de los catálogos, bases de datos o guías de recursos. Y es que la mediación que están haciendo estas personas favorecerá también la labor de otros tipos de mediadores (padres, docentes) para hacer llegar a otros los materiales más adecuados.

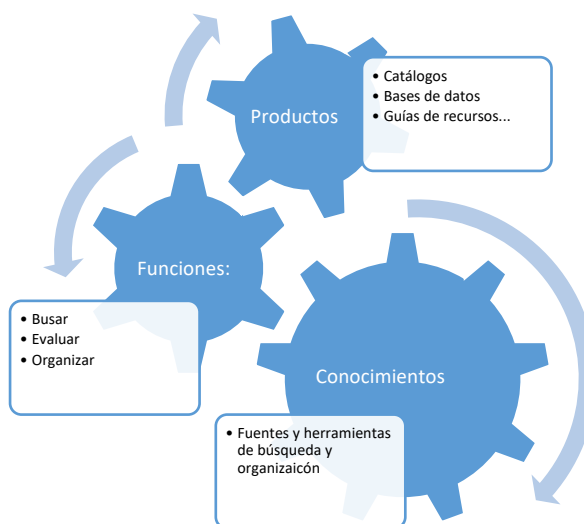


Fig. 1 Elementos que integran la gestión de la información digital

3.3. Selección de contenidos

Según se indica en la *Prospectiva 2020. Las diez áreas que más van a cambiar en nuestras bibliotecas en los próximos años* (Gallo León, 2013) la biblioteca es el lugar donde se busca, evalúa, selecciona lecturas en contextos digitales.

Entre la oferta editorial, es necesario saber elegir (lo tenga o no la biblioteca) aquellos contenidos más adecuados en función de los tipos de lectores. Por lo tanto, los bibliotecarios deben adquirir competencias en todo lo relativo a principios y criterios de selección, así como parámetros e indicadores de calidad de los contenidos digitales, al igual que lo vienen haciendo tradicionalmente con el formato impreso.

Las bibliotecas tendrán la responsabilidad seleccionar contenidos digitales en función de su calidad (rigor, veracidad, riqueza, accesibilidad...), de su actualidad, variedad, diversidad, pluralidad y pertinencia, pero también en función de los parámetros de calidad propios de las pantallas como el sonido, la interactividad o la diagramación y diseño de la pantalla (Gómez-Díaz & García-Rodríguez, 2018) y todo ello sin olvidar aquellos aspectos propios de las obras en papel como la autoría, la calidad de la historia o las ilustraciones en el caso de los libros para niños.

Para llevar a cabo esta labor de selección lógicamente necesitamos partir del conocimiento de contenidos, pero también conocer y saber manejar las fuentes y herramientas de selección: bibliotecas digitales, plataformas de préstamo, de venta y distribución, tiendas de apps, buscadores y recomendadores de apps, etc., conocer que nos ofrecen, sus limitaciones y fiabilidad, entre otras muchas cosas.

Es evidente que la biblioteca no puede competir en términos de cantidad con los buscadores y la infinidad de recursos que ofrece Internet, pero sí tienen mucho que ofrecer en términos de selección, de personalización y de buen hacer. La biblioteca, frente al gran cajón de información que es Internet tiene la capacidad de analizar, valorar y escoger. Por eso esta competencia, asentada sobre la competencia anterior (conocimiento digital) es la gran baza, aportar valor añadido a la gran cantidad de materiales de lectura de los que disponemos hoy, de cara a ejercer cabalmente esta labor de selección.

En un contexto de amplio crecimiento de la oferta, como mediadores, podemos aportar valor añadido a nuestra tarea asignando a cada obra la importancia que le corresponda. Por tanto, podemos decir que para favorecer la lectura la labor de la biblioteca es esencial y por tanto todo el trabajo que hagamos en formar a los bibliotecarios redundará en la mediación lectora.

3.4. Comunicación

La tarea de recomendación siempre ha estado implícita en las funciones del bibliotecario, ahora se trata de recomendar no solo contenidos digitales sino de recomendar también cualquier otro contenido de la biblioteca con herramientas y medios digitales.

Para la comunicación se pueden utilizar medios unidireccionales como son la web o el correo electrónico, pero no hay que obviar las redes sociales que permiten una mayor interacción y feedback con los usuarios que ahora adoptan un papel más proactivo. De esta manera los usuarios no solo pueden ayudar a difundir los productos que se elaboran desde la biblioteca (guías de lectura, selecciones...) sino que también realizar sus propias recomendaciones. Está claro que esta recomendación no puede hacerse de cualquier manera y desde la biblioteca habrá que

proporcionar materiales al tiempo que se forma a los lectores para que hagan estas recomendaciones de la mejor manera posible.

Teniendo en cuenta que el 56,9% de los lectores utiliza las redes sociales y de estos, el 52,6% son lectores frecuentes, utilizar estas herramientas para la recomendación de lecturas es, podríamos decir, obligatorio para la biblioteca. Por ello, es necesario que los bibliotecarios adquieran nociones de marketing digital para saber aprovechar al máximo las redes para mediar entre el libro y el lector.

De esta forma se podría invertir la tendencia reflejada en el último Informe de Hábitos de Lectura y Compra de Libros (2019) según la cual el 52,7% de la población busca información y recomendaciones de libros en las redes sociales y solo un 3,1% lo hace en la biblioteca. Se trata de algo tan básico como “si no puedes con tu enemigo, únete a él”, crea perfiles de la biblioteca en las redes sociales para que los posibles lectores las utilicen como fuente de referencia a la hora de buscar un consejo de lectura.

Hay que tener muy claro con todo esto que no se trata de una simple transposición de medios, sino que cuando comunicamos a través de redes sociales es necesario dominar ambos mundos, porque, aunque la finalidad de la mediación sea la misma, como afirma McLuhan (1987) el medio condiciona el mensaje.

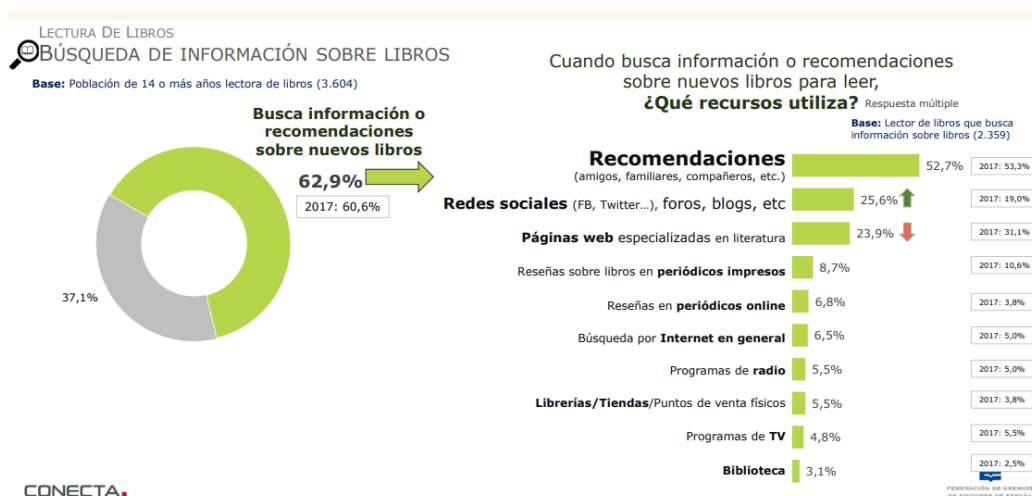


Fig. 6 Recursos utilizados por los lectores para la recomendación (Observatorio de la Lectura y el Libro, 2019)

Hay que intentar que la biblioteca esté presente igual que está el “consejo de otras personas” y que las recomendaciones vayan más allá de los títulos que “se venden” por sí mismos como puede ser un premio Planeta o Andersen en el caso de la literatura para niños.

Especial atención merecen en este sentido los menores de 6 años entre los que la biblioteca ocupa uno de los últimos lugares en la búsqueda de recomendaciones y entre los niños de 6 a 9 años entre los cuales, la biblioteca ni siquiera aparece como referente en la recomendación (fig 7), por lo que los profesionales deben utilizar medios y canales que les atraigan, teniendo siempre en cuenta que muchas de estas recomendaciones deben dirigirse no solo a los propios niños, sino también a los adultos que son los que seleccionan y compran. En este sentido, ¿debe plantearse el bibliotecario mediador crear una web especializada en los diferentes géneros desde la propia biblioteca? Para esta opción también debe formarse en saber cómo hacerla.

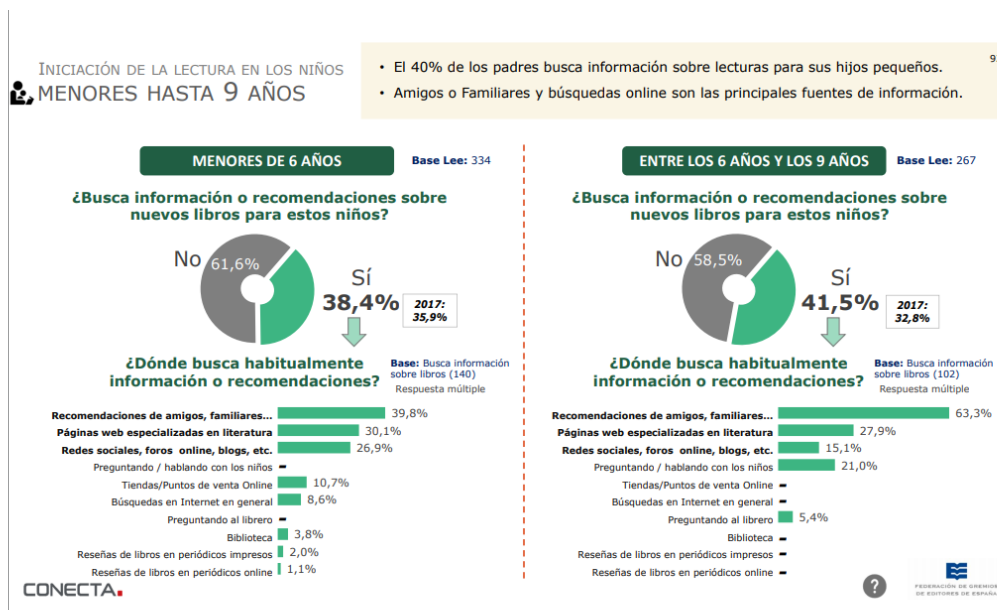


Fig. 7 Recursos utilizados por los menores para la recomendación (Observatorio de la Lectura y el Libro, 2019)

Para la recomendación se pueden crear herramientas específicas como por ejemplo los recomendadores tipo Apptk (<http://www.apptk-.es/>) aunque también se pueden crear apps que favorezcan la difusión de la colección como el caso de las aplicaciones creadas por la Biblioteca Nacional de España o la de Francia.

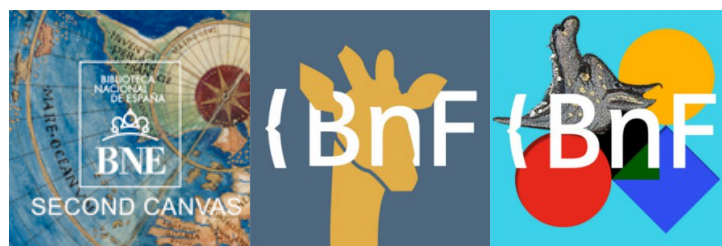


Fig. 2 Iconos de las apps de las Bibliotecas Nacional de España y Francia

Sin duda estas iniciativas también pueden contribuir a que nuestros Programas de Fomento de la Lectura, cumplan con su

cometido, acercar a nuestros usuarios a los libros y la lectura, promoviendo con ello la circulación de los materiales de las distintas colecciones que tengamos en la biblioteca

Como ya se ha mencionado, la tarea de recomendación siempre ha estado implícita en las funciones del bibliotecario, ahora se trata de recomendar contenidos digitales, pero también hacer recomendación a través de herramientas y medios digitales, redes sociales, catálogos táctiles con carruseles, booktrailers, booktubers, bookstagramers, apptrailer, clubs de lectura virtuales e incluso desarrollar y diseñar otros nuevos.



Fig. 3 Nuevas herramientas de difusión de la selección

La biblioteca debe integrar la tecnología de manera que los usuarios encuentren tanto contenidos en papel como digitales, así como dispositivos que permitan el acceso a los libros de realidad aumentada, audiolibros, libros digitales.... Un ejemplo es el rincón “lecturas APPasionantes” de la Biblioteca Pública de Zamora (Domínguez Iglesias, 2019)

3.5. Promoción digital

En cuanto a la promoción digital son muchas las estrategias que se pueden utilizar como por ejemplo utilizar la tecnología para *la hora del cuento* jugando con las distintas posibilidades que ofrecen los libros-app y aplicaciones de lectura (activar, desactivar sonido, cambiar los idiomas. También se pueden hacer talleres creación bien de historias o de audiolibros, por poner distintos ejemplos, hacer carteles con recomendaciones... (Gómez-Díaz & García-Rodríguez, 2018b) e incluso, dependiendo de los recursos, proponer la creación de apps para la dinamización de los contenidos que tenemos en la biblioteca, como hace la Biblioteca Nacional de Francia.

3.6. Formación digital a usuarios

La biblioteca juega un papel clave en la alfabetización digital y puede ser el órgano articulador de programas formativos en la Competencia Informacional (entre las que está la digital). En este sentido, la biblioteca tendrá que enseñar a los usuarios todo lo que tiene que ver con los soportes de la lectura y el acceso a los contenidos.

Teniendo en cuenta que muchos usuarios rechazan lo digital simplemente por desconocimiento o porque no saben cómo acceder a las colecciones que le ofrece la biblioteca, esta tendrá que enseñar a los usuarios todo lo que tiene que ver con soportes de lectura y acceso a los contenidos, utilizar su papel de mediadora ofreciendo formación a través de tutoriales, talleres, FAQ... Algunos de los elementos que se pueden contemplar son:

- Qué dispositivos son los que puedo utilizar en la biblioteca y cómo
- Cómo es la app de la biblioteca y desde donde la descargo
- Cómo se presta un contenido

- Cuestiones sobre control parental

4. La formación de mediadores en lectura: el caso de la Universidad de Salamanca

Como se ha ido indicando el mediador que vive en el mundo digital tiene que tener un amplio abanico de competencias y ahora toca indicar cómo formamos en la universidad, en este caso la de Salamanca.

Desde el Departamento de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Salamanca, hace más de 30 años que se forma a los bibliotecarios, esta docencia, aunque mayoritariamente se imparte en el grado de Información y Documentación y en el Máster en Sistemas de Información Digital, en los últimos años se ha ampliado a otras titulaciones¹, a un programa de formación especializada y complementaria anual² y a la metodología de aprendizaje por proyectos a través de las convocatorias de Innovación Docente de la Universidad.

¹ Grado en Traducción e Interpretación, Grado en Lenguas, Literaturas y Culturas Románicas, Grado en Ciencia Política y Administración Pública, Grado en Criminología, Grado en Comunicación Audiovisual, Máster en Patrimonio Textual y Humanidades Digitales, Máster en Música Hispana, Máster en Traducción y Mediación Intercultural, Máster en Análisis Avanzado de Datos Multivariantes y Big Data, Máster Universitario en Evaluación y Gestión del Patrimonio Cultural

² Programa de Actualización y Especialización en Documentación (PAyED). <http://diarium.usal.es/dbd/payed1819/>

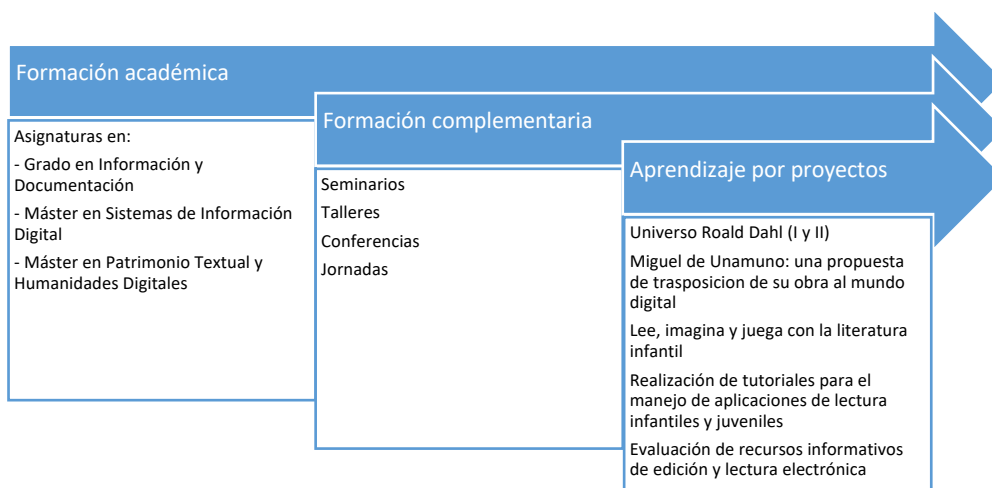


Fig. 4 La formación de mediadores en lectura en el Departamento de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Salamanca.

El Grado en Información y Documentación está orientado a la formación de profesionales entre los que se encuentran los mediadores en lectura. Todas las competencias señaladas anteriormente se cubren con la formación de las diferentes asignaturas que les permitirán conocer los distintos tipos de contenidos, cómo se gestiona la información y a elaborar productos que servirán luego para la promoción....

En cuanto a los másteres en los que está implicado el departamento de Biblioteconomía y Documentación (Máster en Sistemas de Información Digital y Máster en Patrimonio Textual y Humanidades digitales) también hay asignaturas que profundizan en estas materias como es el caso de *Producción y Edición digital* (del Máster en Sistemas de información Digital) que está muy orientada hacia la lectura digital. Así los alumnos no solo tendrán que conocer todo tipo de contenidos sino cómo hacer una edición en formato digital, como seleccionar y evaluar contenidos digitales, etc.

Si la formación reglada es sin duda interesante, desde el Departamento de Biblioteconomía y Documentación y el Máster en Sistemas de Información digital también se ofrece un plan complementario, que varía cada año, y que está compuesto por conferencias, seminarios y talleres que ofrecen los distintos profesionales y especialistas en cada una de las materias.

Finalmente, a lo largo de los distintos cursos también se han llevado a cabo iniciativas englobadas en el aprendizaje por proyectos donde los alumnos de varias asignaturas y que pertenecen incluso a distintas titulaciones, aprenden juntos con la lectura siempre de telón de fondo. Quizá estas iniciativas son las más vistosas y con las que los alumnos pueden poner en práctica lo que van aprendiendo en distintas asignaturas. Así por ejemplo con motivo del centenario del nacimiento de Roald Dahl y para homenajear y difundir su obra se trabajó en diferentes asignaturas del Grado en Información y Documentación, Traducción e Interpretación, Máster en sistemas de Información digital y Máster en Patrimonio Textual y Humanidades Digital. Los alumnos realizaron distintos materiales (guías de lectura, selecciones de recursos, booktubers, traducciones...) que están disponibles a través de la página <http://universoroaldahl.usal.es/>³ (García-Rodríguez, 2016, 2017)

También se trabajó a través de un Proyecto de innovación docente para hacer una trasposición digital de la obra de Miguel de Unamuno al mundo digital (Gómez-Díaz, 2018). En este caso

³ Puede encontrarse más información de este proyecto en <https://universoabierto.org/2016/05/15/el-universo-roald-dahl-o-como-integrar-diferentes-asignaturas-en-un-proyecto-comun/#comments> ; <https://universoabierto.org/2016/05/19/universo-roald-dahl-planeta-biblioteca-20160518/> ; https://www.researchgate.net/publication/315662273_Universo_Roald_Dahl_la_magia_a_golpe_de_click

estuvieron implicados alumnos de los másteres y lo que presentaron fueron propuesta de enriquecimiento de la obra de este autor.

Otro de los proyectos realizados ha sido la puesta en marcha de varios Club de lectura: *Valkiria: Game Over* y *No soy un monstru@*,⁴ en los que además de la experiencia de participación en un tienen por una parte el club en la nube, recibieron formación sobre estrategias y dinamización para la creación de una actividad de estas características.

Este tipo de proyectos son muy valorados por los estudiantes porque ven de manera práctica lo que aprenden en las aulas, además les gusta que otros vean su trabajo.

Asimismo en la Facultad de Traducción y Documentación se desarrolla un programa de lecturas en voz alta *Como lo oyes* (<https://sites.google.com/view/lecturasliterariascomolooyes>) En estas sesiones trimestrales se realizan lecturas en distintos idiomas propuestas a partir de un tema. Son los alumnos quienes seleccionan las temáticas, los textos, se encargan de difundir, decorar, hacer las presentaciones y de un modo lúdico se ofrece esta manera de acercar la literatura a otros.

Finalmente los estudiantes también participan, en colaboración con el servicio de Producción y Edición digital, en un programa de radio universidad. Este programa *Preparadas, listas, ya* (<http://radio.usal.es/programa/preparadas-listas-ya/>), es un magacín quincenal en el que las alumnas seleccionan el tema del programa, preparan una lista documentada de recursos y la presentan en directo, a través de una animada conversación. Se trata

⁴ Los clubs de lectura como herramienta para la promoción lectora en el ámbito académico. Fundación Memoria de D. Samuel Solórzano Barruso.

de una forma práctica de aprender el funcionamiento de una radio, de preparar guiones de un programa para un medio de comunicación y de emplear fuentes de información afines para cada tema seleccionado. Los diez primeros programas han tratado de cine, televisión, libros, música o personalidades destacadas. El contenido es variado, pero siempre está relacionado con aspectos de la actualidad y con recursos culturales e informativos.

5. A modo de conclusión

El papel de la biblioteca como mediador e impulsor de la lectura en la era digital, lejos de perder sentido, resulta clave para informar, orientar y facilitar el acceso a la diversidad de materiales de lectura y desarrollar capacidades de lecto-escritura en relación con el nuevo contexto de alfabetización que se configura en nuestras sociedades. Así pues, las bibliotecas deben insistir en su empeño de crear y consolidar hábitos de lectura, tanto en soportes tradicionales como en los nuevos entornos digitales, si bien el nuevo contexto de conectividad requiere cambios en los planteamientos y estrategias de acción de cara a que la biblioteca mantenga su peso como espacio impulsor, orientador y de refuerzo de los itinerarios de lectura personales y libres de los usuarios (Cencerrado, 2016).

En el contexto digital la mediación en lectura es muy amplia y requiere de un conjunto de competencias y conocimientos que recojan lo específico de la colección digital, así como todo lo relativo a la gestión y difusión de la misma. La universidad, y en concreto el Grado en Información y Documentación está dando respuesta a la demanda de formación en mediación para la lectura digital.

El recorrido de las iniciativas presentadas es aún corto y no es posible poder medir los resultados, pero vemos como resulta imprescindible adaptar los contenidos a las nuevas necesidades que lo digital genera. No basta por tanto con ser capaces de analizar esta nueva realidad sino que debemos dar una formación encaminada a que la mediación en lectura afronte los retos de los nuevos soportes y contenidos. Nuestro mundo es digital y la biblioteca puede liderar el cambio porque sus profesionales están preparados para ello.

6. Bibliografía

- Bialet, G. (2004). El berretin de la lectura. En *El fomento del libro y la lectura* (Vol. 6). Fundación Mempo Giardinelli.
- Cencerado, L. M. (2016). Promover la lectura en la biblioteca: 4 ingredientes básicos. *Biblogtecarios*. [25 de mayo de 2016] <<https://www.biblogtecarios.es/lmcencerrado/promover-la-lectura-la-biblioteca-4-ingredientes-basicos/>> (18-2-18)
- Cordón-García, J. A., & Gómez-Díaz, R. (coords). (2019). *Lectura, sociedad y redes: colaboración, visibilidad y recomendación en el ecosistema del libro*. Madrid: Marcial Pons.
- Domínguez Iglesias, L. (2019). Lecturas app ASIONANTES : rincón de lectura digital en la Biblioteca Pública de Zamora. *Mi Biblioteca: La Revista del Mundo Bibliotecario*, XV (56), 48–51.
- España. *Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa*. BOE» núm. 295, de 10 de diciembre de 2013, páginas 97858 a 97921 <https://www.boe.es/eli/es/lo/2013/12/09/8/dof/spa/pdf> (18-2-18)

- Fundación Germán Sánchez Ruipérez. (2014). *Nube de Lágrimas. Club de lectura en la nube. Lectores digitales y lectura social. La voz de los e-lectores No 5.* <<https://es.calameo.com/read/00050956329f4617050ec?authid=7mMuUYAi5r1I>> (18-2-18)
- Fundación Germán Sánchez Ruipérez. (2017). *Nuevas destrezas para los mediadores de la lectura.* <<http://fundaciongsr.org/wp-content/uploads/2018/03/Nuevas-destrezas-para-mediadores.pdf>> (18-2-18)
- Gallo León, J. P. (coord.) (2013). *Prospectiva 2020: las diez áreas que más van a cambiar en nuestras bibliotecas en los próximos años.* Biblioteques de Barcelona, 1–92. <<https://doi.org/http://hdl.handle.net/10421/7461>> (18-2-18)
- García Rodríguez, A., & (coord). (2016). *El universo de Roald Dahl o como integrar diferentes asignaturas en un proyecto común.* <https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/135406/1/MID_16_085.pdf> (18-2-18)
- García-Rodríguez, A. (coord). (2017). *Universo de Roald Dahl o como integrar diferentes asignaturas en un proyecto común, II* (ID 2016/085). <https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/135406/1/MID_16_085.pdf> (18-2-18)
- García-Rodríguez, A., & Gómez-Díaz, R. (2017). Literatura digital infantil y juvenil en tabletas y smartphones: una oportunidad para lograr nuevos lectores. *Anuario ThinkEPI*, 11(0), 167. <<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2017.30>> (18-2-18)
- Gómez-Díaz, R. (coord). (2018). *Miguel de Unamuno: una propuesta de trasposición de su obra al mundo digital.*

Salamanca.

<https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/138518/1/MID_17_197.pdf> (18-2-18)

Gómez-Díaz, R., & García-Rodríguez, A. (2018a). Criterios de calidad y estándares de presentación en los libros-app: el sector de los contenidos infantiles. *El Profesional de La Información*, 27(3), 595. <<https://doi.org/10.3145/epi.2018.may.12>> (18-2-18)

Gómez-Díaz, R., & García-Rodríguez, A. (2018b). Lectura en papel y digital en la biblioteca infantil: una convivencia necesaria. *Palabra Clave* (La Plata), 7(2), 0–14. <<https://doi.org/10.24215/18539912e045>> (18-2-18)

Gómez-Díaz, R., García-Rodríguez, A., Cordón-García, J. A., & Alonso-Arévalo, J. (2016). *Leyendo entre pantallas*. Gijón: Ediciones Trea.

McLuhan, M., Fiore, Q., & Agel, J. (1987). *El medio es el mensaje*. Barcelona: Paidós.

Observatorio de la Lectura y el Libro. (2019). *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2018*. <<https://www.cegal.es/wp-content/uploads/2019/01/h%C3%A1bitos-de-lectura-y-compra-de-libros-2018.pdf>> (18-2-18)

Pernas Lázaro, E. (2009). Animación a la lectura y promoción lectora. In *Guía para bibliotecas escolares* (pp. 261–290). <<https://doi.org/10.1006/jfbi.1996.0245>> (18-2-18)

Este mismo texto en la web

<http://revistacaracteres.net/revista/vol8n2noviembre2019/formacion-mediadores>

{CARAC TERES}

Estudios culturales y críticos de la esfera digital

PETICIÓN DE CONTRIBUCIONES – CALL FOR CONTRIBUTIONS

Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital es una publicación académica independiente **en torno a las Humanidades Digitales** con un reconocido consejo editorial, especialistas internacionales en múltiples disciplinas como consejo científico y un sistema de selección de artículos de doble ciego basado en informes de revisores externos de contrastada trayectoria académica y profesional. **El próximo número (vol. 9 n. 1, mayo 2020) está abierto a la recepción de colaboraciones.**

Los temas generales de la revista comprenden las disciplinas de Humanidades y Ciencias Sociales en su mediación con la tecnología y con las Humanidades Digitales. **La revista está abierta a recibir contribuciones misceláneas dentro de todos los temas de interés para la publicación.**

La revista está abierta a la recepción de artículos todo el año, pero hace especial hincapié en los tiempos máximos para garantizar la publicación en el número más próximo. Puede consultar las normas de publicación y la hoja de estilo a través de la sección específica de la web <<http://revistacaracteres.net/normativa/>>. Para saber más sobre nuestros objetivos, puede leer nuestra declaración de intenciones. **La recepción de artículos para el siguiente número se cerrará el 14 de marzo de 2020** (las colaboraciones recibidas con posterioridad a esa fecha podrían pasar a un número posterior). Los artículos deberán cumplir con las normas de publicación y la hoja de estilo. Se enviarán usando nuestro OJS <<http://revistacaracteres.net/ojs/index.php/caracteres/>>.

Caracteres se edita en España bajo el ISSN 2254-4496 y está recogida en bases de datos, catálogos e índices nacionales e internacionales como **Scopus, ESCI, ERIH Plus, Latindex, MLA**, Fuente Académica Premier o DOAJ. Puede consultar esta información en la sección correspondiente de la web <<http://revistacaracteres.net/bases-de-datos/>>.

Le agradecemos la posible difusión que pueda aportar a la revista informando sobre su disponibilidad y periodo de recepción de colaboraciones a quienes crea que les puede interesar.

PETICIÓN DE CONTRIBUCIONES – CALL FOR CONTRIBUTIONS

Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital is an independent **journal on Digital Humanities** with a renowned editorial board, international specialists in a range of disciplines as scientific committee, and a double blind system of article selection based on reports by external reviewers of a reliable academic and professional career. **The next issue (vol. 9 n. 1, May 2020) is now open to the submission of contributions.**

The general topics of the journal include the disciplines of Humanities and Social Sciences in its mediation with the technology and the Digital Humanities. **The journal is now open to the submission of miscellaneous contributions** within all the relevant topics for this publication.

While the journal welcomes submissions throughout the year, it places special emphasis on the advertised deadlines in order to guarantee publication in the latest issue. Both the publication guidelines and the style sheet can be found in a specific section of our webpage <<http://revistacaracteres.net/normativa/>>. To know more about our objectives, the declaration of principles of the journal can be consulted. **The deadline for the reception of papers is March 14th, 2020** (contributions submitted at a later date may be published in the next issue). Articles should adhere to the publication guidelines and the style sheet, and should be sent by our OJS <<http://revistacaracteres.net/ojs/index.php/caracteres/>>.

Caracteres is published in Spain (ISSN: 2254-4496) and it appears in national and international catalogues, indexing organizations and databases, such as **Scopus, ESCI, ERIH Plus, Latindex, MLA, Fuente Académica Premier** or **DOAJ**. More information is available in the website <<http://revistacaracteres.net/bases-de-datos/>>.

We appreciate the publicity you may give to the journal reporting the availability and the call for papers to those who may be interested.



Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital



<http://revistacaracteres.net>

Noviembre de 2019. Volumen 8 número 2

<http://revistacaracteres.net/revista/vol8n1mayo2019/>

Contenidos adicionales

Campo conceptual de la revista Caracteres
<http://revistacaracteres.net/campoconceptual/>

Blogs

<http://revistacaracteres.net/blogs/>

Síguenos en

Twitter

http://twitter.com/caracteres_net

Facebook

<http://www.facebook.com/RevistaCaracteres>