



**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA PARA PROMOVER  
LOS HÁBITOS DE LECTURA EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD EAN**

**DAYAN VIVIANA CUESTA PINZÓN**

**UNIVERSIDAD EAN**

**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES**

**PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS**

**BOGOTÁ**

**2012**



**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA PARA PROMOVER  
LOS HÁBITOS DE LECTURA EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD EAN**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE PROFESIONAL EN LENGUAS  
MODERNAS**

**DAYAN VIVIANA CUESTA PINZÓN**

**ASESORA:**

**DIANA RAQUEL BENAVIDES**

**MAGISTER EN EDUCACIÓN**

**UNIVERSIDAD EAN**

**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES**

**PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS**

**BOGOTÁ**

**2012**

**Nota de Aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

**Firma del presidente del jurado**

---

**Firma del jurado**

---

**Firma del jurado**

**Bogotá D.C. 2012**

*(...)” Como cualquier otro lector, o escritor, me busco a mí mismo. Busco encontrarme en páginas, en ideas, en reflexiones, reconocer que somos algo más que esto que se presenta como "realidad", ése sigue siendo el mayor deslumbramiento.”*

*José Saramago*

Dedico este trabajo de grado a mi Madre por siempre darme su apoyo y su amor, a mi Padre por su enseñanza, a mi Hermana por todos sus consejos y a mi Hermano por su compañía.

## RESUMEN

*“No todos los lectores son líderes, pero todos los líderes son lectores”*

*Harry S. Truman*

La Universidad EAN siempre se ha caracterizado por brindar herramientas para la formación de sus estudiantes, su misión es *“Contribuir a la formación integral de la persona y estimular su aptitud emprendedora, de tal forma que su acción coadyuve al desarrollo económico y social de los pueblos”*, basados en esto es importante recalcar el papel de la lectura en la formación de los estudiantes ya que esta desarrolla distintas aptitudes y conocimientos en la persona. La Universidad como organismo educativo debería promover la lectura y crear una comunidad Eanista-lectora.

El presente trabajo de grado tuvo como objeto crear una estrategia de comunicación que contribuyera a promover la lectura en los estudiantes de la Universidad, en el proceso se identificaron organizaciones públicas y privadas que promueven la lectura con distintas actividades de manera gratuita, de igual forma se realizó una encuesta a los estudiantes de la Universidad EAN, evidenciando que no tienen hábitos lectores consolidados y que es necesario realizar mayor promoción de lectura por parte de la Universidad. Paralelamente se efectuaron entrevistas a distintos departamentos que pueden contribuir a formar y fortalecer dichos hábitos como son Gestión Cultural, Comunicación, Medio Universitario y Relaciones Institucionales, quienes en sinergia con la Biblioteca de la Universidad EAN pueden facilitar el proceso para cumplir el objetivo de promover la lectura en toda la comunidad Eanista.

**Palabras Claves:** Plan de comunicación organizacional, promoción del hábito de la lectura.

## ABSTRACT

*"Not all readers are leaders, but all leaders are readers"*

*Harry S. Truman*

EAN University has always been characterized for giving academic tools for the improvement of its students. Its mission is "To contribute to the integral development of students and to encourage their entrepreneurial spirit and skills, so that their actions may foster the economic and social development of the countries in which they act". According with this, it is important to emphasize the role of reading in the students' progress, owed to the fact that reading develops different skills and knowledge. The University as an educational organization should promote reading and create a reading community.

The present research was aimed to create a communication strategy, which would contribute with the promotion of the reading habits in students. During this research were identified public and private organizations that promote reading with different free academic activities; some of these organizations are Luis Angel Arango Library and Biblored. In the same way this research applied a survey to students, giving as a result that they do not have reading habits and that EAN Library does not promote reading. Interviews were also done to different departments such as Cultural Management, Communication, Student Services and Institutional Relations, which contributed with different ideas to the creation of the final strategy.

**Keywords:** Organizational Communication Plan, promotion of the reading habits.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	16
<b>2. TEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	19
<b>3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	21
3.1 Antecedentes Bibliográficos.....	21
3.2 Planteamiento del Problema.....	25
<b>4. OBJETIVOS</b> .....	28
4.1 Objetivo General.....	28
4.2 Objetivos Específicos.....	28
<b>5. JUSTIFICACIÓN</b> .....	29
<b>6. MARCO DE REFERENCIA</b> .....	30
6.1 Marco Teórico.....	30
6.2 Marco Conceptual.....	35
6.2.1 Comunicación organizacional.....	35
6.2.2 Comunicación Interna.....	37
6.2.3 Comunicación Externa.....	38
6.2.4 Relaciones Públicas.....	39
6.2.5 Plan Estratégico de Comunicación.....	40
6.2.6 Políticas Públicas de Promoción de Lectura.....	42
6.2.7 La Lectura.....	44
La Lectura como Proceso Cognitivo.....	45
La Lectura como Práctica Cultural.....	45

La Lectura como Derecho.....	46
6.2.8 Tipos de Lectura.....	47
6.2.9 Importancia de la Lectura para los Universitarios.....	49
6.2.10 Hábito de la Lectura y su análisis en otros países.....	51
6.2.11 Promoción de la Lectura.....	53
6.2.12 Entidades que Promueven la Lectura en Colombia.....	54
Biblored.....	54
Banco de la Republica.....	56
Asociación Colombiana De Libreros Independientes ACLI.....	57
Red De Lectura Y Escritura En La Educación Superior. Redlees.....	58
Fundalectura.....	60
Cámara Colombiana del Libro.....	61
Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe.....	62
<b>7. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>64</b>
7.1 Tipo de Estudio.....	64
7.2 Diseño Metodológico.....	65
7.3 Población y Muestra.....	66
7.4 Instrumentos.....	69
<b>8. RECOLECCIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>71</b>
8.1 Encuesta.....	71
8.1.1 Análisis Encuestas Estudiantes EAN.....	71
8.2 Entrevistas.....	114
8.2.1 Análisis de Entrevistas a Entidades que Promueven la Lectura.....	114



8.2.2 Análisis de Entrevistas a las Distintas Dependencias de la Universidad EAN.....	117
<b>9. PLAN DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>124</b>
<b>10. CONCLUSIONES.....</b>	<b>133</b>
<b>11. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>135</b>
<b>12. CRONOGRAMA DEL DESARROLLO DE LA MONOGRAFÍA.....</b>	<b>136</b>
<b>13. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>137</b>
<b>14. ANEXOS.....</b>	<b>140</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO 1:</b> Edades de los estudiantes encuestados de la Universidad EAN.....	72
<b>GRÁFICO 2:</b> Sexo de los estudiantes encuestados de la Universidad EAN.....	73
<b>GRÁFICO 3:</b> Programa de los estudiantes encuestados de la Universidad EAN.....	74
<b>GRÁFICO 4:</b> Semestre de los estudiantes encuestados de la Universidad EAN.....	75
<b>GRÁFICO 5:</b> Jornada de los estudiantes encuestados de la Universidad EAN.....	76
<b>GRÁFICO 6:</b> Actividades en el tiempo libre.....	77
<b>GRÁFICO 7:</b> ¿Le gusta leer?.....	78
<b>GRÁFICO 8:</b> ¿Qué es la lectura?.....	79
<b>GRÁFICO 9:</b> ¿Cuántos libros completos leyó el año pasado?.....	80
<b>GRÁFICO 10:</b> ¿Qué tipo de lectura prefiere usted?.....	81
<b>GRÁFICO 11:</b> ¿En qué medio prefiere leer?.....	82
<b>GRÁFICO 12:</b> Los libros que lee generalmente.....	83
<b>GRÁFICO 13:</b> ¿Cómo considera que es su hábito de lectura?.....	84
<b>GRÁFICO 14:</b> ¿Sus padres son lectores y modelos efectivos para promover la lectura?.....	85
<b>GRÁFICO 15:</b> El entorno familiar facilita el acceso a medios y actividades que promuevan la lectura.....	86
<b>GRÁFICO 16:</b> En el entorno familiar existe una biblioteca que se actualiza con la compra de libros.....	87
<b>GRÁFICO 17:</b> En el entorno familiar se inculca el hábito de la lectura.....	88

<b>GRÁFICO 18:</b> ¿Qué otras actividades o acciones se realizan en su entorno familiar para promover la lectura?.....	90
<b>GRÁFICO 19:</b> ¿Con qué frecuencia usted realiza consultas en la biblioteca de la Universidad EAN?.....	91
<b>GRÁFICO 20:</b> ¿Qué tipo de material consulta con mayor frecuencia en la Biblioteca de la Universidad EAN?.....	92
<b>GRÁFICO 21:</b> De las siguientes instituciones que promocionan la lectura. ¿Cuál es la que usted más frecuenta?.....	93
<b>GRÁFICO 22:</b> ¿Cuál es su librería favorita?.....	94
<b>GRÁFICO 23:</b> ¿Con qué frecuencia participa en clubes de lectura?.....	95
<b>GRÁFICO 24:</b> Considera que en la Universidad existe un ambiente institucional que promueve la lectura.....	97
<b>GRÁFICO 25:</b> Existen espacios de apoyo o refuerzo para la lectura y la escritura en la Universidad.....	98
<b>GRÁFICO 26:</b> Conoce en qué medios los estudiantes pueden publicar lo que escriben.....	99
<b>GRÁFICO 27:</b> Existen programas: Club de lectura, concursos, ferias del libro, capacitaciones u otras actividades que fomentan el hábito de leer en la Universidad.....	100
<b>GRÁFICO 28:</b> Ofrecen directrices, guías u orientaciones para leer.....	101
<b>GRÁFICO 29:</b> Realizan seguimiento y / o acompañamiento al proceso de la lectura.....	102
<b>GRÁFICO 30:</b> Tienen en cuenta las tareas de lectura que usted realiza para otra asignatura....	103
<b>GRÁFICO 31:</b> Comparten las lecturas que ellos realizan por gusto propio en sus estudiantes.....	104

<b>GRÁFICO 32:</b> Actividades prioritarias que usted considera debe implementar la Universidad para la Promoción de la Lectura.....	106
<b>GRÁFICO 33:</b> Actividades en las cuales estaría dispuesto a participar activamente.....	108
<b>GRÁFICO 34:</b> Le dan importancia a la lectura y a la escritura.....	109
<b>GRÁFICO 35:</b> Proponen trabajos relacionados con la lectura y la escritura y le ofrecen directrices, guías u orientaciones para dichas prácticas.....	110
<b>GRÁFICO 36:</b> Proponen trabajos relacionados con la lectura y la escritura, pero les sugieren a los estudiantes solicitar directrices, guías u orientaciones a los profesores de lectura y escritura.....	111
<b>GRÁFICO 37:</b> Realizaban seguimiento y/o acompañamiento al proceso de la lectura y la escritura.....	112
<b>GRÁFICO 38:</b> Acciones prioritarias a desarrollar.....	113

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA 1:</b> Fórmula para el cálculo de la muestra.....	66
<b>FIGURA 2:</b> Actores involucrados en el proceso de comunicación.....	124
<b>FIGURA 3.</b> DOFA Biblioteca Luis Ángel Arango y Biblored.....	125
<b>FIGURA 4.</b> DOFA Dependencias de la Universidad EAN.....	126
<b>FIGURA 5:</b> Cronograma de la Propuesta Estratégica para promover la lectura en la Universidad EAN.....	132
<b>FIGURA 6:</b> Cronograma del desarrollo de la monografía.....	136

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA 1:</b> Clasificación de la muestra.....	67
<b>TABLA 2:</b> Propuesta Estratégica para promover la lectura en la Universidad EAN.....	127

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>ANEXO 1:</b> Formato encuesta Hábitos de Lectura en la Universidad EAN.....	140
<b>ANEXO 2:</b> Transcripción entrevista Biblored.....	148
<b>ANEXO 3:</b> Transcripción entrevista Biblioteca Luis Ángel Arango.....	154
<b>ANEXO 4:</b> Transcripción entrevista Biblioteca Hildebrando Perico Afanador.....	162
<b>ANEXO 5:</b> Transcripción entrevista Departamento de Gestión Cultural de la Universidad EAN.....	169
<b>ANEXO 6:</b> Transcripción entrevista Departamento de Comunicación de la Universidad EAN.....	172
<b>ANEXO 7:</b> Transcripción entrevista Departamento de Relaciones Institucionales de la Universidad EAN.....	176
<b>ANEXO 8:</b> Formato entrevista al Medio Universitario de la Universidad EAN.....	180

## 1. INTRODUCCIÓN

Las cifras de hábito de lectura en Colombia son desalentadoras, en una encuesta realizada por el Ministerio de Cultura y la Biblioteca Nacional de Colombia el 59% de los colombianos no lee libros y el promedio de libros leído al año pasó de 2.4 libros en el 2000 a 1.6 en el 2005. De igual manera durante la 25 Feria Internacional del Libro, la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte a través del Observatorio de Culturas reveló que los colombianos leen en promedio 2.90 libros por año. Esta cifra se obtuvo de una encuesta sobre los hábitos de lectura realizada a 13.453 personas de 13 años en adelante, residentes en la zona urbana de Bogotá en el mes Octubre del 2011. Este estudio generó otras cifras interesantes sobre cómo los bogotanos se relaciona con la lectura: El 56.93 por ciento de los bogotanos lee entre uno y cinco libros por año, el 31.16 por ciento de los habitantes de Bogotá no lee ningún libro al año, el 7.74 por ciento lee entre 6 y 10 libros por año y el 4,17 por ciento lee más de diez libros anualmente. Respecto a la edad, el grupo de 13 a 17 años es el que más lee: 3.9 libros en promedio por año, entre 18 a 26 años leen 3.6 en promedio por año, de 27 a 35 años leen 2.7 libros, de 36 a 49 años 2.6 libros y de 50 años en adelante leen 2.7 libros en promedio anualmente.

En el año 2003 se desarrolló el documento del Consejo de Política Económica y Social (CONPES), el cual pone en marcha el Plan Nacional de Lectura –PNL-. y Bibliotecas cuyo objetivo fundamental es: *“Hacer de Colombia un país de lectores y mejorar sustancialmente el acceso equitativo de los colombianos a la información y al conocimiento mediante el fortalecimiento de las bibliotecas públicas, la promoción y el fomento de la lectura, la ampliación de los sistemas de producción y circulación de libros y la conformación de un*



*sistema de información, evaluación y seguimiento de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas.”*

(Ministerio de Cultura y Departamento Nacional de Planeación, 2003). Desde el 2003 hasta la actualidad el Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas ha alcanzado grandes logros, como por ejemplo el país cuenta hoy con 853 bibliotecas municipales dotadas por el PNLB, de 300 municipios que no tenían biblioteca pública al iniciar el Plan, hoy sólo faltan 20. En los últimos cinco años el Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas puso a disposición de los colombianos más de 2 millones de libros nuevos, además se creó el Portal de Bibliotecas Públicas [www.senderos.gov.co](http://www.senderos.gov.co), el cual facilita la comunicación y la gestión de los proyectos que se plantean en pro de la lectura.

A pesar de los esfuerzos y proyectos que ha alcanzado el Plan Nacional de Lectura, sigue existiendo un hábito de lectura bajo entre los colombianos. Por lo cual es indispensable la cooperación entre las distintas organizaciones promotoras de lectura ya que las bibliotecas no son el único canal de difusión de libro y promoción de lectura, también son parte fundamental las librerías, editoriales, universidades, colegios. Los cuales uniendo fuerzas con los proyectos que está desarrollando el Estado pueden generar mayor efectividad y atraer a más colombianos a adquirir el hábito de la lectura, para llevar a cabo esta cooperación es importante que exista un buen canal de comunicación entre las distintas entidades. En este marco es que este proyecto de investigación se enfoca en la Promoción de Lectura en la Universidad EAN, ya que los estudiantes cuando comienzan sus estudios tienen grandes debilidades en el campo académico e investigativo y la base de esta problemática es que los estudiantes universitarios no leen, estas debilidades que presentan los estudiantes no sólo las notan los profesores, los propios alumnos

son conscientes de la falta de comprensión en un determinado texto o de la gran dificultad que se les presenta al redactar un escrito.

Actualmente en Colombia existen diferentes programas para promover la lectura en los jóvenes, se pueden mencionar entre otros la programación mensual de Biblored donde ofrecen cursos, talleres, clubes que ayudan a desarrollar las competencias lectoras de los estudiantes, así como diferentes librerías independientes: *Casa Tomada Café y Libros*, *Authors*, *Magisterio*, *Luvina*, *Trementina Artes y Libros* y muchas más que tienen dentro de sus agendas culturales lectoras el hacer tertulias con escritores, editores e ilustradores, promover los clubes de lecturas, gestionar exposiciones de arte, fotografía y pintura, y varias actividades gratuitas que ayudan a promover la cultura y la lectura. Además existen organizaciones privadas sin ánimo de lucro cuyo objetivo es lograr el acceso de todos los colombianos a la cultura escrita, como por ejemplo: Fundalectura, Cámara Colombiana del Libro y el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC.

Este trabajo monográfico quiere evidenciar que existen programas para ayudar a los universitarios a desarrollar sus competencias, sin embargo, los estudiantes desconocen esta diversidad de programas y el problema radica en la falta de comunicación entre la universidad y las distintas entidades que promocionan la lectura. Es allí donde puedo aplicar mis conocimientos como profesional de Lenguas Modernas, creando un plan de comunicación con el cual todos se beneficien, al existir un canal adecuado y efectivo de comunicación organizacional que facilite a las entidades promotoras de lectura gestionar de manera efectiva su comunicación externa y a la Universidad mejorar su comunicación interna.

## 2. TEMA DE INVESTIGACIÓN

Por lo general se piensa que los estudiantes universitarios llegan a la institución con saberes básicos como los de leer y escribir y que por ello no es necesario que la universidad tome acciones en esos ámbitos, sin embargo, esta teoría es falsa, debido a que la lectura y la escritura no son conocimientos estáticos o finitos, estos son procesos en constante desarrollo. Los estudiantes al ingresar a la universidad se enfrentan a textos escritos por autores especializados, los cuales usan un vocabulario técnico que dificulta entenderlos, por otro lado son evaluados por docentes con actividades como redactar un ensayo, una reseña, un reporte, y allí es cuando se evidencia las falencias de los estudiantes.

Una solución a esta problemática es que se fortalezca el hábito de la lectura en los estudiantes universitarios y que la universidad se involucre en actividades de promoción de lectura. Colombia ha creado el Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas, el cual ofrece diversas herramientas para contribuir con la formación de los jóvenes, adicionalmente existen organizaciones privadas cuyo objetivo fundamental es promover la lectura en todos los colombianos, para esto realizan actividades como tertulias, talleres, conferencias, exposiciones. Estas actividades son abiertas al público, sin embargo, los estudiantes no aprovechan estas herramientas y la principal razón es que la información de estas actividades no llega a oído de ellos.

La comunicación es un “proceso social en el que los individuos utilizan símbolos para establecer e interpretar el significado de su entorno” (West & Turner, 2005). Esto quiere decir que la

comunicación es vital para construir vínculos, transmitir e intercambiar información de manera clara y precisa. Al aplicar la comunicación dentro de una organización, es necesario tener un plan estratégico el cual beneficie a todos sus miembros. La comunicación organizacional “tiene un papel fundamental para crear nexos entre la compañía y los empleados, y entre ella y los consumidores. Es indispensable que la gente dialogue para conocerse y cambiar impresiones” (Costa, 2008)

Para cumplir el objetivo de promocionar la lectura como un acto cultural que favorezca la formación integral de los estudiantes de la Universidad EAN, es indispensable que existan acciones comunicativas claras que conduzcan a que la lectura se integre a la cotidianidad de la comunidad universitaria y cumpla desde allí su papel formativo. Para esto se debe vincular a todos los actores, como son las entidades que promocionan el hábito de la lectura, la universidad y sus estudiantes, y esto se logra mediante estrategias de comunicación interna y externa que contribuyan a construir y consolidar una universidad lectora.

### **3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

Los estudiantes universitarios diariamente se enfrentan a leer un determinado texto o a redactar un párrafo, un ensayo, un reporte, lo cual se les convierte en un verdadero problema. Redactar y comprender son dos aspectos difíciles de realizar cuando el estudiante no posee una formación lectora, por lo tanto, estos necesitan adquirir el hábito de la lectura con el fin de actualizar a diario sus conocimientos, lograr una comprensión y producción escrita adecuada.

Distintas entidades han sido creadas con el objetivo de brindar herramientas para que los jóvenes adquieran el amor por la lectura, y por varias actividades culturales. No obstante, los estudiantes universitarios desconocen estas herramientas y es ahí donde surge el problema de esta investigación ¿cómo las estrategias de comunicación interna y externa pueden acercar a los estudiantes de la Universidad EAN a programas de promoción de lectura?

#### **3.1 ANTECEDENTES BIBLIOGRÁFICOS**

En la encuesta sobre hábitos de lectura y consumo de libros en Colombia coordinada por Fundalectura, Cámara Colombiana del Libro y el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe CERLALC (2006), se evidencia un deterioro de los índices de lectura y consumo de libros que se ha dado entre la población estudiantil como entre la que no es estudiante. Las cifras señalan que entre 2000 y 2005 cayó la proporción de colombianos que se consideran lectores habituales, el número promedio de libros leídos por persona anualmente, la

cantidad de horas semanales dedicadas a la lectura y el número promedio de libros comprados por habitante.

En consecuencia, el Gobierno Nacional ha definido como una de las prioridades del Plan Nacional de Desarrollo del Estado la implementación de programas que promuevan el hábito de la lectura en los colombianos y colombianas. Por tal motivo se crea el Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas PNLB coordinado por el Ministerio de Cultura a través de la Biblioteca Nacional, cuyo objetivo fundamental es mejorar los niveles de lectura y escritura, fortalecer y racionalizar los servicios prestados por las bibliotecas públicas.

Este Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas cuenta con la ayuda de organizaciones como el Ministerio de Educación, Banco de la República – Biblioteca Luis Ángel Arango, Centro Regional para el fomento del Libro en América Latina y el Caribe, Fundalectura, Asolectura, Cámara Colombiana del Libro, Cajas de Compensación Familiar, Red Capital de Bibliotecas Públicas – Biblored. Todas comprometidas con el objetivo de promover la lectura mejorando el acceso y estimulando el interés de la población colombiana hacia los libros y demás medios de difusión de conocimiento.

Paralelo a ello, existen entidades privadas cuya razón de ser es promover el amor por el libro y brindar espacios formativos y culturales. Es el caso de las librerías de Colombia las cuales se unieron con el objetivo de *“desempeñar un papel primordial en la atención, orientación, apoyo y respaldo de lectores, investigadores, un posible lector, un posible investigador.”* (Asociación Colombiana de Libreros Independientes ACLI). Estas librerías son espacios culturales que

promueven el debate crítico y ponen al alcance de los lectores una selección particular de los libros que circulan en el mercado.

Junto a esta, se creó la Red de Editoriales Independientes Colombianas REIC, la cual reúne veintisiete editoriales de seis ciudades: Barranquilla, Bogotá, Calarcá, Cali, Cartagena y Medellín. Esta Red tiene por objetivo el *“desarrollo tanto de una industria nacional independiente, como del oficio editorial, construyendo lazos de colaboración e intercambio para llevar acabo esto propone realizar actividades para fomentar el papel del libro y la lectura como medio de desarrollo integral del ser humano, además de promover el conocimiento y la circulación de nuevos autores colombianos”*. (Red de editoriales independientes colombianas, 2010)

Como se observa, existen distintos programas y entidades tanto privadas como públicas dedicadas a formar un país de lectores. Ya que reconocen el valor de la lectura como un instrumento que permite a las sociedades generar una actitud crítica y reflexiva, mediante la formación integral de los ciudadanos y ciudadanas. Es evidente, entonces, que el estudiante universitario, como futuro profesional necesita adquirir el hábito y la pasión por la lectura para contribuir así con su formación académica.

Gran parte de los estudiantes que ingresan a la universidad presentan dificultades para comprender, interpretar y producir discursos o textos, la causa de esto es que los estudiantes no leen, existe la necesidad de fortalecer y consolidar la lectura como parte de la formación integral

de los estudiantes, por lo cual algunas Universidades Colombianas han empezado a crear campañas, planes, estrategias para motivar a los estudiantes a leer.

Es el caso de la Universidad de la Salle la cual creó una Campaña para el Fomento de la Lectura desde el año 2001 por medio de la Oficina de Bibliotecas, su objetivo principal ha sido promover entre los estudiantes el hábito de la lectura como insumo de conocimiento, fuente de entretenimiento, alimento del espíritu y llave del crecimiento personal. La metodología utilizada por esta universidad ha sido adquirir publicaciones técnico-científicas y libros de literatura, realizar exhibiciones temáticas, promocionar la lectura recreativa en las vacaciones, crear afiches y señaladores de libros los cuales tengan lemas alusivos a la lectura y por último realizar concursos Universitarios de ortografía y lectura oral. El impacto de esta Campaña fue un gran aumento de la lectura por parte de los universitarios. *“En el año 2005 había un nivel de lectura de 1316 estudiantes, para el 2009 el nivel de estudiantes lectores aumento a 9456”*. (Universidad de la Salle , 2010)

Otro ejemplo es la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, la cual realizó una investigación descriptivo-cualitativa sobre la lectura que permitió determinar las habilidades, actitudes, competencias lectoras y grado de comprensión de los estudiantes de esta Universidad, con el fin de proyectar una propuesta académica para fortalecer la lectura en la institución. *“La conclusión de esta investigación fue que se debía proponer desarrollar actividades en donde la Universidad pueda brindar, abonar y fortalecer los caminos hacia la cultura critica, con políticas que nazcan desde los currículos de manera efectiva.”* ( Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, 2007). Para ello se propuso visibilizar en el currículo el fomento y la práctica de



las habilidades comunicativas desde el aula, con un Plan Lector Académico Universitario (PLAU), además de implementar un programa específico de seguimiento del desarrollo de la competencia lectora desde la Biblioteca de la Universidad. Por último, esta investigación concluyó que es importante que la Universidad tenga vínculos externos con redes nacionales e internacionales y con instituciones que fomenten y propendan por mejorar procesos de lectoescritura a nivel universitario.

### **3.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

De acuerdo con el documento Estándares básicos de Competencias de Lenguaje, los estudiantes al entrar a la universidad deben ser capaces de: *“elaborar hipótesis de interpretación atendiendo a la intención comunicativa y al sentido global del texto leído, relacionar su significado con los contextos sociales, culturales y políticos en los cuales se han producido, construir reseñas críticas y asumir una actitud crítica frente a los textos que escribe y elabora, y frente a otros tipos de textos”*. (Ministerio de Educación)

Sin embargo, tanto la experiencia de los docentes como la de los mismos estudiantes indican que la mayoría de ellos ingresan a la universidad sin haber desarrollado lo suficiente estas competencias, como para responder a las exigencias propias de los estudios universitarios. De acuerdo con el I Congreso Internacional y III Regional de la Cátedra UNESCO, (2001) *“los estudiantes no son capaces de aprender leyendo ni son capaces de aprender a partir del texto*

*escrito y esto está incidiendo no solamente en el bajo rendimiento académico de los estudiantes sino en las imposibilidades de simbolización del discurso argumentado”<sup>1</sup>*

Hay estudiantes que no saben escribir un ensayo, una reseña, además de la falta de comprensión de diferentes tipos de textos. Con el fin de contrarrestar este problema es necesario que la universidad genere una estrategia para estimular el hábito lector de sus estudiantes, universidades como la Nacional, Central, Javeriana, Externado, Sergio Arboleda, la Salle, entre otras, han puesto en marcha proyectos de investigación con el fin de generar estrategias para la lectura y la escritura de textos académicos por parte de los estudiantes universitarios.

El gobierno y diversas entidades también se han dado cuenta de la necesidad de trabajar en pro de la lectura, por lo cual se ha invertido en crear y apoyar diferentes instituciones públicas y privadas, que se comprometan a cumplir el objetivo de promover cultura y lectura. Los programas que ofrecen estas instituciones en su mayoría son gratuitos, dirigidos a los jóvenes y de diversidad de temáticas.

Es indispensable que la universidad EAN y estas instituciones formen un puente de comunicación, donde se estimule a las facultades por medio de los departamentos de Comunicación y Bienestar Universitario para que divulguen los diferentes programas ofrecidos por estas entidades. A través de la gestión de la comunicación interna y externa se aportaría en la

---

<sup>1</sup> Este aporte fue presentado por María Cristina Martínez en el I Congreso Internacional y III Regional de la Cátedra UNESCO “Lectura y escritura para aprender a pensar”, realizado en Cartagena de Indias en Diciembre de 2001.

promoción de las distintas actividades programadas y que estén al alcance de todos los estudiantes.

Muchas de las teorías de la comunicación organizacional llegan a la conclusión que diseñar un plan de comunicación dentro de la organización es una estrategia efectiva para el crecimiento y desarrollo de la misma, su aplicación requiere de la planeación, dirección, ejecución, seguimiento y evaluación de cada acción. Este trabajo monográfico pretende diseñar un plan estratégico de comunicación interna y externa que acerque a los estudiantes universitarios a programas de promoción de lectura y así contribuir a su formación integral.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una estrategia de comunicación interna y externa que promueva los hábitos de lectura en los estudiantes de la Universidad EAN en beneficio de su formación profesional.

### **4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Establecer qué entidades y programas en Bogotá contribuyen a la formación del hábito lector en los estudiantes universitarios.
- Determinar qué estrategias de comunicación organizacional pueden facilitar la promoción de lectura en los jóvenes universitarios Eanistas.
- Diseñar un plan de comunicación externa e interna para la Universidad EAN el cual promueva la cooperación con las agremiaciones que fomentan la lectura en Bogotá.
- Presentar la propuesta ante la Universidad EAN para que sea evaluada y aplicada.

## 5. JUSTIFICACIÓN

La lectura es una de las prácticas de mayor presencia en la vida universitaria. Uno de los mayores obstáculos que debe sortear el estudiante que inicia sus estudios superiores es precisamente adquirir el hábito de la lectura. *“De la lectura sostenida, profunda, crítica, analítica, de textos extensos, complejos, ante los que en la mayoría de los casos es la primera vez que se enfrenta.”* (Narvaja de Arnoux, Pereira, & Di Stefano, 2002). Inculcar el hábito de la lectura a los estudiantes de la Universidad EAN, será un insumo para el conocimiento, permitirá que los estudiantes se desenvuelvan con mayor agilidad en distintas áreas, y que creen mejores trabajos investigativos.

Para que los estudiantes universitarios adquieran este hábito es importante que la Universidad EAN, reconozca y de la importancia que se merece el promover entre los estudiantes el hábito de la lectura. La falta de un plan estratégico de comunicación que dinamice el acceso a la información por parte de los estudiantes es un factor que afecta la problemática de interés de esta investigación. Existen distintas organizaciones que promueven la lectura y ofrecen diversos programas para los jóvenes, sin embargo ellos muchas veces no participan por falta de información y de interés. Es en este punto donde la Universidad cumple un rol importante, al ser el canal entre las organizaciones y los estudiantes, un plan de comunicación efectivo que involucre a los tres actores permitirá contribuir al desarrollo integral de los estudiantes de la Universidad EAN y a cumplir el objetivo de las organizaciones.

## 6. MARCO DE REFERENCIA

### 6.1 MARCO TEÓRICO

Se encontraron investigaciones que evidencian la necesidad de promover la lectura en las universidades; como es el caso de la investigación realizada por la Universidad Tecnológica de Pereira llamada “Estrategias de lectura y escritura usadas por estudiantes que ingresan a la Universidad” cuyo objetivo era diagnosticar aspectos relevantes en relación con las habilidades de lectura y escritura de los estudiantes que ingresan a la Educación Superior. Los resultados de este diagnóstico sirvieron para motivar más investigaciones con relación a este tema, teniendo como objetivo buscar estrategias que optimicen la comprensión lectora y la construcción de textos en los estudiantes universitarios.

Esta investigación reflejó las debilidades que tienen los estudiantes al llegar a la universidad aplicando un instrumento que consistía en un texto corto de 990 palabras de carácter expositivo-argumentativo con cinco preguntas abiertas, las cuales evaluaban la comprensión y la construcción de textos. La difusión de los resultados de este proyecto fue amplia, se realizaron varias ponencias y se publicaron distintos artículos y libros con el fin de concientizar a las universidades y a las distintas organizaciones gubernamentales de la necesidad de crear estrategias para promover la lectura en los estudiantes universitarios.

*“Esta investigación es un primer paso, para que a partir de los resultados obtenidos se empiece a desarrollar estrategias que promuevan procesos de enseñanza - aprendizajes más acordes con*

*lo que necesitan los jóvenes del siglo XXI, estrategias que se desarrollen dentro y fuera de la comunidad universitaria, integrando otros organismos educativos, para realizar una labor en conjunto, basadas en las necesidades reales de los estudiantes y orientadas a responder el qué y el cómo se debe mejorar los procesos de leer, escribir, comprender, inferir, argumentar y proponer”* (Estupiñán, 2005). El objetivo de este trabajo de grado es facilitar la labor en conjunto mencionada por Estupiñán mediante la aplicación de estrategias comunicativas internas y externas por parte de las organizaciones que desean promover la lectura y de las universidades que quieren contribuir en la formación integral de sus estudiantes.

En la monografía “Análisis de la percepción de la imagen corporativa de la Universidad EAN en los estudiantes de primer semestre de 2011” se analizó la percepción de los estudiantes frente a la imagen que tenían de la universidad como estudiantes de primer semestre. El resultado obtenido fue que la gestión que realiza la Universidad día a día está contribuyendo a generar profesionales íntegros con valores. Los instrumentos aplicados dieron como resultado que los valores inculcados por la universidad EAN son base clara en la formación de los estudiantes como profesionales. (Campos, 2011)

Esta investigación realizó un análisis del perfil del estudiante del programa de Administración de Empresas, Economía, Lenguas Modernas, Ingeniería de Sistemas y lo comparó con los objetivos que tiene cada facultad para contribuir con la formación profesional. En esta parte se refleja como la universidad está comprometida a proveer herramientas que intervengan como elemento clave para desarrollar las capacidades individuales de cada estudiante.

Analizando esta monografía se evidencia que tanto las facultades como los estudiantes se enfrentan a grandes retos, ya que el objetivo final de cada programa es formar profesionales con valores, con conocimientos y habilidades en distinta áreas, que sean emprendedores y que tengan habilidades comunicativas para proponer soluciones, ideas, y sean parte activa dentro de la empresa. Todo este trabajo se facilita cuando el estudiante lee, ya que la lectura es el mejor método de aprendizaje. Es así como la lectura debe ser considerada como una herramienta fundamental en cada facultad de la Universidad.

En el trabajo de grado realizado por Carolina del Pilar Torrado y Zoraida Camargo en el 2011 titulado “Maloka responsabilidad social con la investigación y la divulgación del conocimiento en la población juvenil colombiana” se evaluaron los procesos y canales de divulgación del conocimiento en Maloka y la responsabilidad social de ésta con las nuevas generaciones, respecto al desarrollo de proyecto de emprendimiento en ciencia y tecnología. Mostrando como resultado que el centro de ciencia y tecnología Maloka a través de su departamento de comunicación se ha esforzado en mostrar sus proyectos y programas, además de hacer partícipe de ellos a la sociedad.

Se evidencia con este trabajo de investigación como la comunicación cumple un rol importante en toda organización. Empresas como Maloka que desean generar conocimiento, motivar a los jóvenes a aprender de distintos temas usan la comunicación como fuente para llegar a los estudiantes. En este caso el proyecto fue diseñado para motivar a la población estudiantil de grado 11. El departamento de comunicación promueve la divulgación de la ciencia y la tecnología a través de diferentes formas: creación de un centro interactivo, programas de apoyo en colegios, congresos sobre ciencia, conferencias, convenciones científicas, ferias de ciencia,



publicaciones, con el propósito de concientizar a la comunidad acerca de la importancia de la ciencia y de esta manera incrementar el flujo de conocimiento en la sociedad y su difusión. (Torrado & Camargo Leal, 2011)

Maloka es un ejemplo de como una organización debe utilizar la comunicación para atraer las personas a disfrutar y aprender. Entidades promotoras de la lectura y la Universidad EAN deben crear ese canal de comunicación con el objetivo que los dos se beneficien y eso se logrará cuando las entidades gestionen de manera correcta su comunicación externa como lo ha hecho Maloka, y en lo que respecta a la Universidad EAN, gestione su comunicación interna para que toda información importante para los estudiantes sea transmitida.

Por último es importante resaltar el trabajo de investigación “Prácticas de lectura y escritura en la Universidad: El caso de cinco asignaturas de la Universidad Sergio Arboleda” realizado por Blanca Yaneth González y Violetta Vega. Tomando como base los intereses de la Universidad y del Departamento, la “Línea de investigación en Lectura y Escritura Académicas del Grupo INVEDUSA” se inició este estudio de casos en el año 2007, con el fin de conocer las repercusiones del Programa de lectura y escritura en la Universidad y de involucrar a los docentes de las asignaturas disciplinares en el proceso de Alfabetización Académica.

El estudio contempló dos fases: inicialmente se realizó una descripción cuantitativa del problema y de las prácticas de lectura y escritura en la Universidad, soportada en pruebas escritas y encuestas; posteriormente, se adelantó una caracterización cualitativa, soportada en diarios de campo, documento y entrevistas. Los resultados obtenidos fueron de 2.183 pruebas aplicadas a

estudiantes el 73,23 por ciento se caracteriza por comprender la información general del texto y parafrasear la información contenida, el 22,81 por ciento construye oraciones, párrafos de manera coherente, y sólo el 3,96 por ciento tiene un tipo de lectura crítico que permite comprender el sentido global del texto, vale decir que gran parte de este porcentaje son estudiantes que cursaron previamente uno o varios semestres en otras universidades. (González & Vega , 2010)

Al analizar este resultado la Universidad Sergio Arboleda se comprometió a crear estrategias que ayudaran a elevar ese porcentaje, para lo cual se eligió cinco cursos pertenecientes a los cuatro semestres de los pregrados en Política, Relaciones Internacionales, Derecho y Filosofía y Humanidades, con lo cuales desde el primer semestre 2008 se empezaron a realizar distintas prácticas en pro de la lectura, en las cuales se involucraba a los profesores en el proceso de promover la lectura en cada clase. La conclusión de este trabajo fue que decanos, docentes y estudiantes coincidieron en mostrar una fuerte preocupación por el tema de la lectura y la composición escrita. De las encuesta realizadas a 45 docentes, 40 consideran que el desarrollo de los procesos de lectura y escritura no debe ser responsabilidad exclusiva de una asignatura, sino de todos los docentes.

Las dificultades de los estudiantes por acceder a los textos académicos y a las tareas de redacción suelen atribuirse a las falencias de la educación básica y secundaria y a la subsecuente carencia de conocimientos básicos para enfrentar las nuevas tareas, propias del estudiante. (Carlino, 2007; Marucco, 2005; Lea & Street, 1998). Este pensamiento hace que las Universidades piensen que no tienen responsabilidad en el fomento de la lectura, la Universidad Sergio Arboleda es un ejemplo de comunicación y de organización, mediante la ayuda de decanos, profesores y

estudiantes han logrado crear y gestionar estrategias con el objetivo de promover la lectura en la Universidad a través de la creación de un Departamento de Lectura y Escrituras Académicas

En conclusión, es importante ver que en todos los trabajos mencionados anteriormente se evidencia la importancia de la lectura en la universidad y el valor de la comunicación en cada organización. Para lograr proyectos que gestionen conocimiento y brinden a la sociedad colombiana bases para su desarrollo y crecimiento, es indispensable gestionar entre todos puentes de ayuda y de comunicación. En el caso de la Universidad EAN, el puente debe ser construido para unir las entidades que promueven la lectura con los estudiantes Eanistas, este proyecto de investigación pretende brindar esa ayuda mediante estrategias de comunicación interna y externa.

## **6.2 MARCO CONCEPTUAL**

### **6.2.1 Comunicación Organizacional**

La comunicación organizacional se entiende como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente sus objetivos. (Fernández Collado, 2002). Por lo tanto, es correcto decir que la Comunicación Organizacional facilita el intercambio de información, según la misión y visión de las organizaciones.

En una organización se pueden identificar cuatro dimensiones de la comunicación: la información entendida como **la emisión** de mensajes que deben cumplirse para que se realice el trabajo y se logren los objetivos que la empresa se ha propuesto; **la divulgación** que busca persuadir, en esta dimensión la empresa pretende que la comunicación sea una estrategia de trabajo con sentido humano; **la comunicación** como generador de relaciones, crear formas de interacción entre los miembros de una organización y por última dimensión **la participación**, en donde el sujeto es reconocido, escuchado y entendido. (Díaz, 2002)

En este sentido, se puede afirmar que el manejo estratégico de la comunicación dentro de una organización es la clave perfecta para el éxito de la misma. Al crear un plan estratégico de comunicación entre la Universidad EAN y las organizaciones promotoras de lectura, que permita el intercambio de información basándose en los objetivos de cada uno, se logrará acercar a los estudiantes de la Universidad EAN a los programas de promoción de lectura.

La comunicación es un factor que atraviesa el desempeño de toda la organización, por lo tanto la buena gestión de la comunicación e información ayuda a acelerar los procesos, a aumentar la credibilidad de la información y facilitar la toma de decisiones. (Pérez, Nieto, Velázquez, Castellano, Garzón , & Vargas, 2009). Se evidencia que las acciones realizadas por la Universidad EAN son en beneficio de la formación integral del estudiante, de igual forma las acciones realizadas por este tipo de organizaciones van dirigidas a fomentar la lectura como elemento de formación integral en los jóvenes, por lo tanto al existir una buena gestión de la comunicación e información entre la Universidad y las entidades, permitirá que el estudiante Eanista tenga un proceso de formación completo.

### 6.2.2 Comunicación Interna

La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (Fernández Collado, 2002). De acuerdo con esta definición aplicada a este proyecto de investigación, es correcto decir que Universidad EAN como organización debe emplear acciones que permitan mantener informados, integrados y motivados a sus principales miembros, los estudiantes con el fin de cumplir los objetivos de la Universidad EAN.

Invertir en comunicación interna significa invertir en capital humano, en beneficios intangibles y a largo plazo, y en consecuencia dicha inversión supone para la organización generar coherencia, identidad, unidad, participación y lucha por un proyecto común. (Del Pozo Lite, 2004). La misión de la Universidad EAN es *“Contribuir a la formación integral de la persona y estimular su aptitud emprendedora, de tal forma que su acción coadyuve al desarrollo económico y social de los pueblos”* para cumplir esta misión es indispensable que la Universidad gestione su comunicación interna. Si los estudiantes reciben la información sobre los distintos programas ofrecidos por las entidades públicas y privadas promotoras de lectura, se contribuirá a la formación integral de los mismos.

El objetivo final de la comunicación interna en la universidad es que la comunidad universitaria conozca lo que hace la institución, cuáles son sus proyectos y resultados; lograr un clima de

implicación e integración entre los miembros e incrementar la motivación y la participación, en buena medida, soporte y base de la comunicación externa. (Cuenca Botrán, 2005). Si la misión de la Universidad es contribuir con la formación integral de los estudiantes, una gran herramienta para cumplir este objetivo es transmitir la información de las organizaciones promotoras de lectura y esto se logra mediante la buena gestión de la comunicación interna.

### 6.2.3 Comunicación Externa

Comunicación externa es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.), encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios. (Fernández Collado, 2002). Llevando la propuesta de Fernández a la práctica podemos señalar que la gestión adecuada de la comunicación externa por parte de las organizaciones promotoras del hábito lector es la clave para cumplir el objetivo de las mismas. El dar a conocer sus servicios, sus actividades y programas en la Universidad EAN, logrará que más jóvenes colombianos se involucren con la lectura.

La comunicación externa se utiliza para proporcionar información persuasiva a los representantes del entorno acerca de las actividades, productos o servicios de la organización, la información enviada por medio de canales externos puede utilizarse para influir sobre las actividades de los individuos. (Kreps, 1995). De acuerdo con Kreps, es importante utilizar estrategias de

comunicación externa, las cuales permitan que la información de estas entidades llegue a los estudiantes de manera persuasiva, donde se motive a los estudiantes universitarios a leer.

#### 6.2.4 Relaciones Públicas

El Instituto de Relaciones Públicas (*Public Relations Association*) define: “Las relaciones públicas son una función directiva de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones públicas y privadas tratan de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar vinculados a través de la evaluación de la opinión pública sobre la obra propia, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones y procedimientos propios y obtener por medio de una información amplia y difundida, una cooperación productiva y una realización más eficaz de los intereses comunes” (Itoiz, 2001)

Teniendo en cuenta esta definición, se evidencia que la gestión de las relaciones públicas es importante en todo tipo de organización. Cuando las distintas instituciones tienen objetivos en común como es el caso de Biblored, BLAA, Redlees, CERLALC, Librerías independientes y la Universidad EAN, mediante la gestión de sus relaciones públicas pueden unirse y trabajar en conjunto con esfuerzo planificado y sostenido. En el libro *Relaciones Públicas Eficaces*, la definen como la función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y los públicos de los que depende su éxito o fracaso. (Cutlip, Center, & Broom, 2001), depende de la unión y del trabajo mutuo de las organizaciones que promocionan la lectura y la Universidad se logrará el éxito de incentivar a los jóvenes a leer.

### 6.2.5 Plan Estratégico de Comunicación

El plan de comunicación se convierte en el hilo conductor que integra todas las partes de la organización, este establece la construcción de relaciones entre las personas que representan o hacen parte de los diferentes públicos de la organización (López Jiménez, et al., 2006). Realizar una plan de comunicación que involucre la gestión de la comunicación interna por parte de la Universidad EAN y la gestion de la comunicación externa por parte de las entidades promotoras del hábito lector permitirá construir un canal donde ambas partes se integren e intercambien información.

La comunicación estratégica requiere de una adecuada planificación, entendiendo ésta como el proceso por el que una organización, una vez analizado el entorno en el que se desenvuelve y fijado sus objetivos a corto y largo plazo, selecciona las estrategias más adecuadas para lograr esos objetivos y define los proyectos a ejecutar para el desarrollo de esas estrategias. (Cruz, 2006). Como lo señala Cruz, para que un plan de comunicación sea estratégico es indispensable realizar una investigación profunda, que permita fijar objetivos y acciones claras que beneficien a la organización. Para el caso de este estudio, es necesario conocer los objetivos, estretegias y metodología que aplica la universidad EAN y la distintas entidades en pro de la formación lectora de los universitarios, para así diseñar un plan de comunicación con un objetivo en común y con acciones encaminadas a cumplirlo por parte de la población enunciada.

Según la comunicadora Gabriela Herrera Martínez (2004), para implementar un plan estratégico de comunicación efectivo es necesario seguir cuatro pasos básicos:



1. Investigación y Adición: Emitir un diagnóstico, el cual permita conocer el estado de la organización, saber cuáles son sus necesidades.
2. Planeación y programación: En esta etapa se decide y propone la forma de solucionar el problema o de satisfacer la necesidad de comunicación encontrada.
3. Implantación del plan estratégico de comunicación: Esta fase implica llevar a cabo lo planeado y aprobado.
4. Evaluación: Con esta etapa se conoce que tanto fueron aceptadas o rechazadas las estrategias planeadas, y cuán efectivas o no resultaron.

En relación a lo que se viene enunciando Gabriela Omalendi (2003) recomienda aplicar la siguientes ocho fases:

1. Análisis de la empresa
2. Estudios del sector (mercado y competencia)
3. Objetivos espacio/ temporales de la empresa
4. Destinatarios principales y sus necesidades de información
5. Planteamiento básico de la comunicación
6. Mix de comunicación (selección de medios)
7. Calendario para todas las acciones
8. Presupuesto

Como se observa en el planteamiento de estas dos autoras un plan estratégico de comunicación debe estar correctamente estructurado, es imprescindible desarrollar cada paso. Un plan

estratégico debe ser un proceso pensado, continuo y evaluado, con el objetivo que sea aplicado y mejore los procesos comunicativos de las organizaciones.

#### 6.2.6 Políticas Públicas de Promoción de Lectura

Las políticas actuales, en Colombia, han buscado reconocer el papel de la lectura en la formación de los estudiantes. En primera instancia es importante señalar la Ley 115 de 1994, conocida como Ley General de Educación, la cual promovió una discusión sobre la lectura y escritura en diferentes niveles, y como consecuencia de esto, el tema de las acciones – no sólo en términos de cantidad sino de calidad – relacionados con la lectura y la escritura ha tomado fuerza en congresos y coloquios nacionales e internacionales (Cisneros Estupiñán, 2011). De acuerdo a lo que menciona Cisneros, el Ministerio de Educación Nacional (MEN) a partir del 2000 ha venido mejorando sus modelos de evaluación por parte de los distintos organismos como el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (ICFES), las pruebas Saber (en educación básica), el ECAES (para la Educación Superior).

En el ámbito de la Educación Superior, el Decreto 2566 de 2003, en su Art. 6, postula: *“La institución deberá presentar de manera explícita la forma como se desarrolla la cultura investigativa y el pensamiento crítico y autónomo que permita a estudiantes y profesores acceder a los nuevos desarrollos del conocimiento, teniendo en cuenta la modalidad de formación. Para tal propósito, el programa deberá incorporar los medios para desarrollar la investigación y para acceder a los avances del conocimiento.”*, es decir, que es deber de la Universidad generar y brindar herramientas que contribuyan con la formación investigativa de los

estudiantes y los profesores, en este sentido se hace necesario resaltar la importancia de la lectura en el proceso de investigación, tanto los estudiantes como los profesores deben tener buenas habilidades lectoras para generar buenos trabajos investigativos.

Esfuerzos por promover la lectura en Colombia se han venido desarrollando a través de los años, entre 1982 – 1984 se creó el Sistema de Biblioteca Móviles y se realizó un acuerdo con el gobierno español para la dotación de bibliotecas. En 1989 se desarrolló el Plan Nacional de Bibliotecas Públicas por Colcultura, en 1991, la Presidencia lanzó en convenio con las alcaldías, un programa de bibliotecas rurales, en 1992 se adelantó el Plan Nacional de Lectura “Es rico leer”, mediante el cual se reforzaron bibliotecas públicas con colecciones de 300 títulos y se entregaron puestos de lectura y cajas viajeras. En 1993 se creó el programa de Bibliotecas de Barrio de Medellín. En 2003 el Gobierno nacional puso en marcha el Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas bajo la dirección de la Biblioteca Nacional. (OEI, CERLALC, 2004). Sin embargo, a excepción del Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas, la mayoría de estos planes han dejado de funcionar y se desconocen su impacto en la sociedad.

El Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas surgió con el apoyo del Cerlalc y la Organización de Estado Iberoamericanos en el 2004 en Cartagena, mediante el documento “Agenda de políticas públicas de lectura y bibliotecas”, donde se establece como objetivo general de la política: Garantizar la recuperación, conservación, organización, control y difusión del patrimonio bibliográfico y documental del país, así como las posibilidades de accesos de toda la población a la lectura, la información y el conocimiento, con independencia de barreras físicas, regionales, sociales o culturales.” Entidades como Asolectura, Fundalectura y las distintas bibliotecas

públicas, actualmente están comprometidos con esta política, por lo cual están en constante desarrollo y creación de actividades que promuevan la lectura en los colombianos.

El Plan Nacional de Lectura es un proyecto liderado por las instituciones del Estado de un país, para concretar y fortalecer su política pública de lectura mediante la concertación y la articulación de esfuerzos adelantados por diversos actores: la sociedad civil organizada, la empresa privada y la academia, entre otros, por lo cual la Universidad EAN, y las distintas instituciones privadas promotoras del hábito lector juegan un rol importante en el desarrollo y cumplimiento de este proyecto.

#### 6.2.7 La Lectura

Diversas disciplinas se han preguntado ¿qué es leer? y han intentado describir sus características, es el caso del semiólogo italiano Umberto Eco quien definió la lectura en términos semióticos, como un proceso de comunicación entre el texto y el lector, en esa comunicación, según Eco, el texto adopta la actitud de un “mecanismo perezoso”, no dice todo acerca de sí mismo, deja muchas cosas sin explicitar, lo que exige al lector asumir un rol sumamente activo. La tarea del lector consistiría fundamentalmente en hacer inferencias, en reponer o completar lo que el texto no dice pero da a entender. Basados en este concepto de lectura que da Umberto Eco, es correcto decir que la lectura es tanto un placer como un desafío lingüístico, cognitivo.

Para una mayor comprensión del concepto de la lectura se han elegido tres definiciones: la lectura **como proceso cognitivo**, la lectura **como práctica cultural** y la lectura **como derecho**, las

cuales son pertinentes para este trabajo investigativo, sin embargo, cabe recalcar que la lectura ha sido definida por distintas disciplinas como la psicología, la lingüística, la sociología, la historia, la semiología, la literatura, entre otras.

- La lectura como proceso cognitivo. La lectura es un proceso cognitivo complejo e interactivo, a través del cual el lector construye activamente una representación del significado de un texto, estableciendo relaciones entre el contenido, sus propios conocimientos y experiencias. La comprensión final del texto va a depender de la conjunción de dos factores principales: por un lado, las características del material escrito, como su contenido, estructura, organización y construcción lingüística, y, por otro, las características del lector: sus expectativas, sus conocimientos y las estrategia que utiliza para derivar sentido del texto (Peña, 2002). Al llevar esta definición al contexto de la universidad, se observa que la lectura es una herramienta fundamental para el aprendizaje y para la construcción de conocimiento. Los distintos problemas que presentan los estudiantes, como la falta de comprensión e interpretación de textos, y la falta de redacción y producción de escritos reflejan la necesidad de inculcar la lectura en los estudiantes universitarios.

- La lectura como práctica cultural. La lectura es una práctica social históricamente construida. Cada lector, cada comunidad de lectura tiene sus propios modos de leer, sus maneras de usar, interpretar y apropiarse de los textos escritos, cada sujeto y escena de lectura son únicos y como tal deben abordarse, su estudio ayudará a ampliar la comprensión acerca del significado y el sentido de la lectura, y arrojará valiosa información sobre la manera como se pueden promover auténticas experiencias en los diversos ámbitos que la lectura se desarrolla. (Peroni, 2004).

Para entender esta definición podemos decir que la lectura está en constante evolución y se transforma de distintas maneras entre los grupos sociales. La definición de Peroni ha sido empleada por el Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas, creando distintos programas para promocionar la lectura dentro de diversos escenarios de la vida social como hospitales, cárceles, y muchos otros lugares donde no llega la lectura. Esta definición plantea entonces el libro como bien cultural.

- La lectura como derecho. La lectura es un derecho, no es un lujo, ni una obligación. No es lujo de élites que pueda asociarse con el placer y la recreación, ni es una obligación impuesta por la escuela, es un derecho de todos que, además, permite un ejercicio pleno de la democracia. Leer y escribir son prácticas que ayudan a las personas a construir tanto su individualidad como su sociabilidad, a construir el mundo con responsabilidad y solidaridad. (Ferreiro, 2000)

Esta última definición evidencia como la lectura es una condición para el desarrollo humano y social, para el ejercicio de la ciudadanía y la consolidación de la democracia, una sociedad con hábitos de lectura, será una sociedad que progresa, muchos de los problemas que actualmente tiene Colombia, como violencia, injusticia, pobreza son por falta de un buen sistema de educación. Si las personas leyeran más existiría un cambio social positivo, con el PNLB se quiere llegar a esos sectores sociales donde la educación es mínima y brindarles el conocimiento mediante los libros.

### 6.2.8 Tipos de Lectura

Existen distintas maneras de clasificar la lectura, de acuerdo, al tipo de texto, la finalidad con la que se lee, el tiempo, el lugar. Varios escritores coinciden que la variable central para tipificar la lectura es conocer el objetivo o el propósito que se plantea el lector. En relación a esto la primera clasificación fue la siguiente: lectura para obtener información (saber-conocer), lectura para interactuar (opinar-hacer), lectura para entretenerse (gozar-imaginar-entretenerse). (Mendoza Fillola, 1998)

A partir de la clasificación de Mendoza se puede hablar de lecturas recreativa, informativa, de revisión, de documentación y de estudio. (Pérez H. , 1999). Entre las lecturas recreativas cabe resaltar el papel de los textos literarios, según la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte de Bogotá, en el análisis de la Encuesta Bienal de Culturas realizada en octubre de 2011, el 32.54 por ciento de los bogotanos considera que la literatura es muy importante, aunque es superada en importancia por la música y el arte, la frecuencia de lectura de literatura (cuentos, novelas, poesía, etc) revela los siguiente resultados: El 7.79 por ciento de los habitantes de Bogotá lee diariamente literatura, el 7.78 lee literatura más de una vez por semana, el 10.72 dijo leer literatura una vez a la semana, el 17.78 por ciento lee literatura una vez al mes, casi nunca lee literatura el 37.10 por ciento y nunca lee literatura el 18.39 por ciento.

La lectura informativa corresponde a periódicos, revistas, diarios con el objetivo de estar actualizado sobre lo que sucede en el mundo. La lectura de revisión se caracteriza en releer los textos para corregir lo que se ha escrito. La lectura de documentación se evidencia en el

momento de hacer un investigación o en distintos trabajos académicos. La lectura de estudio tiene como propósito dominar el tema de un texto específico, para lo cual se debe comprender e interpretar.

Teniendo en cuenta lo propuesto por estos dos autores, es importante recalcar que dependiendo del propósito del lector se elige el tipo de lectura. Algunas lecturas requieren de un gran esfuerzo mientras que otras no, es el caso de la lectura de estudio en la cual es necesario realizar todo un proceso con el fin de comprender e interpretar los textos. Para ello, es necesario la orientación de los profesores y que la familia inculque el hábito de la lectura en los hogares. Así mismo, la lectura recreativa debe ser una herramienta efectiva para que el proceso de interpretar y comprender sea mas fácil para los estudiantes.

La universidad EAN cuenta con una amplia biblioteca donde se encuentran todo tipo de lectura que ayuda a la formación integral del estudiante, no obstante, hace falta divulgación de estos textos, ya que la mayoría de estudiantes no han descubierto la riqueza de libros que tiene la universidad EAN. Es importante no solo enfatizar en los libros de estudio, sino en la lectura recreativa, como por ejemplo, leer literatura en otros idiomas facilitará el aprendizaje de los mismos. En la encuesta aplicada a los estudiantes hubo un gran porcentaje de estudiantes que afirmaron que la lectura les ayudaba a adquirir vocabulario y a enriquecer su conocimiento.



### 6.2.9 Importancia de la Lectura para los Universitarios

El tema de la lectura es de gran magnitud, como anteriormente se evidenció existen distintas definiciones y tipos de lectura; además hay muchos modos de leer, no es lo mismo leer para recrearse, que leer para responder un cuestionario o realizar una investigación, de igual forma no es lo mismo leer un apunte, un manual, o determinado libro. Cada una de esas situaciones implica la puesta en práctica de distintos tipos de actividades cognitivas por parte de los estudiantes, el rol de la lectura en la Universidad es central tanto para estudiantes, docentes e investigadores. La lectura es una actividad decisiva para el éxito académico y profesional, ya que está brinda conocimientos, desarrolla habilidades comunicativas, permite desarrollar textos escritos con coherencia, entre otros beneficios.

La formación del profesional en el mundo contemporáneo está estrechamente vinculada al desarrollo del conocimiento científico, por tanto los estudiantes universitarios enfrentan el reto de buscar, procesar, y fijar toda la información y conocimientos requeridos para alcanzar el nivel de profesionales y estar preparados para la actividad laboral. Los conocimientos adquieren un grado de complejidad tal que es necesario que el estudiante domine métodos de trabajo propios, técnicas de lectura que conduzcan a la asimilación de los mismos. La lectura constituye una de las vías en este caso más utilizadas para acceder a la información. Saber leer no significa solamente reconocer las palabras del texto, sino comprender lo que se lee, es decir se trata de seguir la lógica de lo que ha querido expresar el autor y poder delimitar cuales son los temas tratados en su orden y jerarquía. (González Pérez, Hernández Díaz, & Viñas Pérez, 2009).

A lo largo del proceso de estudio en la Universidad el estudiante debe leer artículos, libros de distintos autores, realizar ensayos, reseñas, debates y como proyecto final desarrollan el trabajo de grado que se basa en investigación, la cual como primer requisito es leer y conocer del tema a trabajar. Como se evidencia a lo largo del estudio la lectura siempre está presente como herramienta fundamental para la formación profesional. El ex - profesor de la Universidad Nacional, Salomón Kalmanovitz, considera que la Universidad Colombiana no ha resuelto el problema de las deficiencia de lectura y de escritura que presentan los estudiante, lo que repercute directamente en la formación académica y en la baja calidad profesional de los egresados, quienes salen sin capacidad para continuar su formación científica e innovar.

La Universidad EAN en busca de crear profesionales íntegros debe tener en cuenta el valor y la importancia de la lectura para los estudiantes, realizar un análisis de la situación actual de los estudiantes y brindar las herramientas para fortalecer o crear los hábitos de lectura en los Eanistas. Fernando Ocampo profesor de la Universidad Pedagógica, en el Congreso Pedagógico Nacional en 1987, afirmó que el fracaso de la educación colombiana se evidencia en la dificultad que muchos estudiantes universitarios tienen para leer y escribir. Es una debilidad en la que muchas entidades han trabajado para solucionar y aumentar el nivel de lectura, con este proyecto se desea contribuir para que la Universidad sea parte de estas organizaciones preocupadas y con acciones encaminadas a promover la lectura en los Universitarios.

#### 6.2.10 Hábito de la Lectura y su Análisis en otros Países.

El hábito de la lectura es *“la costumbre placentera de acudir a la lectura para satisfacer diversos intereses”*. Al analizar esta definición dada por el poeta y narrador Luis Darío Bernal Pinilla, se encuentra que al referirse a una costumbre se señala el uso constante de la lectura, al decir que es una costumbre placentera se evidencia que este hábito no debe ser obligación, por el contrario da satisfacción al lector. Por último se menciona que el acercamiento a la lectura satisface diversos intereses, este punto es la clave para adquirir el hábito de la lectura, ya que el lector debe tener expectativas o un objetivo claro a alcanzar por medio de la lectura. (Bernal Pinilla, 2011). Para complementar el tema del hábito de la lectura en la población universitaria, se investigaron dos entidades educativas, las cuales por medio de un instrumento aplicado a la población estudiantil evidenciaron las falencias que tienen los estudiantes y la importancia de que estos adquieran y fortalezcan el hábito a la lectura.

El estudio *“Hábitos de Lectura en alumnos universitarios de carreras de ciencia y tecnología”* es un diagnóstico preliminar sobre los hábitos de lectura de 158 estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Buenos Aires por medio de una encuesta escrita. A lo largo de la investigación se recalca la importancia de la lectura en la formación científico-tecnológica de los estudiantes. Según lo menciona Pierre Léna, miembro de la Academia de Ciencias francesa, para quien la lectura, la escritura y el aprendizaje de la ciencia y la tecnología están más que estrechamente relacionados y conforman los tres lados de un triángulo de cuya armonía y solidez depende una formación verdaderamente integral (citado por Montoya, 2009). Las principales conclusiones de esta investigación fueron que los estudiantes encuestados no carecen por

completo de hábito de lectura, pero su formación integral requeriría un importante incremento en lo mismos. El valor del libro impreso sigue siendo el medio principal de la lectura y existe poca interacción entre las lecturas realizadas por lo jóvenes y su formación como profesionales. El estudio propone establecer estrategias para fomentar los hábitos de lectura en los estudiantes de Ingeniería, y relacionar la lectura científicas con la formación profesional.(Cornejo, 2012). Como se evidencia con este estudio, la importancia de implementar estrategias que fomenten el hábito de la lectura de los estudiantes es fundamental para contribuir con su formación profesional.

La investigación “*Estudio de los hábitos lectores de los estudiantes de la Universidad Europea de Madrid*” realizada a 180 estudiantes, trató de determinar y analizar lo hábitos de lectura de este grupo de estudiantes, tomando siempre la lectura como una actividad de ocio y cuantificar el tiempo dedicado a la lectura comparándolo con otras actividades: televisión, radio y demás. Las conclusiones de esta investigación evidenciaron que cada vez se lee menos y que no hay grandes expectativas de cambio al respecto. No obstante, el Espacio Europeo de Educación Superior, conocido como Bolonia, propone ciertas novedades desde el punto de vista educativo, que podría beneficiar en gran medida el hábito lector, como por ejemplo, el nuevo concepto de aprendizaje donde el centro de atención es el alumno otorgándole tareas como la creación de sus propios apuntes, lo que implica que lea manuales, utilice diferentes fuentes de información. Está investigación señala que lo propuesto por el Espacio Europeo de Educación Superior no soluciona completamente la falla existente, la situación obtenida por la muestra es que los estudiantes se limitan a toma apuntes, sin leer, sin informarse de noticias actuales, no leen periódicos, acuden a la biblioteca exclusivamente a estudiar, hacen uso de internet solo para consultar el correo electrónico y chatear, además eligen otras alternativas de ocio que difieren de la lectura. (García Delgado, 2011)..Con este estudio se muestra la falencia que existen en la

educación superior, la lectura es una responsabilidad que se deja a manos de las familias o del colegio, sin embargo es necesario desarrollar habilidades de lectura propias del nivel superior, es indispensable que existan actividades de promoción de la lectura y vinculación con el libro en la Universidad.

#### 6.2.11 Promoción de la lectura

“La promoción de la lectura consiste en aquellas actividades que fomentan la lectura en lugares o momentos en que no es habitual y, fundamentalmente, consiste en todas las acciones tendientes a la formación de lectores.” (Castronovo, 2000) Las actividades de animación, promoción del libro y la lectura se basan en la sensibilización de los posibles lectores hacia el libro y la lectura. Una de las principales causas de que los estudiantes no lean, es la falta de interés, los jóvenes prefieren realizar otro tipo de actividades y la lectura queda en último lugar. Para lo cual es fundamental que exista una etapa de sensibilización, donde el estudiante se entusiasme a leer. Adquirir el hábito de la lectura es un proceso, el cual inicia desde el hogar, sin embargo es necesario que a lo largo de la vida se continúe desarrollando.

Para la fase de sensibilización se recomienda realizar campañas informativas o publicitarias, dar a conocer un autor, un género o un tema; las cuales pueden adquirir distintas formas, como es hacer debates con el autor, exposiciones, ferias de libro. No obstante, es necesario aplicar otras estrategias para atraer a los jóvenes, la propuesta de esta investigación es la cooperación entre los diferentes profesionales; escritores, editores, librerías, profesores. La responsabilidad de promover la lectura no corresponde solo a las bibliotecas. La colaboración con otras instituciones

permitiría la unión de esfuerzos y facilitaría que se promueva la lectura de manera eficiente a la población juvenil.

#### 6.2.12 Entidades que Promueven la Lectura en Colombia

A lo largo de esta investigación se ha evidenciado distintas organizaciones tanto públicas como privadas comprometidas a promover la lectura en Colombia. A continuación se describirán las más importantes teniendo en cuenta la necesidad de los estudiantes de la Universidad EAN.

- **Biblored:** Red Capital de Bibliotecas Públicas de Bogotá, es un programa de la Alcaldía Mayor de Bogotá y la Secretaría de Educación del Distrito Capital, formado por cuatro bibliotecas mayores, seis locales, diez de barrio y un Bibliobús, localizados en puntos estratégicos de la ciudad para brindar una amplia cobertura con programas de promoción de lectura, servicios bibliotecarios y actividades culturales. Las bibliotecas mayores son: *Virgilio Barco, Parque El Tunal, El Tintal Manuel Zapata Olivella y el Centro Cultural Biblioteca Pública Julio Mario Santo Domingo.*<sup>2</sup> La Secretaría de Educación ha creado esta red con el fin de brindar a los ciudadanos y ciudadanas la oportunidad de disfrutar de libros, internet, música, cine, entre otras actividades de manera gratuita.

BIBLORED tiene una agenda mensual, en la cual se divulgan las actividades culturales que están divididas en actividades para niños y niñas, para jóvenes, para adultos, para la familia y para personas mayores. Entre las más importantes se destacan el *Taller de teatro*, dirigido a jóvenes

---

<sup>2</sup> Se recomienda visitar: <http://www.biblored.edu.co/>

entre 15 a 21 años, este espacio está pensado como un taller de exploración interdisciplinaria experimental para la creación estética desde diversas fuentes dramatúrgicas, corrientes, lenguajes y disciplinas. Esta actividad permite que los jóvenes desarrollen competencias comunicativas, que venzan la timidez y que se diviertan aprendiendo de las distintas obras.

En cuanto a la lectura, la red ofrece el *Club de Lectores* dirigido a niños y niñas donde en ocasiones se combina la lectura de libros con el cine. La *Hora del Cuento*, todos los sábados donde los niños y niñas podrán escuchar maravillosas historias. Para los jóvenes se ofrece el *Café literario Bibliófilos*, es un encuentro con la literatura cada sesión se trabaja sobre un autor o una corriente en específica, es una gran posibilidad de conocer nuevas obras, nuevos autores y de intercambiar opiniones. Para la familia existe el taller *Leer en Familia* donde todos pueden venir a participar y disfrutar de un espacio cultural. *Leer con mi bebé*, otro espacio para que mamá, papá e hijo compartan tiempo junto una buena lectura. Existe también un taller llamado *Oigo, siento y me comunicó* en el cual se trabaja la lectoescritura Braille, además existen talleres para leerles a las personas mayores.

Para desarrollar las habilidades de redacción y de escritura esta organización ofrece talleres de *cómo escribir un ensayo*, o *cómo escribir para la vida*, entre otras formas de escribir, estos talleres se componen de varias sesiones, las cuales en compañía de la lectura de un libro se va desarrollando las habilidades al escribir.

BIBLORED, ofrece buena programación de cine, existen tres grupos: *cine foro*, *cine taller* y *cine familiar*, donde se ven las diferentes películas y se comparten opiniones, algunas veces se

desarrollan trabajos escritos en relación con la película expuesta. Por último, es importante recalcar que BIBLORED ofrece capacitaciones en distintos temas, además que brinda diferentes tipos de libros tanto electrónicos como físicos, y junto a universidades o distintas instituciones ofrece exposiciones y conferencias respecto a temas que fortalecen la formación educativa de todas las personas.

- Banco de la República: Poco después de su creación en 1923, el Banco de la República asumió el rescate, preservación, análisis, estudio y difusión de múltiples piezas precolombinas, piezas numismáticas, libros y documentos, que conforman buena parte del patrimonio cultural de la Nación, con el fin de fortalecer la identidad cultural del pueblo colombiano, se dio origen al Museo del Oro y a la Biblioteca Luis Ángel Arango. Los buenos resultados obtenidos en más de 80 años de trabajo, han permitido que estas actividades culturales se mantengan hasta hoy, bajo la dirección institucional de la Subgerencia Cultural del Banco de la República.

La ley autoriza expresamente al Banco a destinar parte de su presupuesto para el desarrollo de estos servicios. El Museo del Oro, la Red de Bibliotecas con sedes en 28 ciudades del país, la Sala de Conciertos de la Biblioteca Luis Ángel Arango, la Casa de Moneda, el Museo Botero y el Museo del Banco de la República, junto con las colecciones de arte, numismática y filatelia están a cargo del Banco de la República y cada una contribuye a generar cultura.<sup>3</sup>

El Banco de la República cuenta con una programación cultural de gran magnitud e importancia para los estudiantes y ciudadanos, en el tema de la lectura, el banco ofrece distintos clubes los

---

<sup>3</sup>Se recomienda visitar: <http://www.banrepcultural.org/>



cuales están divididos según el tema y al grupo de personas al que está dirigido, algunos son: *Club de jóvenes lectores, La hora del cuento: El placer de leer con los niños, Club de literatura infantil y juvenil, Club de lectura científica: Las ciencias no muerden, Club de Cómic, Club de poesía, Club de lectura de mapas, Comparto mi voz: Sesión de lectura para público con discapacidad visual y lectores voluntarios, Club de lectura: Club de clásicos.* Como se puede evidenciar esta organización cuenta con herramientas de fácil acceso que permiten acercar a las personas a la lectura.

Esta organización también cuenta con distintos talleres de una gran variedad de temas: astronomía, tecnología, teatro, música, entre otros. Estos talleres son realizados en los espacios culturales del Banco de la República y su entrada es gratuita. Los espacios son *Biblioteca Luis Ángel Arango BLAA, Museo de Arte del Banco de la República, Casa de Moneda, Museo del Oro, Museo Botero y Casa Gómez Campuzano.* En estos espacios también se realizan visitas temáticas, exposiciones temporales, conferencias, tertulias, conciertos, seminarios, y muchas más actividades que permiten fomentar cultura y desarrollar distintas habilidades en cada persona.

- Asociación Colombiana de Libreros Independientes ACLI: Esta organización surgió gracias al apoyo de la Alcaldía de Bogotá, del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC) y de la Cámara Colombiana del Libro en enero de 2007. Su objetivo es competir comercialmente con las ventas masivas, los saldos en grandes superficies y las librerías de cadena, conservando la identidad de cada librería y fortaleciendo su presencia y participación en la vida cultural del país.

Las librerías que pertenecen a esta asociación se caracterizan por ser de barrio, ubicadas en antiguas casas, ofrecen una gran variedad de espacios y ofertas culturales, son un lugar donde se puede compartir y vivir experiencias gratificantes. Algunas de las librerías representativas son: Luvina ubicada en el barrio la Macarena, Casa Tomada ubicada en Teusaquillo, ArteLetra, Authors y Biblos ubicadas al norte de Bogotá, la mayoría de estas librerías semanalmente tienen su programación de espacios culturales, ofrecen talleres, charlas, exposiciones, conciertos, tertulias con escritores y editores. Los libreros tienen el firme propósito de promover la lectura, de acercar el libro a todo tipo de personal, por lo cual la mayoría de estos eventos son gratuitos. Librerías como ArteLetra y Authors son el lugar perfecto para encontrar libros en otros idiomas, y participar de eventos donde se pueda practicar el idioma extranjero.

Existen otro tipo de librerías en Bogotá las cuales no son tan acogedoras como las anteriormente mencionadas, tal vez por el sector donde están ubicadas, estas son las librerías del Centro Cultural del Libro ubicada en el centro de Bogotá. Sin embargo, es importante mencionarlas porque existen maravillosos lugares en este sector, como es el ejemplo de la Librería Merlín, una casa totalmente llena de libros, donde fácilmente se pasan las horas sin que nos demos cuenta. Hay libros de todo tema y de todos los idiomas. Este es un lugar donde se puede sumergir en la lectura y si se desea comprar el libro tendrá un buen precio. En las librerías del Centro Cultural del Libro siempre se consigue el libro que se necesita, además es gratificante hablar con estos libreros ya que en sus puestos de trabajo no hay libro que no haya sido leído.

- Red de Lectura y Escritura en la Educación Superior. REDLEES: Fue creada en el año 2006 por la Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN), con el objetivo de compartir y

difundir experiencias sobre la lectura y la escritura en la universidad. La Red actúa como una colectividad de orientación y cooperación en las acciones emprendidas por las instituciones y los educadores para fortalecer estos procesos en la formación superior.<sup>4</sup>

REDLEES reconoce además que alrededor de la lectura y la escritura gravitan otros temas como la calidad de la educación, la equidad, la cobertura, la eficacia y la eficiencia de la educación, el fortalecimiento de la investigación para la producción del conocimiento, el impulso de la cultura, el desempeño académico de los estudiantes, entre otros. Esta red está comprometida a ser un espacio que impulse, enriquezca, mejore y proponga ideas en beneficio de la educación superior colombiana.

Con el fin de cumplir ese objetivo REDLEES invita a todas las instituciones de educación superior (IES) a participar y ser miembros de la Red de Lectura y Escritura en Educación Superior. Solo es necesaria una comunicación escrita enviada a ASCUN, por parte de Rector, Vicerrector Académico o Decano, realizando la presentación oficial de los docentes o directivos docentes que actuarán como representantes de la institución. Este proyecto es una gran herramienta para promover la lectura entre los estudiantes universitarios.

REDLEES ha participado de distintos encuentros nacionales e internacionales con el objetivo de dialogar sobre el de la lectura y escritura en la Educación Superior, ellos tienen la experiencia, las investigaciones sobre el tema y están dispuestos a compartirlo con la sociedad colombiana, específicamente con las universidades. Lo cual es una buena oportunidad para la Universidad

---

<sup>4</sup>Se recomienda visitar: <http://www.ascun-redlees.org/about/> |

EAN tenga una participación activa en la Red y desde allí promocionar la lectura y escritura a los Eanistas y seguir contribuyendo en su formación profesional brindándoles mayor acceso y uso de esta herramienta.

- Fundalectura: La Fundación para el Fomento de la Lectura es una organización privada, sin ánimo de lucro, creada en 1990 con el propósito de hacer de Colombia un país de lectores; para lo cual promueven la lectura en familia, en la escuela, en las bibliotecas, además trabajan con entidades públicas y privadas para lograr el acceso de todos los colombianos a la cultura escrita.<sup>5</sup>

Esta organización realiza convocatorias para distintas actividades entorno a la lectura y para todo tipo de población, para jóvenes y adultos existe el programa de Tertulias Literarias, en el cual desde el 2004 se convoca a organizar tertulias en bibliotecas, parques, salones comunitarios, con el fin de fortalecer la relación entre biblioteca y comunidad.

*Librearte* es un proyecto cuyo objetivo es conectar a los jóvenes de la localidad de Engativá con la lectura, mediante la primera biblioteca para jóvenes de Bogotá, con más de trescientos libros de literatura e informativos seleccionados para satisfacer y ampliar los intereses y necesidades culturales de conocimiento de los jóvenes. Por último, es importante recalcar que Fundalectura instaló cuatro nuevos Paraderos Paralibros Paraparques PPP, cada uno con una colección de 300 libros que los jóvenes podrán leer en el parque o llevar prestados a sus casas.

---

<sup>5</sup>Se recomienda visitar: [www.fundalectura.org](http://www.fundalectura.org)

Todas las actividades que desarrolla Fundalectura deberían ser conocidas por los jóvenes Eanistas, ya que estas permitirán mejorar y desarrollar sus habilidades de redacción, comprensión e interpretación. Las actividades de Fundalectura son una herramienta para la formación de un Eanista integral pues todo economista, ingeniero, administrador de empresa, profesional de lenguas modernas, debería disfrutar de la lectura y tener este hábito con el objetivo de informarse y cada día adquirir más conocimiento.

- Cámara Colombiana del Libro: Es un gremio sin ánimo de lucro que representa y defiende los intereses de editores, librerías y distribuidores, con el objetivo de promover el desarrollo del sector del libro en Colombia. Algunos de los logros que ha tenido la Cámara Colombiana del Libro son: impulsar la formulación de la Ley 34 de 1974, mediante el cual se reconoció al libro como bien natural; implementar el sistema ISBN en Colombia a partir del año 1983; participar de la creación en el año 1986 de la Fundación para el fomento de la lectura, Fundalectura y organizar desde hace 19 años la Feria Internacional del Libro de Bogotá, con el apoyo de Corferias<sup>6</sup>.

Esta organización desea impulsar el crecimiento del mercado, aumentar la lectura del libro legal, y construir un ambiente favorable para la actividad editorial. La cámara colombiana del libro mediante la Feria del Libro promueve la lectura, además apoya en la gestión de nuevos proyectos cuyo objetivo sea promover el hábito de leer, como es el caso de la Fundación Secretos para contar<sup>7</sup>, creada en el 2003 en Antioquia con el fin de llevarles a los habitantes del campo

---

<sup>6</sup> Se recomienda visitar: <http://www.camlibro.com.co/>

<sup>7</sup> Se recomienda visitar: <http://www.secretosparacontar.org/>

colombiano educación y diversión a través de la lectura. En el momento Secretos para contar está presente en 125 municipios del departamento de Antioquia.

Actividades como las ferias de libros y fundaciones como Secretos para contar, no son muy reconocidas por los estudiantes universitarios. Con ayuda de la Universidad EAN y de la Cámara Colombiana del Libro se podría atraer a los Eanistas hacer parte activa de estas fundaciones, y a reconocer el gran valor que tiene la Feria Internacional del Libro.

- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe. CERLALC: Es un organismo intergubernamental, bajo los auspicios de la UNESCO, que trabaja en la creación de condiciones para el desarrollo de sociedades lectoras. Para ello orienta sus acciones hacia el fomento de la producción y circulación del libro; la promoción de la lectura y la escritura, y el estímulo y protección de la creación intelectual. En este sentido, da asistencia técnica en la formulación de políticas públicas, genera conocimiento, divulga información especializada, desarrolla e impulsa procesos de formación y promueve espacios de concertación y cooperación.<sup>8</sup>

Gracias a la ayuda de esta organización se creó la Asociación Colombiana de Librero Independientes ACLI y la Red de Editoriales Colombianas REIC, pequeñas editoriales y librerías empezaron a ver y a reconocer que actuando individualmente no tendrían éxito, por lo cual mediante varios Congresos Internacionales dirigidos por el CERLALC se llegó a la conclusión que asociándose podrían proteger su gremio y promover la lectura en los colombianos.

---

<sup>8</sup>Se recomienda visitar: <http://www.cerlalc.org/>

El CERLALC trabaja directamente con los Ministerios de Cultura y Educación de cada país miembro, no obstante, el CERLALC se relaciona también con agremiaciones y organizaciones profesionales, instituciones y entes del sector privado, así como con organizaciones de la sociedad civil que actúan en cualquiera de los ámbitos relativos a su misión.

## **7. MARCO METODOLÓGICO**

### **7.1 TIPO DE ESTUDIO**

Este trabajo de investigación es un estudio descriptivo – correlacional según Sampieri (2007) los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. En el caso de esta monografía se realizó una descripción de las Entidades públicas y privadas que promueven la lectura en Colombia, así como de las políticas y de los avances de la promoción de lectura en Colombia, además se investigaron los distintos tipos de comunicación organizacional y como cada autor explica la mejor manera de gestionar la comunicación. Todo esto fue de gran utilidad como primera fase de la investigación ya que permitió mostrar con precisión las diferentes dimensiones de la lectura en relación con los estudiantes universitarios y la necesidad de crear un plan de comunicación que beneficie a las organizaciones y a la universidad EAN.

Por otra parte la investigación es un estudio Correlacional ya que su finalidad es conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. El fin de esta monografía es responder a la pregunta de investigación: ¿Cómo las estrategias de comunicación interna y externa pueden acercar a los estudiantes de la Universidad EAN a programas de promoción de lectura?, después de haber realizado la descripción pertinente de las distinta organizaciones involucradas con la lectura se obtiene como



respuesta a la pregunta que la mejor manera es relacionar las entidades que promocionan la lectura, con la universidad y sus estudiantes mediante un buen canal de comunicación.

## **7.2 DISEÑO METODOLÓGICO**

Para el desarrollo de esta monografía se siguieron cuatro fases, la primera fue de documentación sobre la promoción de lectura en Colombia, las políticas públicas de promoción de lectura y las distintas entidades públicas y privadas constituidas para el mismo objetivo. Paralelamente, se recolectó información sobre comunicación organizacional y plan de comunicación interna y externa dentro de las organizaciones.

La segunda fase de este proyecto fue la elaboración y aplicación de instrumentos de medición. Se realizó una encuesta a estudiantes de todos los semestres con el fin de comprender las actitudes de los estudiantes ante la lectura, el consumo de libros y si conocen y participan de las entidades que promueven la lectura. Además, se desarrolló entrevistas a las siguientes entidades: Biblioteca Luis Ángel Arango, Biblored, Fundalectura, Librerías Independientes. De igual forma, se entrevistó a las personas encargadas de la Biblioteca, del departamento de Gestión Cultural, del departamento de Comunicaciones y de Relaciones Institucionales de la Universidad EAN para así conocer cuál es la estrategia comunicativa que utilizan para promover la lectura en la universidad.

La tercera fase fue el análisis de la información, el análisis de las entrevistas realizadas permitió descubrir si la solución propuesta para el problema de investigación era viable. Finalmente, la

cuarta fase fue desarrollar la solución al problema, teniendo en cuenta la documentación recolectada y el análisis de las entrevistas se procedió a diseñar una estrategia de comunicación interna y externa que promueva los hábitos de lectura en los estudiantes de la Universidad EAN en beneficio de su formación profesional.

### 7.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para conocer cuál era la muestra indicada se consultó un estadista quien mediante la siguiente fórmula concluyó que de 2000 estudiantes de la Universidad EAN se debían encuestar a 300 personas con determinadas características.

Figura 1: Fórmula para el cálculo de la muestra

$n_o = \frac{Z^2(p)q}{\epsilon^2}$	<p>Donde:</p> <p><math>n_o</math> : Cantidad teórica de elementos de la muestra.</p> <p><math>n</math> : Cantidad real de elementos de la muestra a partir de la población asumida.</p> <p><math>N</math> : Número total de elementos que conforman la población.</p>
$n = \left( \frac{n_o}{1 + \frac{n_o - 1}{N}} \right)$	

De los 300 estudiantes que corresponden al 15% de la población Eanistas, se clasificaron en los programas presenciales que ofrece la Universidad como son Administración de Empresas, Economía, Lenguas Modernas, Estudios y Gestión Cultural, Ingeniería Ambiental, Ingeniería de Sistemas e Ingeniería de Producción, de igual forma se catalogaron en la jornada diurna como

nocturna y en cada semestre. Todo esto con el fin de hallar una muestra precisa que permitiera conocer la opinión y medir el hábito de la lectura en los estudiantes de cada programa y cada semestre.

Tabla 1: Clasificación de la muestra

<b>MUESTRA ENCUESTADOS</b>				
	Diurno	Nocturno		
<b>Administración de Empresas</b>	<b>45</b>	<b>67</b>	<b>110</b>	110
1	5	4	9	
2	7	4	11	
3	7	5	12	
4	9	5	14	
5	5	9	12	
6	5	7	12	
7	3	8	11	
8	2	7	9	
9	0	8	8	
10	2	10	12	
<b>Economía</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>15</b>	15
1	1	2	3	
2	1	1	2	
3	1	0	1	
4	1	1	2	
5	0	1	1	
6	1	1	2	
7	0	1	1	
8	0	1	1	
10	0	1	1	
<b>Estudios y Gestión Cultural</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
1	1	0	1	
2	0	1	1	
3	0	1	1	
4	0	0	0	
5	0	0	0	
6	0	0	0	
<b>Ingeniería Ambiental</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	13

1	2	2	4	
2	2	0	2	
3	1	0	1	
4	1	0	1	
5	1	1	2	
6	0	1	1	
7	0	1	1	
8	0	1	1	
<b>Ingeniería de Producción</b>	<b>3</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	15
1	1	0	1	
2	1	1	2	
3	0	1	1	
4	1	1	2	
5	0	1	1	
6	1	2	3	
7	0	2	2	
8	0	1	1	
9	0	0	0	
10	0	3	3	
<b>Ingeniería de Sistemas</b>	<b>6</b>	<b>22</b>	<b>28</b>	28
1	1	3	4	
2	0	1	1	
3	1	1	2	
4	1	2	3	
5	0	2	2	
6	0	4	4	
7	1	3	4	
8	1	3	4	
10	1	3	4	
<b>Lenguas Modernas</b>	<b>63</b>	<b>54</b>	<b>117</b>	117
1	10	4	12	
2	8	3	11	
3	10	6	16	
4	10	4	14	
5	10	9	13	
6	5	5	10	
7	4	6	10	
8	3	6	9	
9	1	4	5	
10	1	7	8	
<b>Total General</b>				<b>300</b>

## 7.4 INSTRUMENTOS

Se aplicó una encuesta online y física a los estudiantes de la Universidad EAN para determinar como primer aspecto lo hábitos de lectura de los estudiantes Eanistas, así como para conocer si el ambiente familiar ha inculcado este hábito, como tercer propósito la encuesta realizada permitió conocer la relación entre los estudiantes y la biblioteca de la Universidad EAN, y las diferentes entidades públicas y privadas de promoción de lectura, por último punto la encuesta evaluó como los estudiantes perciben el ambiente institucional en relación a la promoción de la lectura. (Ver Anexo 1).

Asimismo, se realizaron entrevistas dirigidas a entidades públicas y privadas que promocionan la lectura y la escritura en Bogotá con el objetivo de conocer el medio de comunicación aplicado por esas organizaciones para promover sus servicios, y así lograr proponer una estrategia de comunicación que sea afín a los parámetros de las organizaciones. (Ver Anexo 2).

Dentro de la Universidad se hicieron varias entrevistas, con el propósito de conocer como las distintas partes pueden aportar su ayuda para promover la lectura dentro de la misma, se entrevisto en primera instancia a la Biblioteca Hildebrando Perico Afanador ya que la biblioteca hacer parte vital de que se logre el objetivo propuesto. (Ver Anexo 3). Como segunda instancia se realizó una entrevista dirigida al Departamento de Gestión Cultural (Ver Anexo 4) y al Departamento de Comunicación (Ver Anexo 5), los cuales son parte integral de formar el canal de comunicación entre las entidades y la universidad. Y por última instancia se entrevistó a la persona encargada del Departamento de Relaciones Institucionales, con el fin de conocer los

requisitos que deben cumplir las distintas entidades para hacer alianzas estratégicas con la Universidad EAN. (Ver Anexo 6) y al Departamento de Medio Universitario el cual siempre se ha preocupado por ofrecer cultura y bienestar a sus estudiantes además de contribuir con su formación. (Ver Anexo 7)

## **8. RECOLECCIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

### **8.1 ENCUESTA**

#### 8.1.1 Análisis Encuestas Estudiantes EAN

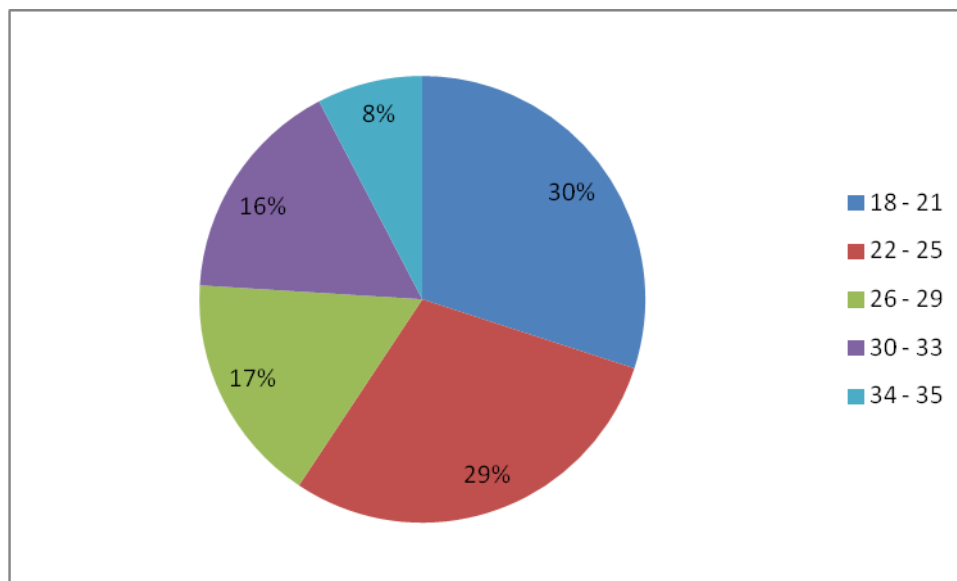
Al aplicar el instrumento No.1 con el fin de conocer la percepción de los hábitos de lectura en la Universidad EAN por parte de los estudiantes se recolectó la siguiente información:

##### *Datos Personales*

En este primer bloque se realizaron cinco preguntas con el objetivo de recolectar información personal de los estudiantes de pregrado presencial como la edad, el programa que estudia, semestre, jornada. Así se logró encuestar a diferentes tipos de estudiantes, con necesidades y pensamientos distintos y conocer a fondo su nivel de hábito de lectura.

1. Edad: Los estudiantes de la Universidad EAN encuestados están en un rango de edad entre 18 a 35 años, de esta muestra se evidencia que los estudiantes de 18 a 21 años corresponden al 30% de la población encuestada, seguidos con un 29% personas entre los 22 a 25 años; entre 26 a 29 años corresponden a 17 % de la población, entre 30 a 33 años respondieron el 16 % de la población y un 8% final estuvo en el rango de 34 a 35 años. Conocer el rango de edad de los estudiantes es de gran utilidad ya que existen programas que promocionan no solo la lectura, sino otras habilidades culturales para estas edades. Por lo cual las personas que respondieron esta encuesta son parte activa del objetivo de esta investigación.

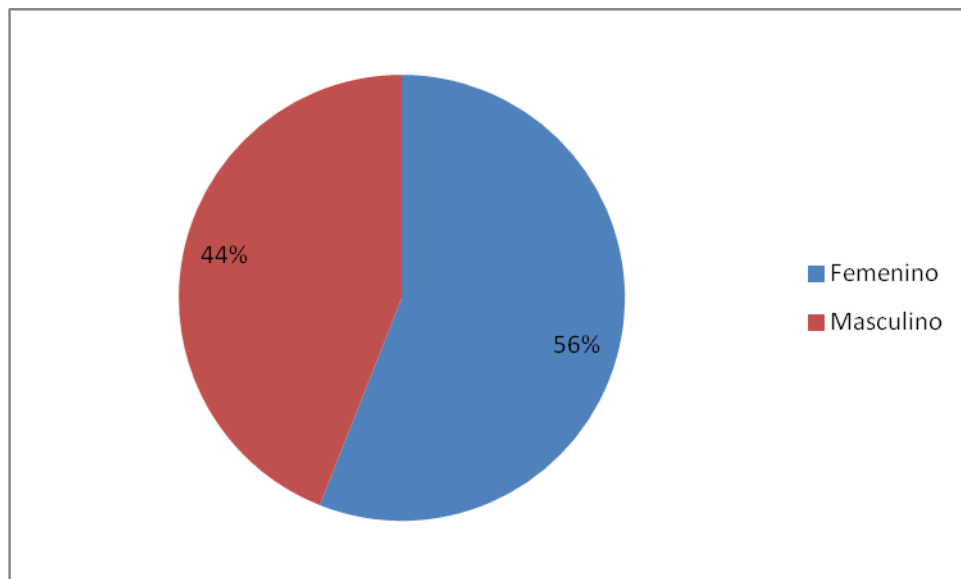
Gráfico1: Edades de los estudiantes encuestados de la Universidad EAN





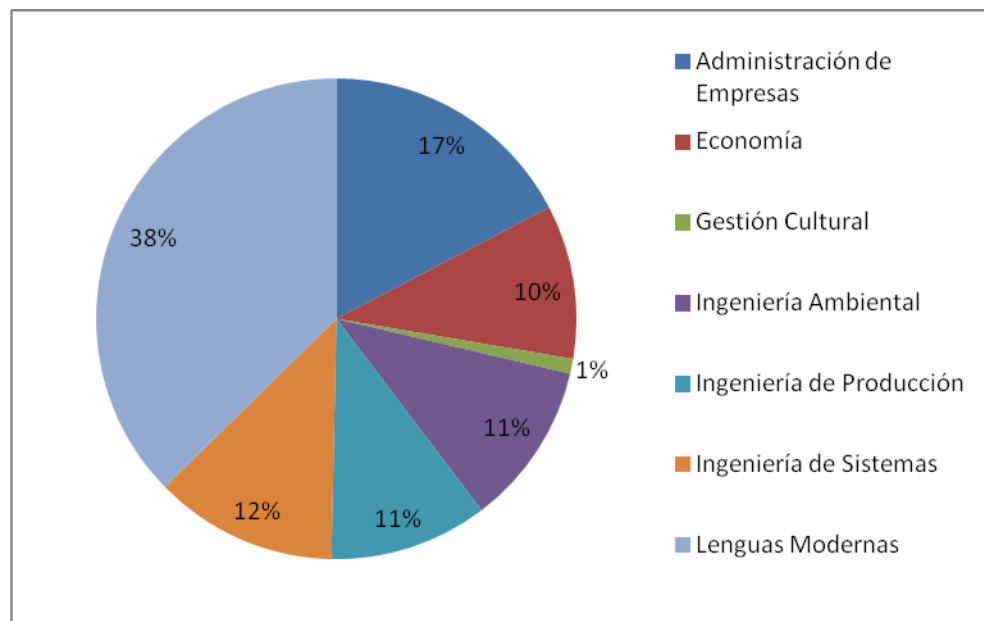
2. La segunda pregunta fue el sexo, en esta parte se recogieron respuestas por parte de 168 mujeres que equivale al 56% de la población y 132 hombres que equivales al 44% de los encuestados, los cuales se caracterizan por ser estudiantes de distintas carreras y semestres.

Gráfico 2: Sexo de los estudiantes encuestados de la Universidad EAN



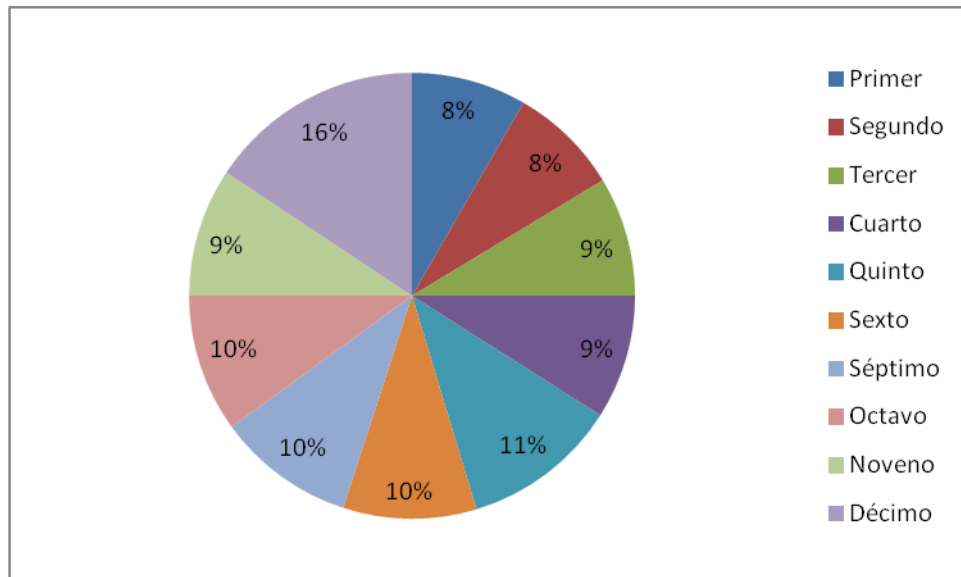
3. La tercera pregunta fue ¿Programa en el qué se encuentra matriculado? La encuesta intento contar con la participación de los estudiantes de todos los programas ofrecidos por la universidad EAN. A continuación están los porcentajes de los encuestados clasificados por cada programa, sin embargo, cabe aclarar que cada porcentaje depende del número de personas inscrito a determinado programa. El 38% de la población encuestada fueron estudiantes de Lenguas Modernas, seguidos por un 17% de estudiantes de Administración de Empresas, 11% de Ingeniería Ambiental, 11% de Ingeniería de Producción, 10% de estudiantes de Economía y un 1% restante corresponde a estudiantes de Gestión Cultural.

Gráfico 3: Programa de los estudiantes encuestados de la Universidad EAN.



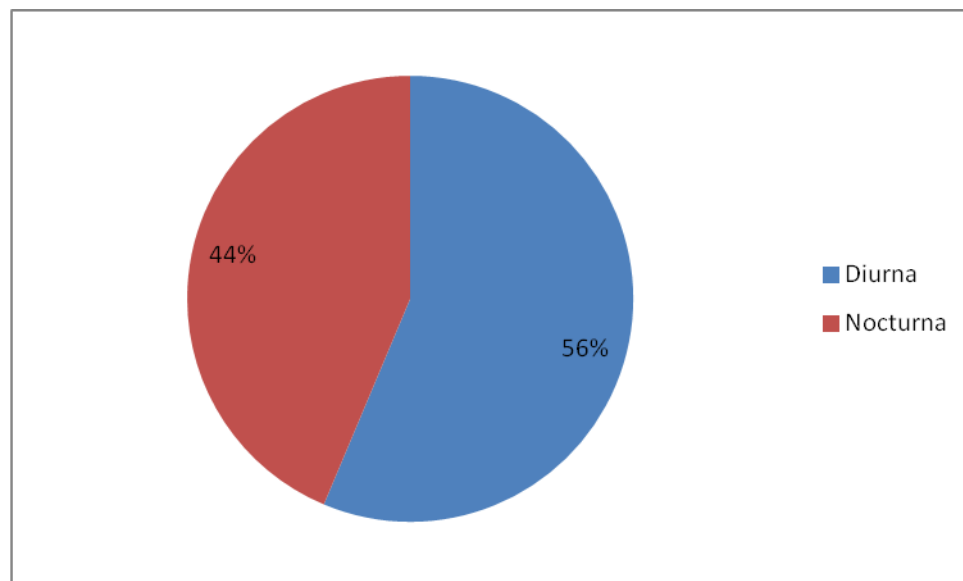
4. La siguiente pregunta fue a qué semestre estaban inscritos, esta pregunta fue realizada con el objetivo de escuchar la opinión tanto de las personas que están iniciando su proceso académico, como las que ya están terminando, para así conocer las necesidades de cada grupo y poder analizar el hábito de la lectura. Las personas que más respondieron se encuentran en décimo semestre con un 16% de la población encuesta, seguidos por un 11 % que corresponden al quinto semestre; 10% a cada uno de los siguientes semestres: Sexto, Séptimo y Octavo; 9% corresponde a cada uno de los siguientes semestres: Tercer, Cuarto, y Noveno; por último 8% equivale a cada uno de estos dos semestres: Primero y Segundo.

Gráfico 4: Semestre de los estudiantes encuestados de la Universidad EAN.



5. Por última pregunta de este primer bloque se preguntó en qué jornada estudia la persona, dado que es necesario conocer las opiniones de las personas que estudian en el día como los de la noche. Esta encuesta abarcó un 15% de la población estudiantil, de diferentes edades, programas, semestres y jornadas. El 56% de los encuestados son de la jornada diurna esto equivale a 169 estudiantes, el 44% restante son de la jornada nocturna que equivalen a 131 personas.

Gráfico 5: Jornada de los estudiantes encuestados de la Universidad EAN

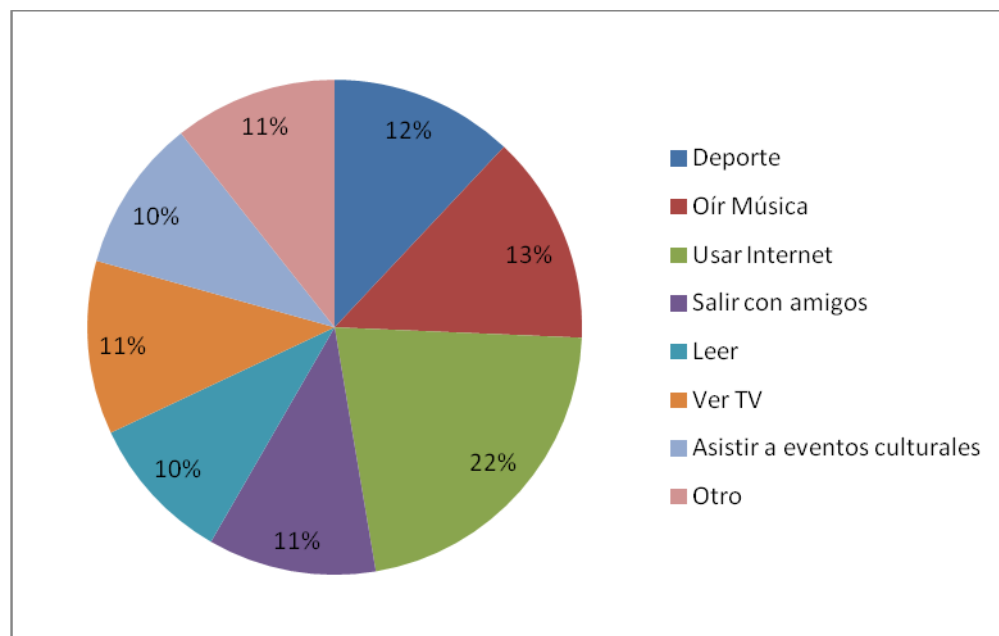


### Hábitos de lectura en los estudiantes

El segundo bloque está compuesto por ocho preguntas las cuales indagaron sobre los hábitos de lectura, ¿cómo consideran los estudiantes la actividad de leer?, y conocer las características de los estudiante en relación a la lectura y al libro. Estas preguntas permitieron conocer el perfil del estudiante Eanista respecto al hábito de la lectura.

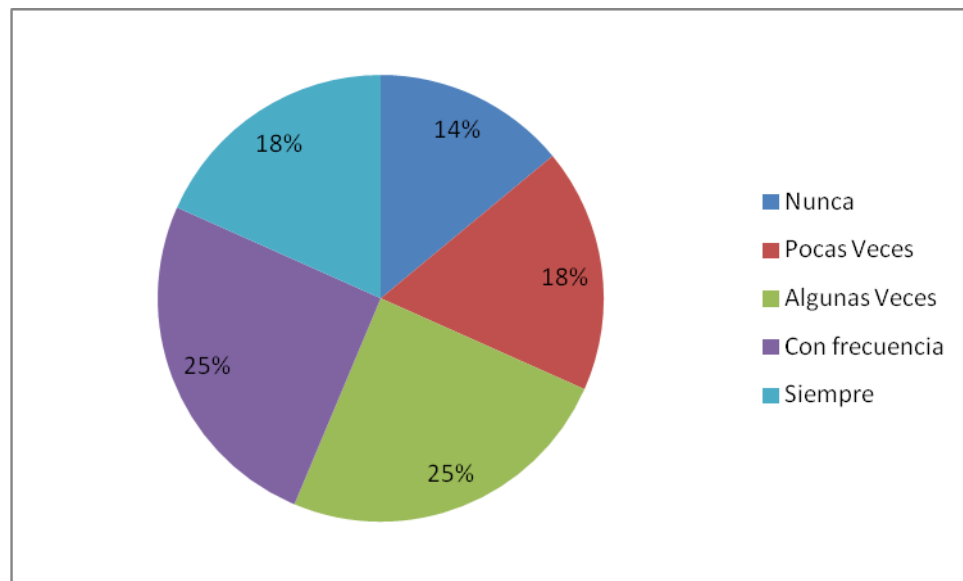
6. La primera pregunta de este bloque es ¿Qué actividad hace con más frecuencia en su tiempo libre?: En esta pregunta se evidencia que el 22% de los estudiantes prefieren usar internet en el tiempo libre y el 13% oír música: Seguidos de un 12% que prefieren hacer deporte; 11% equivale a cada una de las siguientes actividades: Salir con amigo y ver televisión, así como también un 11% de los encuestados mencionaron otras actividades como dibujar, ver películas, ir al cine, viajar, dormir, videojuegos, aeromodelismo y tocar instrumentos como actividades favoritas en su tiempo libre. La tendencia más baja la ocupan la lectura y asistir a eventos culturales con un 10% de la población cada una, acá se evidencia la necesidad de inculcar en los estudiantes la lectura y la cultura como elementos de diversión y formación.

Gráfico 6: Actividades en el tiempo libre



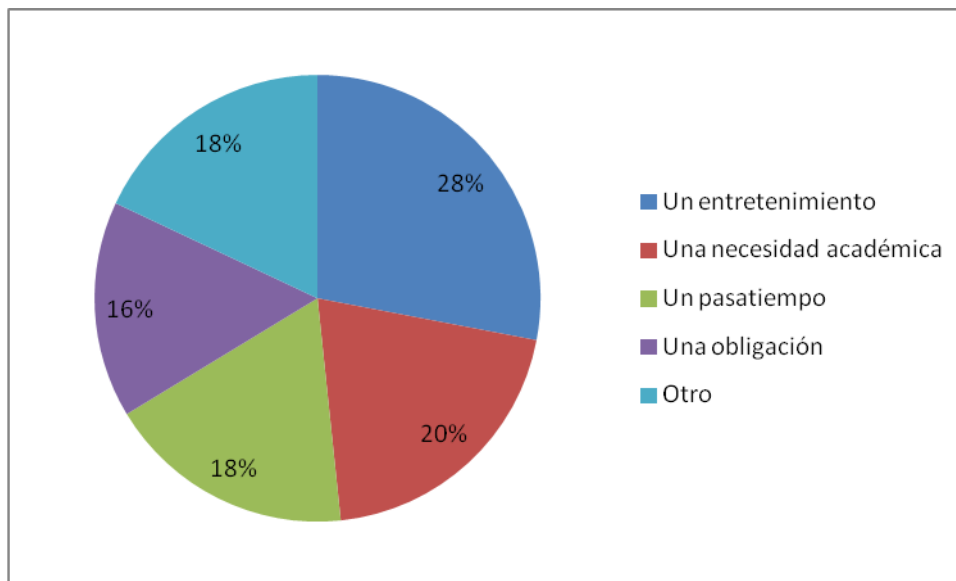
7. Se preguntó a los estudiantes si les gusta leer, en esta parte se evidenció que el 25% de la población algunas veces les gusta leer, del igual forma otro 25% de la población dijo que le gusta leer con frecuencia, seguidos por un 18% quien dice que le gusta leer pocas veces, otro 18% afirma que siempre le gusta leer y el 14 % de la población restante dice que no le gusta leer. Analizando los resultados se evidencia una tendencia a que los estudiantes muy pocas veces les gusta leer, solo en ciertos momentos, sin embargo, cabe resaltar que dentro de los encuestados, se evidencia que si hay estudiantes que leen regularmente.

Gráfico 7: ¿Le gusta leer?



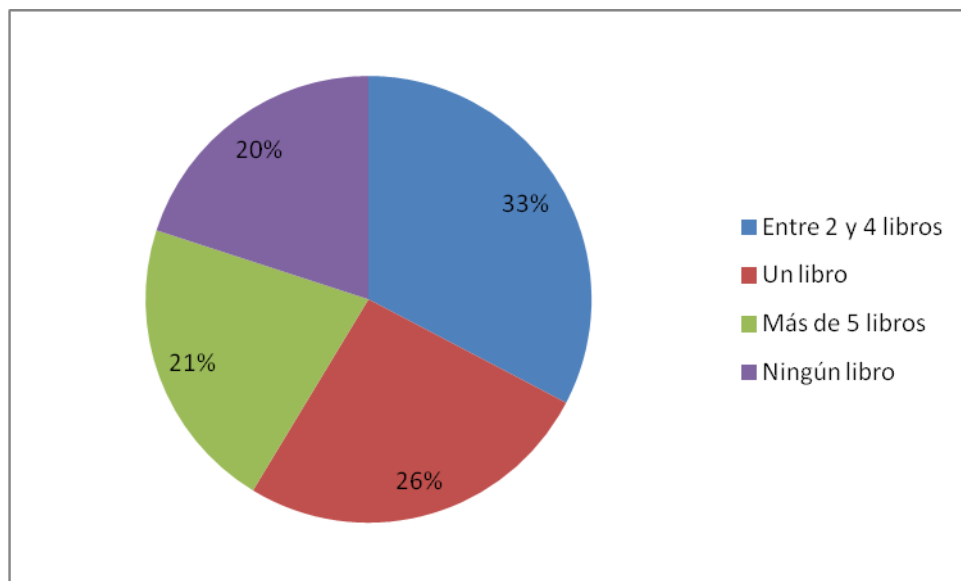
8. La tercera pregunta fue con el fin de conocer como los estudiantes consideran, ¿qué es la lectura?, el 28% de los encuestados piensan que la lectura es un entretenimiento, seguidos por un 20% que consideran la lectura como una necesidad académica, el 18% afirma que la lectura es un pasatiempo y otro 18% de los encuestado propusieron que la lectura es enriquecimiento intelectual y adquisición de vocabulario; es un elemento muy importante para la formación; es cultura; es una herramienta para conocer el mundo y adquirir criterio propio. La tendencia más baja equivale a un 16% de la población que ve la lectura como una obligación.

Gráfico 8: ¿Qué es la lectura?



9. Se preguntó a los estudiantes ¿Cuántos libros completos de su propia elección leyó el año pasado? Con el objetivo de conocer si los estudiantes tiene el hábito de leer por su propia elección o solo leen porque es impuesto por profesores o por distintos requerimientos académicos. Se encontró que el 33% de la población leyó el año pasado entre 2 y 4 libros, seguido por un 26% quienes leyeron un libro. El 21% de los encuestados afirmó haber leído más de 5 libros el año pasado. El 20% de los encuestados ningún libro, esta cifra es preocupante ya que de 300 personas encuestadas 60 no tienen la motivación para leer. Todo esto evidencia la necesidad de que la Universidad EAN y las distintas entidades que promocionan la lectura se acerquen más a los estudiantes y los motiven a leer.

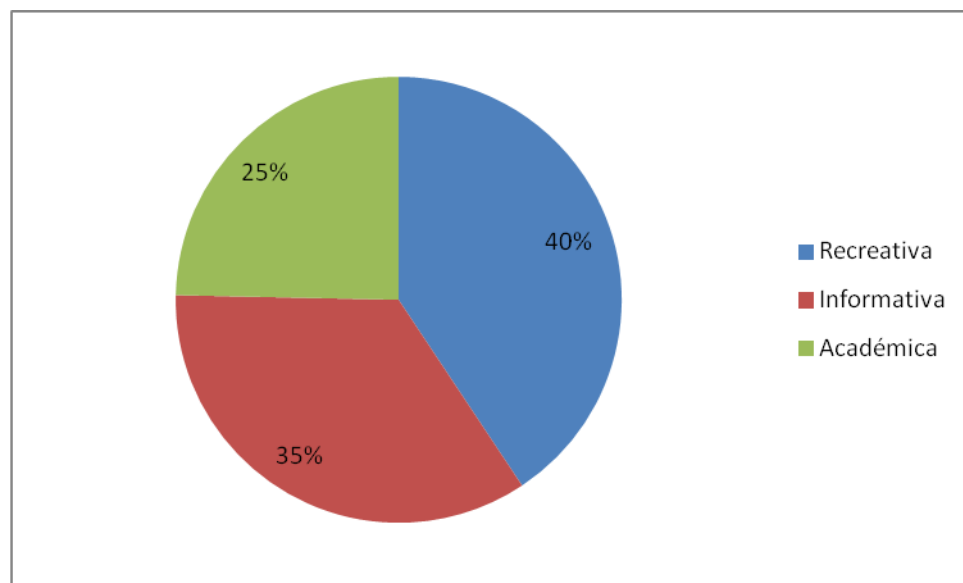
Gráfico 9: ¿Cuántos libros completos leyó el año pasado?





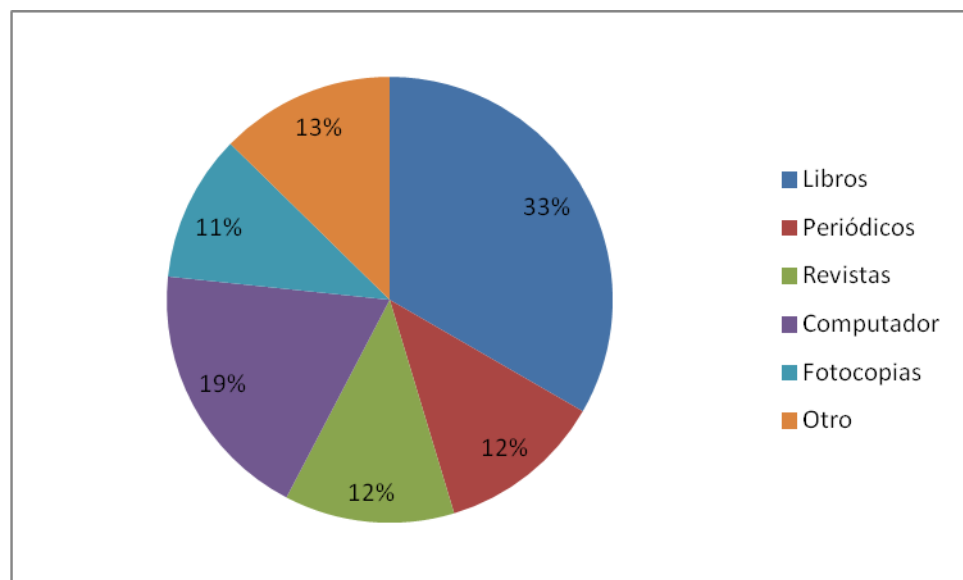
10. La siguiente pregunta fue ¿Qué tipo de lectura prefiere usted?. El 40% de la población prefieren la lectura recreativa seguido por un 35% que prefieren la lectura informativa y un 25% restante prefieren la lectura académica. Como parte del proceso de fomentar el hábito de la lectura en los estudiantes es indispensable promocionar la lectura recreativa, ya que esta es diversa y atrae a varias personas. La lectura académica debe dejar de ser impuesta, la finalidad es que los estudiantes por su propia elección elijan que leer y que les beneficia en su formación profesional.

Gráfico 10: ¿Qué tipo de lectura prefiere usted?



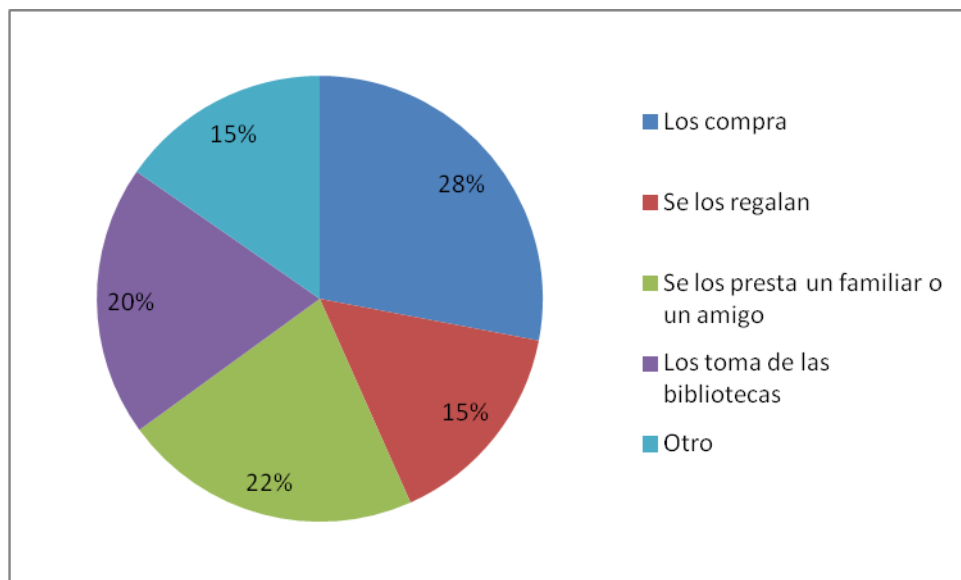
11. Con el objetivo de conocer el perfil lector del estudiante Eanista se preguntó, ¿En qué medio prefiere leer?, el 33% de los encuestados afirmó que prefieren leer en libros seguido por un 19% que prefiere leer en los computadores. Un 12% de los estudiantes prefieren leer periódicos y revista, el porcentaje corresponde a cada uno de los medios. La tendencia más baja con un 11% equivale a leer en fotocopias. En esta pregunta es importante detenernos ya que estos resultados evidencian la gran importancia de la Biblioteca de la Universidad EAN, pues allí es donde se suministran los libros y con la base de datos se puede consultar información virtualmente. Es necesario motivar a que los estudiantes consulten el material de la Universidad, no porque los profesores lo digan como requisito para la materia sino porque vean la biblioteca como una oportunidad de adquirir materiales que los enriquecería profesionalmente y personalmente.

Gráfico 11: ¿En qué medio prefiere leer?



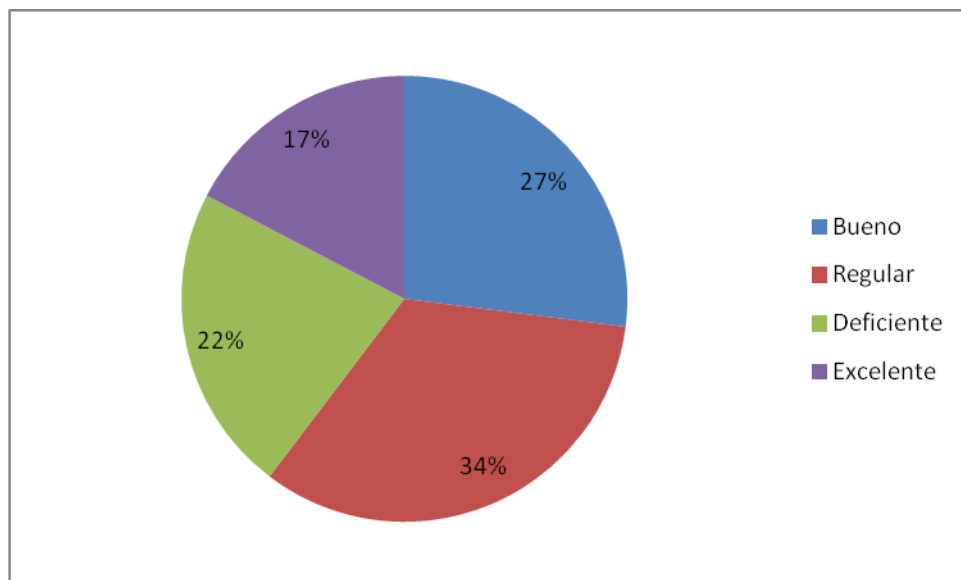
12. Los libros que lee generalmente ... El 28% de los estudiantes los compra, el 22% los toma prestados de una familia o un amigo y el 20% de la población los toma de las bibliotecas. En la actualidad se está viendo un gran fomento de la lectura en las distintas bibliotecas del país, especialmente en Bogotá con la Red de Bibliotecas. Lo cual significa que es oportuno motivar a que el estudiante visite las distintas bibliotecas y conozca todas las actividades, materiales e información que cada una ofrece. La tendencia más baja equivale a un 15% que dice que los libros se los regalan, así mismo otro 15% de la población que respondió otro, se destacan algunas respuesta como descargar y buscar el material por el internet.

Gráfico 12: Los libros que lee generalmente...



13. La última pregunta de este bloque fue ¿Cómo considera que es su hábito de lectura?, con el objetivo que los estudiantes autoevaluaran su hábito, se encontró que el 34% de la población considera regular su hábito de lectura, 27% dice tener un buen hábito de lectura; un 22% considera deficiente su hábito por leer y la tendencia más baja equivale a un 17% que afirmó tener un excelente hábito de lectura. Lo que demuestra, que los estudiantes son conscientes de las fallas existentes y refleja que la lectura no ocupa un lugar primordial dentro de su proceso académico y personal. Es aquí donde esta propuesta desea intervenir y lograr que los Eanistas se destaquen por su hábito de lectura.

Gráfico 13: ¿Cómo considera que es su hábito de lectura?



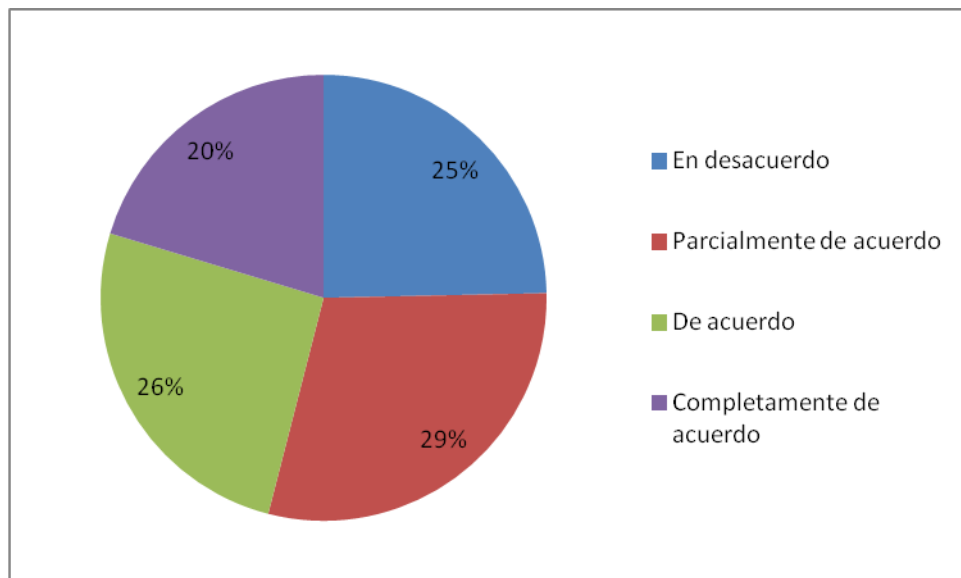
### Ambiente Familiar

El tercer bloque de esta encuesta se elaboraron cinco preguntas con el objetivo de conocer si el ambiente familiar de los estudiantes promueve e inculca la lectura. Es

importante que esta labor empiece desde la casa, sin embargo, por diversas situaciones esto no sucede por lo cual es clave que la universidad sea el motor que motive a los estudiantes a leer.

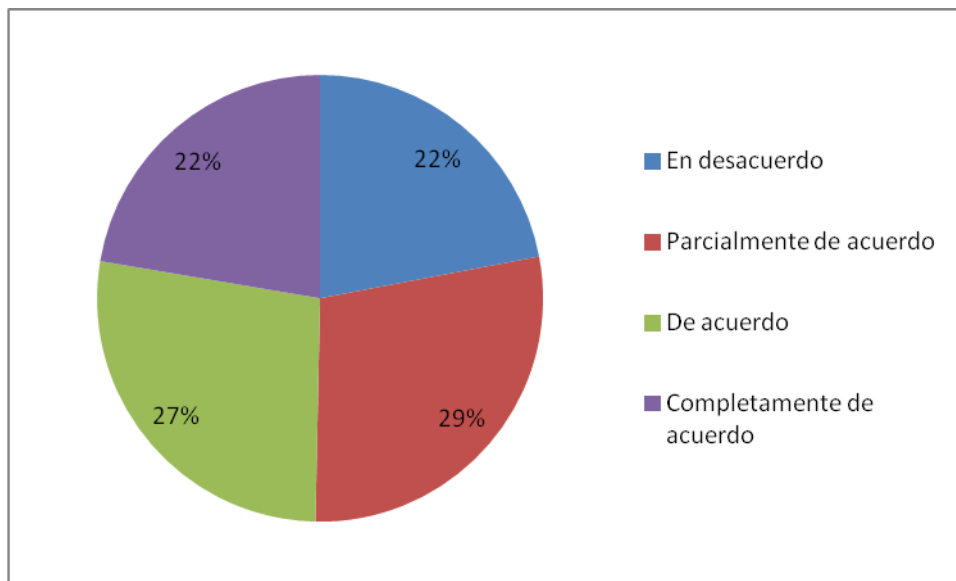
14. La primera pregunta fue ¿Sus padres son lectores y modelos efectivos para promover la lectura? El 29% de la población está parcialmente de acuerdo, el 26% esta de acuerdo y el 25% esta en desacuerdo. Acá se evidencia una gran falla, es importante recordar que el hogar y los padres son los primeros que influyen a los estudiantes en la educación, ellos son parte activa y necesaria dentro del proceso de formación de cada persona. Sin embargo, acá se evidencia que la promoción de lectura no ha sido un punto vital en algunas familias.

Gráfico 14: ¿Sus padres son lectores y modelos efectivos para promover la lectura?



15. Una segunda pregunta fue si el entorno familiar facilita el acceso a medios y actividades que promuevan la lectura. El 29% de los estudiantes están parcialmente de acuerdo, 27% está de acuerdo, 22% en desacuerdo, y el 22% restante está completamente de acuerdo. Acá se evidencia como la familia brinda oportunidades y medios que contribuyan a la formación del estudiante y parte de uno de estos medios es el acceso a la Universidad quien es una entidad que contribuye a formar líderes con valores y con conocimiento para desarrollarse en distintas áreas.

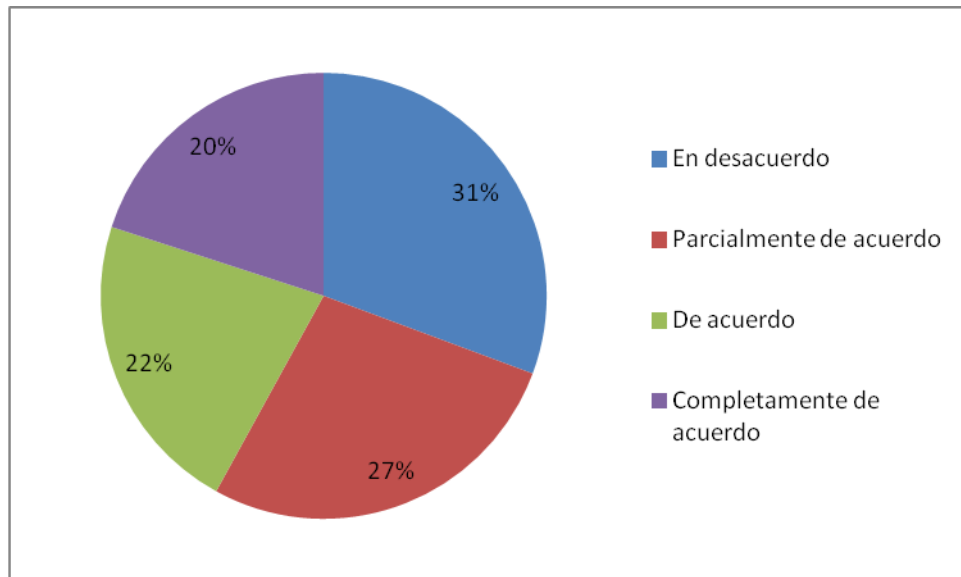
Gráfico 15: El entorno familiar facilita el acceso a medios y actividades que promuevan la lectura.



16. ¿En el entorno familiar existe una biblioteca que se actualiza con la compra de libros?.

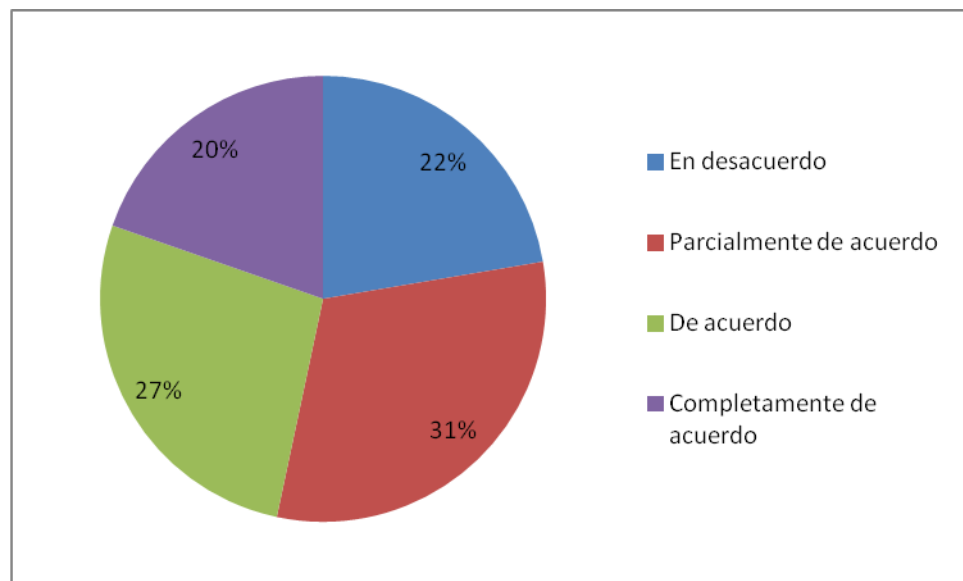
Esta pregunta se elaboró con la finalidad de conocer si la familia promueve el libro y cual es el valor del mismo dentro del hogar. Se encontró que el 31% de la población está en desacuerdo seguido de un 27% de los estudiantes que respondió parcialmente de acuerdo; el 22% de los encuestados afirmaron esta de acuerdo y la tendencia más baja con un 20% equivale a que están completamente de acuerdo. En consecuencia el entorno familiar no promueve el valor del libro, siendo este el actor principal en la formación del hábito de la lectura.

Gráfico 16: En el entorno familiar existe una biblioteca que se actualiza con la compra de libros



17. De manera clara se preguntó si en el entorno familiar se inculca el hábito de la lectura el 31% de la población está parcialmente de acuerdo, 27% está de acuerdo, 22% en desacuerdo y un 20 % completamente de acuerdo. Es necesario resaltar el papel de la familia en la formación integral de los estudiantes y esta encuesta ha evidenciado unas fallas las cuales son necesarias evaluar y proponer una solución que beneficie al estudiante y a su familia.

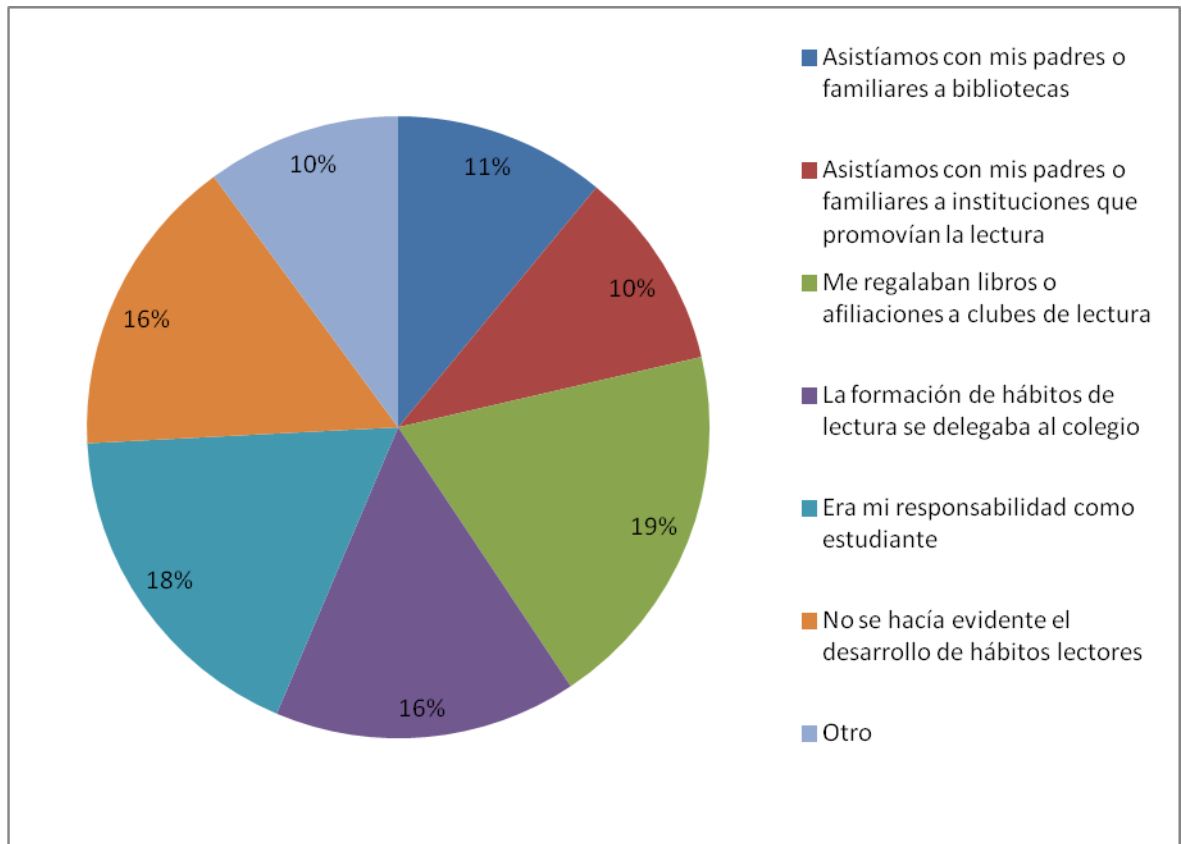
Gráfico 17: En el entorno familiar se inculca el hábito de la lectura





18. La última pregunta de este tercer bloque fue la siguiente: ¿Qué otras actividades o acciones se realizan en su entorno familiar para promover la lectura?. El 19% de los estudiantes afirmó que sus padres le regalaban libros o afiliaciones a clubes de lectura, el 18% dijo la lectura era su responsabilidad como estudiantes, un 16% afirmó que la formación de los hábitos lectores se delegaba al colegio, otro 16% de la población encuestada dijo que no se hacía evidente el desarrollo de hábitos lectores. El 11% de los encuestados dijeron que asistían con sus familias a las bibliotecas; la tendencia más baja equivale al 10% de los estudiantes que dijeron que asistían a entidades que promocionen la lectura. El 10% restante equivale a otros y entre las respuestas más destacadas cabe resaltar: ver cine y leer acerca de los directores, críticas, anécdotas; leer el periódico para estar informado; el padre o algún miembro de la familia lee un libro para todos. En esta pregunta se evidencia claramente la problemática que viven muchos estudiantes, algunos hogares consideran que la lectura es responsabilidad del colegio, en el colegio consideran que es responsabilidad del alumno, y en la universidad se piensa que el estudiante adquirió el hábito de la lectura gracias al hogar y a la formación del colegio. Sin embargo, la realidad de muchos estudiantes es diferente y aún no han adquirido el amor por la lectura.

Gráfico 18: ¿Qué otras actividades o acciones se realizan en su entorno familiar para promover la lectura?



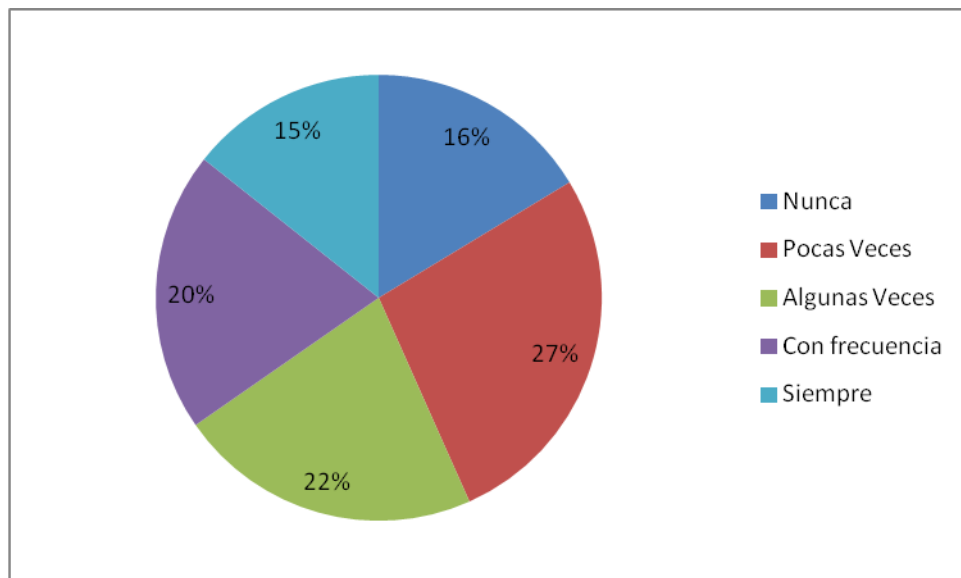
Relación entre estudiantes, Biblioteca Universidad EAN y Entidades de Promoción de Lectura

En este cuarto bloque de preguntas se quiso conocer la relación entre los estudiantes y la Biblioteca de la Universidad, así como de las entidades que promueven la lectura. Se quiso evaluar si el estudiante conocía estas instituciones y los servicios que ofrecen y si ha participado activamente de las distintas actividades, todo esto por medio de cinco preguntas que a continuación se han detallado.

19. ¿Con qué frecuencia usted realiza consultas en la biblioteca de la universidad EAN?

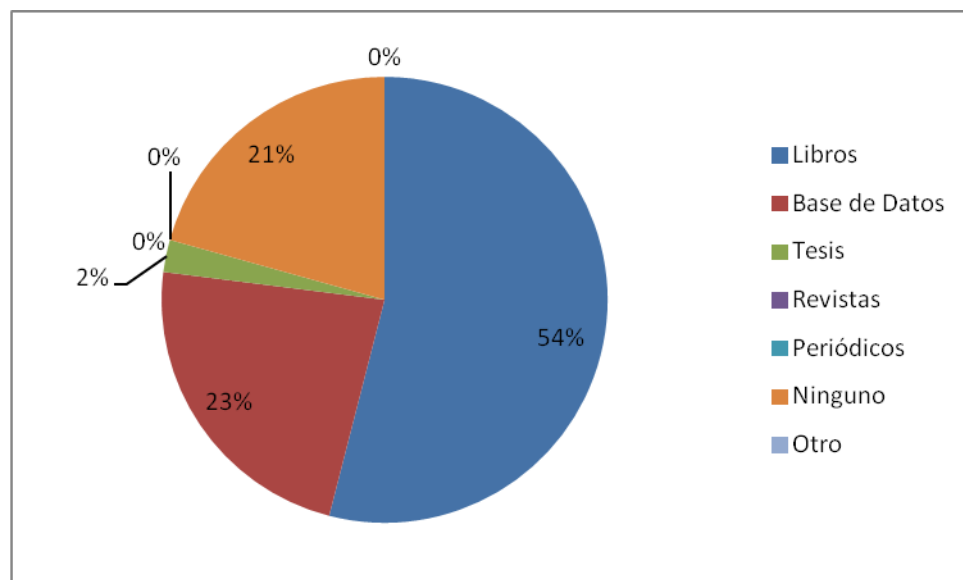
El 27% de los estudiantes respondió pocas veces, seguido de un 22% que respondió algunas veces; el 20% de los encuestados dijeron que con frecuencia, seguidos por un 16% de estudiantes que afirmaron nunca haber hecho consultas en la biblioteca; la tenencia más baja equivale a un 15% de los estudiantes que respondieron siempre. Estas estadísticas evidencian la falta de motivación de los estudiantes, los cuales no van a la biblioteca de la universidad por su propia elección, sino por alguna materia que les obliga o les requirió ir. Es preciso insistir que el hábito de la lectura no debe ser impuesto al contrario debe ser motivado y la biblioteca es parte principal en este objetivo.

Gráfico 19: ¿Con qué frecuencia usted realiza consultas en la biblioteca de la Universidad EAN?



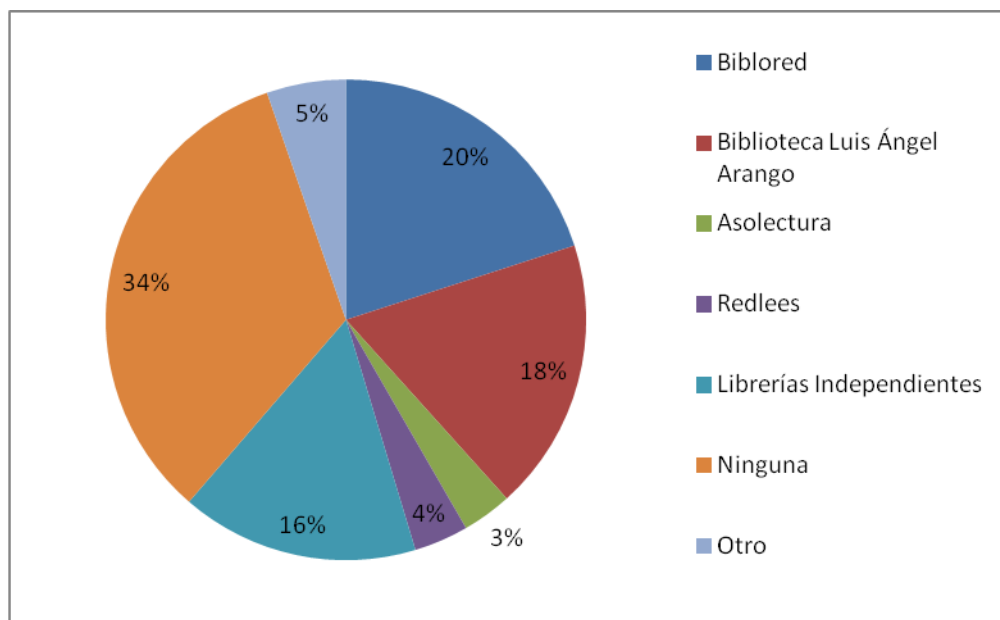
20. Se preguntó ¿Qué tipo de material consulta con mayor frecuencia en la Biblioteca de la Universidad EAN? Con la finalidad de conocer cuales son los materiales más consultados, dando un resultado del 54% consulta libros, seguido por un 23% base de datos; 21% de los encuestados respondió ninguno, la tendencia más baja con un 2% fueron tesis y se evidenció que ningún estudiante de los encuestados ha consultado revistas y periódicos. La biblioteca de la Universidad EAN cuenta con gran material bibliográfico y la base de datos es muy completa se pueden encontrar datos actuales y fiables de distintos temas y en distintos idiomas, de igual manera libros on-line. Todo esto ha generado que los estudiantes consulten y se informen, no obstante se debe seguir promoviendo la lectura de los diferentes materiales, como los periódicos y las revistas.

Gráfico 20: ¿Qué tipo de material consulta con mayor frecuencia en la Biblioteca de la Universidad EAN?



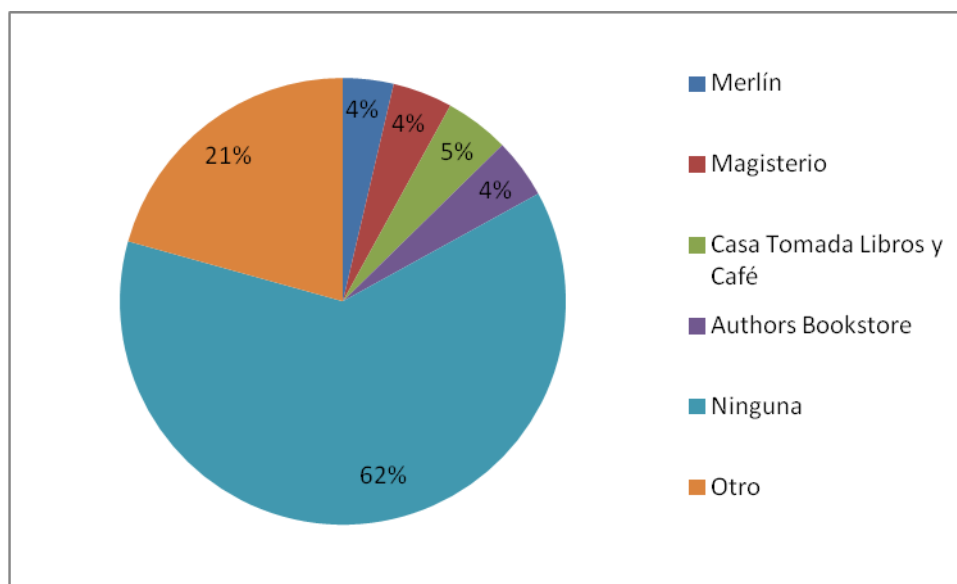
21. La presente pregunta se realizó con el objetivo de conocer la relación entre el estudiante y las entidades privadas y públicas que promueven la lectura: De las siguientes instituciones que promocionan la lectura, ¿Cuál es la que usted más frecuenta?, la tendencia más alta se evidenció con un 34% de los encuestados que respondieron ninguna, seguidos por un 20% para Biblored; 18% de los estudiantes frecuentan la Biblioteca Luis Ángel Arango; 16% para las Librerías Independientes; las tendencias más bajas se evidencian con un 4% Redlees y un 3% Asolectura. Esta pregunta confirma el problema planteado al inicio de la investigación, los estudiantes no reciben información acerca de las actividades ofrecidas por las distintas entidades. El 5% escogió otro y dentro de las respuestas más destacadas estaban Colsubsidio y Bibliotecas cerca a la casa.

Gráfico 21: De las siguientes instituciones que promocionan la lectura. ¿Cuál es la que usted más frecuenta?



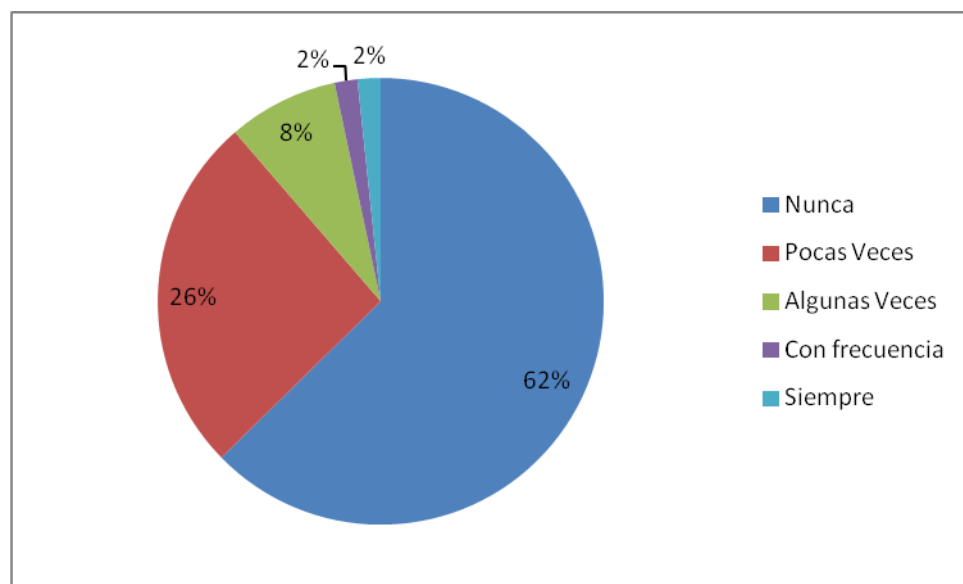
22. ¿Cuál es su librería favorita? pregunta utilizada para conocer si la comunidad estudiantil ha participado de las actividades ofrecidas por estas librerías o si ha comprado libros en estas. Los resultados arrojados fueron, del 62% de la población ninguna de las librerías es su favorita y el 21% eligió otro dando opciones como la Librería Nacional, Librería Nobel, Oceano, Librería Lerner, Nueva Librería Francesa y Biblos; 5% de los estudiantes prefieren la librería Casa Tomada Café y Libros; la tendencia más baja equivale al 4% para cada una de las siguientes librerías: Magisterio, Authors Bookstore, Merlín. No hay que olvidar que actualmente muchas librerías ofrecen actividades como tertulias con escritores, traductores, editores, publicistas, las cuales son una gran experiencia para la persona que quiere leer determinado libro. Esta actividad es gratuita y brinda aprendizaje. De igual forma, las librerías ofrecen clubes de lectura, exposiciones de arte y muchas más actividades que logran atraer a las personas. Por lo cual es preciso resaltar la necesidad que los estudiantes participen y conozcan de estas actividades.

Gráfico 22: ¿Cuál es su librería favorita?



23. La última pregunta fue ¿Con qué frecuencia participa en clubes de lectura? Por un lado se quería saber si los estudiantes han participado de clubes de lectura, si han tenido esta experiencia, y como segundo aspecto se deseaba conocer el nivel de participación de los estudiantes. Los resultados fueron: el 62% de los encuestados nunca han participado de clubes de lectura, seguido por un 26% que dice pocas veces; 8% de la población respondió algunas veces; la tendencia más baja con un 2% para cada uno respondieron siempre y con frecuencia. Así pues se evidencia la falta de participación y de conocimiento sobre clubes de lectura. La Biblioteca Luis Ángel Arango es la organización con mayor número de clubes de lectura para todo tipo de persona y todo tipo de lectura, estos clubes son una forma de aprender con diversión, de lograr acercarnos a la lectura y de poder intercambiar opiniones con distintas personas. Los estudiantes de la EAN deberían participar de estos clubes y así seguirse formando integralmente.

Gráfico 23: ¿Con qué frecuencia participa en clubes de lectura?



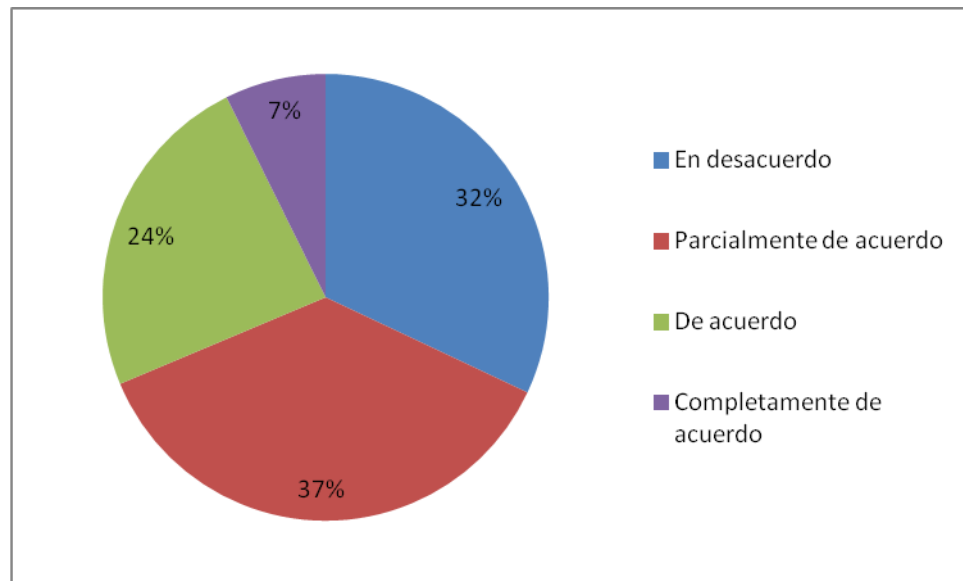
### Ambiente institucional

En este último bloque de preguntas se buscó conocer si el ambiente institucional ofrecido por la Universidad EAN promueve la lectura en sus estudiantes así como el rol de los profesores de distintas materias y qué tanto conocen los estudiantes sobre medios de publicación y las distintas herramientas ofrecidas por la universidad y los docentes.

24. Como primer elemento se preguntó, ¿Considera que en la universidad existe un ambiente institucional que promueve la lectura?, el 37% de los estudiantes respondieron parcialmente de acuerdo seguido por un 32% en desacuerdo; el 24% de los encuestados respondieron estar de acuerdo; la tendencia más baja corresponde a un 7% que está completamente de acuerdo. Es de vital importancia recalcar que la Universidad cumple un papel muy importante en la formación integral del estudiante y al fomentar el hábito de la lectura en los estudiantes estará formando personas capaces de desarrollarse en distintas áreas del conocimiento. El ambiente que ofrece la universidad logra trabajar ciertas características de la persona como los valores, el liderazgo y la mentalidad emprendedora, no obstante la lectura debería ser otro de los pilares de la Universidad.



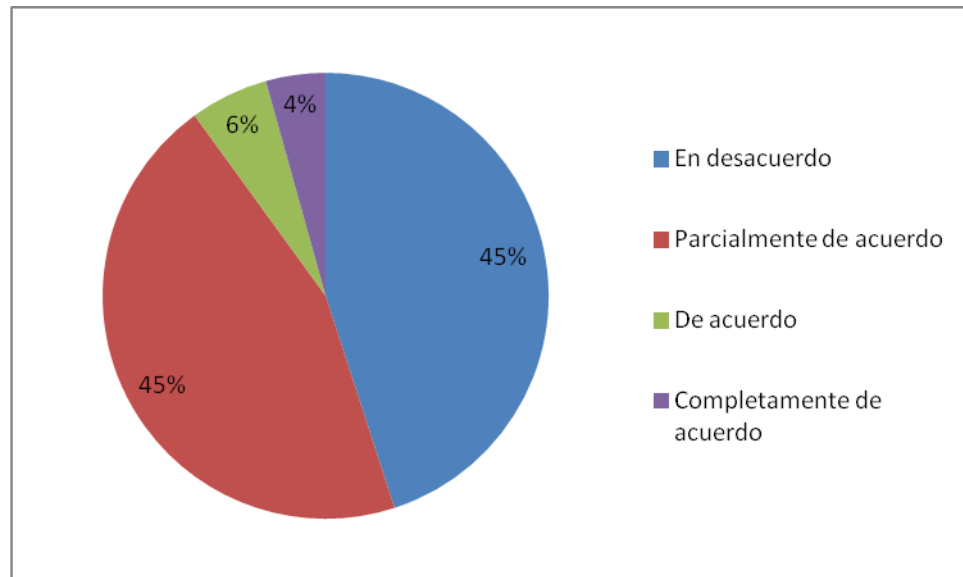
Gráfico 24: Considera que en la Universidad existe un ambiente institucional que promueve la lectura



25. Existen espacios de apoyo o refuerzo para la lectura y la escritura en la Universidad.

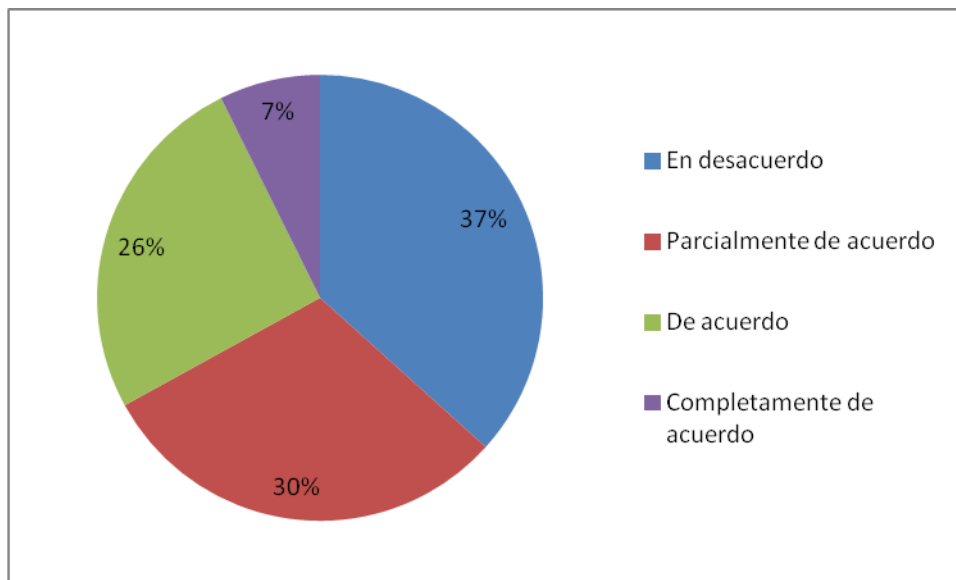
El 45% de los entrevistado respondieron estar en desacuerdo, de igual manera otro 45% de la población manifestó estar parcialmente de acuerdo. La tendencia más baja se evidenció con un 6% de los estudiantes que respondieron estar de acuerdo y un 4% que están completamente de acuerdo. La universidad mediante una estrategia con las entidades que promueven la lectura podría lograr crear estos espacios a apoyo para la lectura y la escritura en la Universidad y de esta manera continuar contribuyendo en la formación de cada estudiantes Eanista.

Gráfico 25: Existen espacios de apoyo o refuerzo para la lectura y la escritura en la Universidad



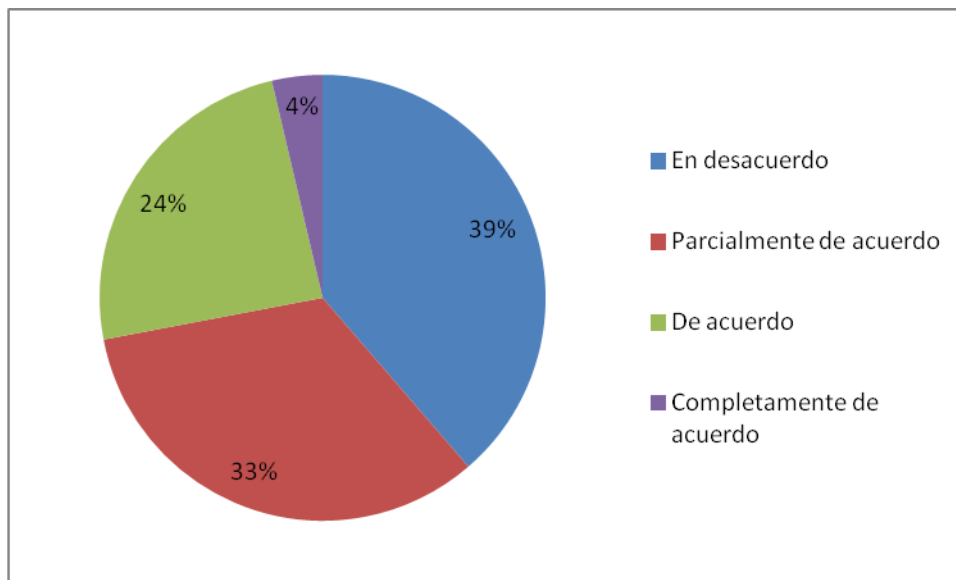
26. Se preguntó a los estudiantes si conocen en qué medios los estudiantes pueden publicar lo que escriben. El 37% de los estudiantes están en desacuerdo, no conocen en que medios pueden publicar sus escritos, el 30% respondió parcialmente de acuerdo; el 26% está de acuerdo y la tendencia más baja se evidenció con un 7% de estudiantes que están completamente de acuerdo. Esta pregunta quiso tocar el tema de la escritura ya que la lectura y la escritura están entrelazadas y si el estudiante tiene un buen hábito de lectura, logrará escribir buenos textos y realizar investigaciones que aporten aspectos positivos a determinado tema. La Universidad cuenta con distintos medios para que los estudiantes publiquen sus artículos y se animen a escribir, estos medios hay que promocionarlos para que no exista más este vacío, está falta de información.

Gráfico 26: Conoce en qué medios los estudiantes pueden publicar lo que escriben



27. Existen programas. Club de lectura, concursos, ferias del libro, capacitaciones u otras actividades que fomentan el hábito de leer en la Universidad. El 39% está en desacuerdo, el 33% esta parcialmente de acuerdo, 24% está de acuerdo y la tendencia más baja con un 4% dice estar completamente de acuerdo. Estas cifras evidencian el vacío de información por parte de los estudiantes, es el caso de ferias del libro; la Universidad este año promovió la visita a la feria del libro y al pabellón donde estaba ubicada la universidad, actividades así son las que poco a poco logran motivar a estudiante y atraerlo a la lectura. La Universidad no cuenta con clubes de lectura pero podría promover los ya existentes en distintas organizaciones y así acercar al estudiante a la lectura.

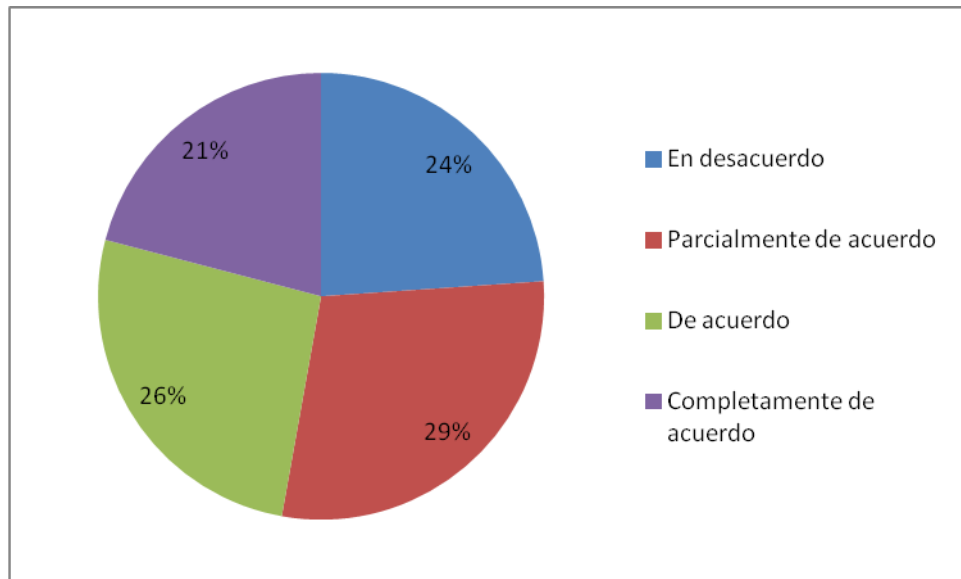
Gráfico 27: Existen programas: Club de lectura, concursos, ferias del libro, capacitaciones u otras actividades que fomentan el hábito de leer en la Universidad



28. En esta parte se quiso preguntar sobre el rol que cumplen los profesores encargados de lectura y escritura en la Universidad, para lo cual se tomaron cuatro afirmaciones con el objetivo de conocer si el estudiantes estaba de acuerdo o en desacuerdo con lo planteado.

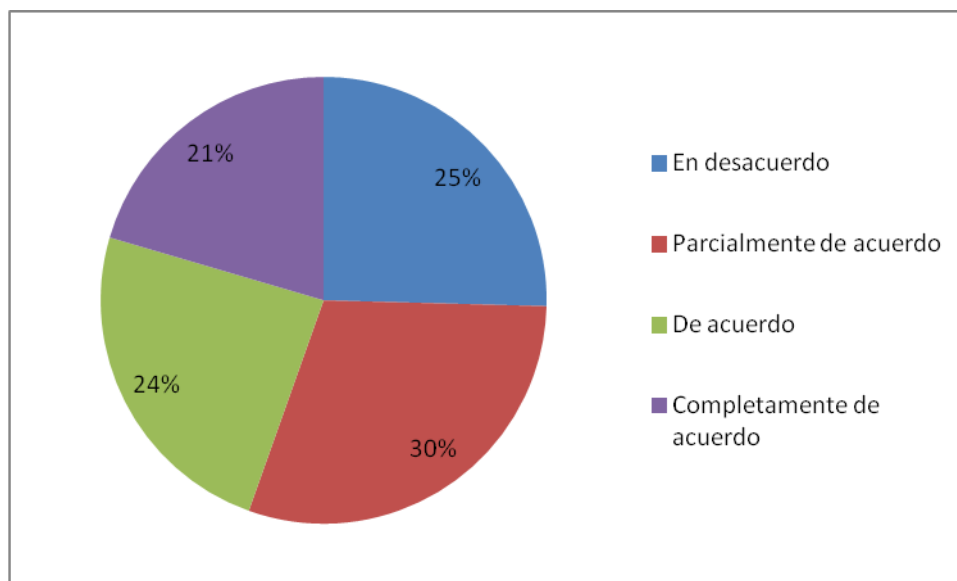
La primera afirmación fue que los profesores encargados de la lectura y la escritura en la Universidad ofrecen directrices, guía u orientaciones para leer. A lo que respondieron 29% parcialmente de acuerdo, 26% de acuerdo, 24% en desacuerdo y el 21% completamente de acuerdo.

Gráfico 28: Ofrecen directrices, guías u orientaciones para leer



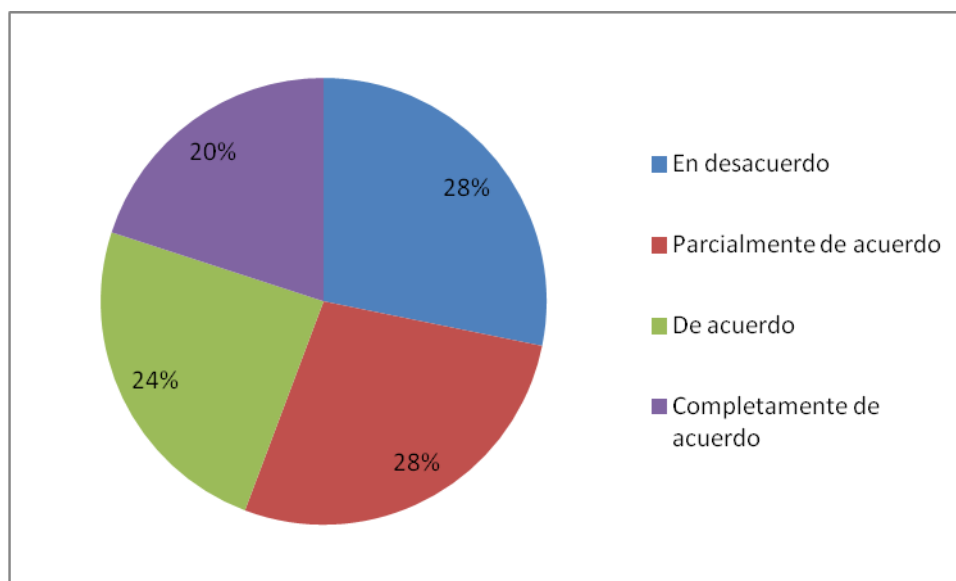
La segunda afirmación fue si los profesores realizan seguimiento y/o acompañamiento al proceso de la lectura, el 30 % de los estudiantes esta parcialmente de acuerdo, el 25% esta en desacuerdo, el 24% esta de acuerdo y la tendencia más baja se evidenció con un 21% de población que están completamente de acuerdo. Algunos profesores consideran la lectura de vital importancia para sus materias y por medio de la metodología en clase logran motivar al estudiante a leer, en consecuencia el rol del profesor dentro del aula de clase es un elemento central en la formación del estudiante-lector.

Gráfico 29: Realizan seguimiento y / o acompañamiento al proceso de la lectura



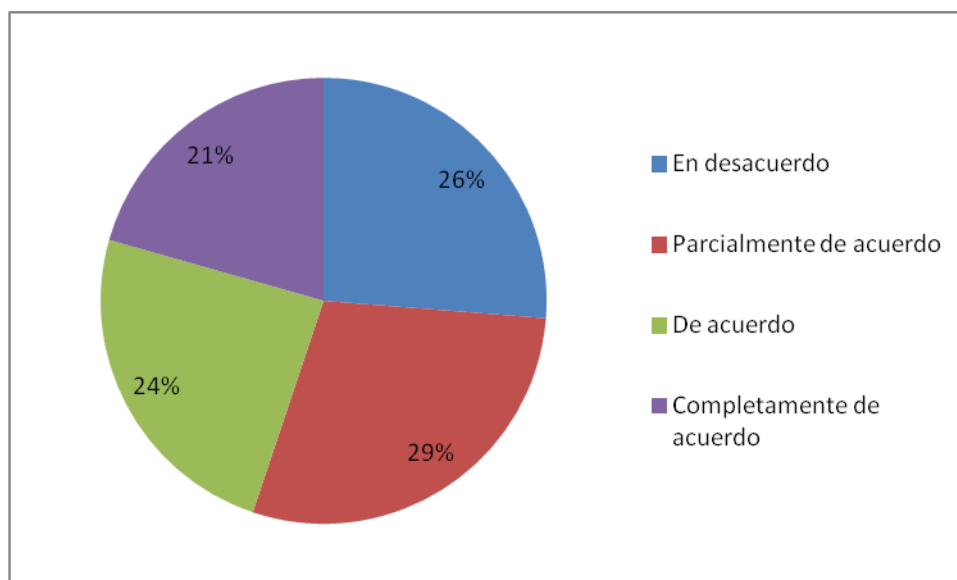
La tercera afirmación es: Los profesores tienen en cuenta las tareas de lectura que usted realiza para otra asignatura, el 28% está parcialmente de acuerdo, otro 28% de los encuestados está en desacuerdo, evidenciando estos porcentajes que la tendencia más alta es que los estudiantes no consideran que los profesores tengan en cuenta las tareas de lectura que cada persona realiza para otra asignatura. El 24% de la población afirmó estar de acuerdo y la tendencia más baja con un 20% están completamente de acuerdo. Los profesores no solo deben enfocarse en su asignatura sino compartir con el estudiante sobre distintos temas que lograrían enriquecer tanto al estudiante como al profesor.

Gráfico 30: Tienen en cuenta las tareas de lectura que usted realiza para otra asignatura



La última afirmación es si los profesores comparten las lecturas que ellos realizan por gusto propio con sus estudiantes, el 29% de los estudiantes esta parcialmente de acuerdo seguido por un 26% de los encuestas están en desacuerdo. El 24% de los encuestados esta de acuerdo y la tendencia más baja equivale a un 21% que están completamente de acuerdo. Compartir lecturas con los estudiantes puede ser una estrategia para la metodología de la clase, en varias oportunidades se ha comprobado que un tema para ser comprendido y entendido es necesario leer diversos escritos que logren explicar el tema.

Gráfico 31: Comparten las lecturas que ellos realizan por gusto propio en sus estudiantes

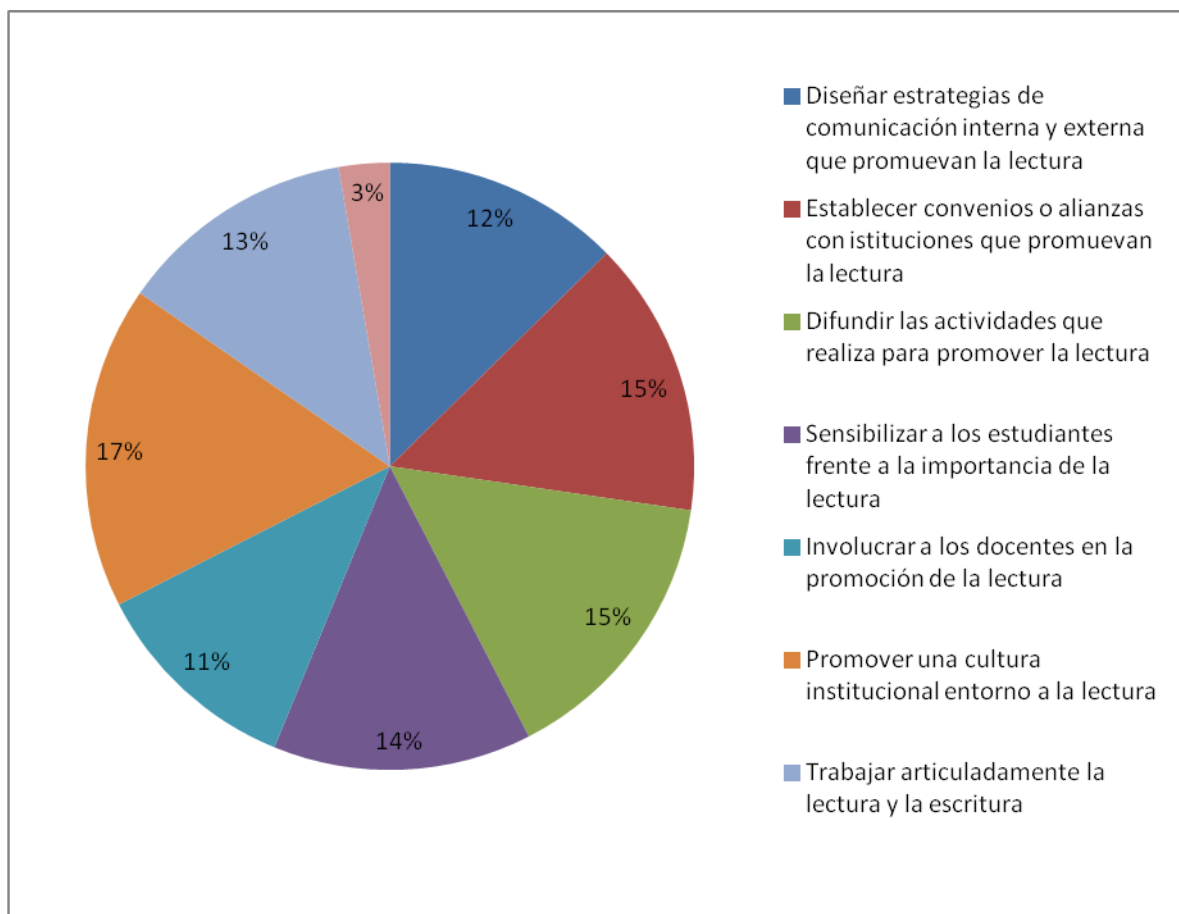




29. Se le pidió al estudiante que seleccionara dos actividades prioritarias que la universidad debe implementar para la promoción de lectura. La tendencia más alta se evidenció con un 17% que dice es indispensable promover una cultura institucional entorno a la lectura, seguidos por un 15% de la población dice que la Universidad debe establecer convenios o alianzas con instituciones que promuevan la lectura, otro 15% dice que es importante difundir las actividades que realiza la Universidad para promover la lectura, el 14% afirma que es vital sensibilizar a los estudiantes frente a la importancia de la lectura. Un 13% de los estudiantes dice que es necesario trabajar articuladamente la lectura y la escritura; 11% piensa que es necesario involucrar a los docentes en la promoción de la lectura. En otras respuestas con un 3% algunos opinan que los textos a leer no sean solo los académicos, y que haya tanto promoción de lectura para los estudiantes como para los mismos docentes.

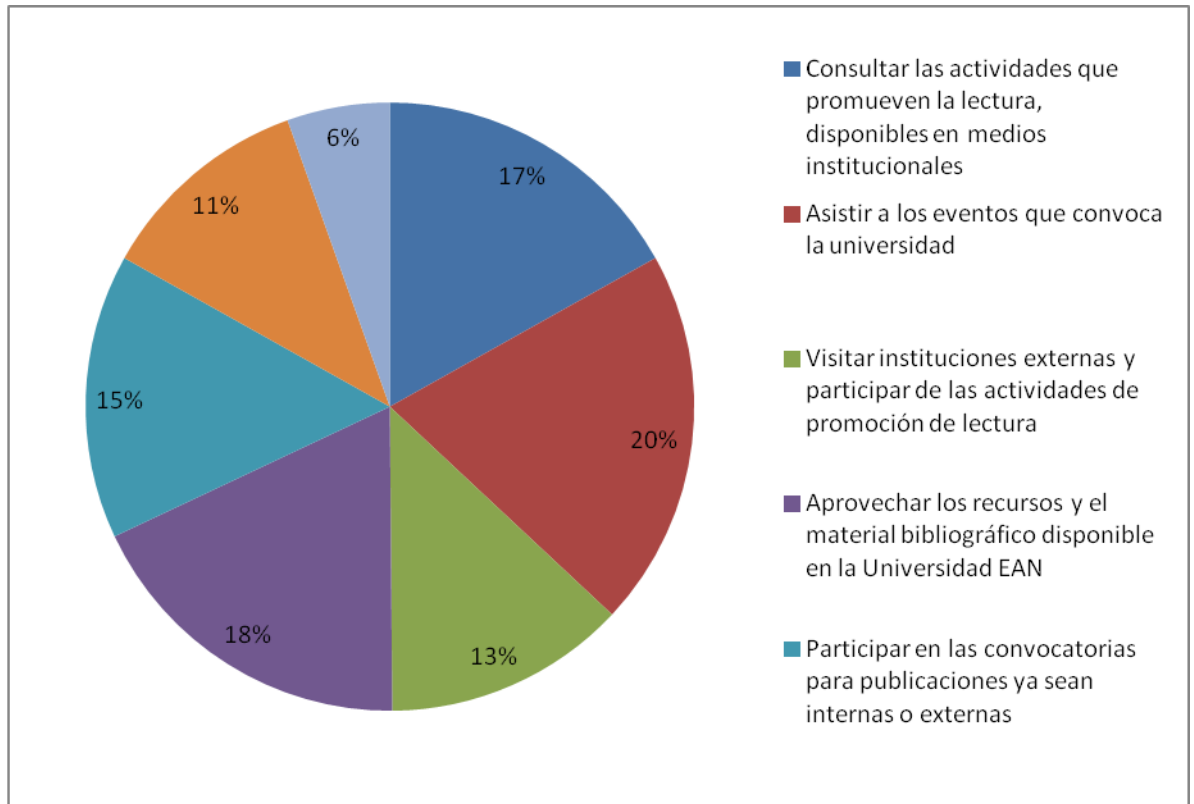
En esta pregunta se evidencia las soluciones al problema de fomento de la lectura en la Universidad, mediante una estrategia y alianza con entidades que promocionan la lectura y manteniendo un buen canal de comunicación entre las entidades, la universidad y los estudiantes se logrará más rápido el objetivo de construir una comunidad lectora.

Gráfico 32: Actividades prioritarias que usted considera debe implementar la Universidad para la Promoción de la Lectura



30. De las siguiente actividades, seleccione dos en las cuales estaría dispuesto a participar activamente: El 20 % de la población entrevistada dijo que estaría dispuesto a asistir a eventos que convoque la universidad, el 18% eligió aprovechar los recursos y el material bibliográfico dispuesto por la universidad, seguido por un 17% quienes consultarían las actividades que promueven la lectura, disponibles en medios institucionales, el 15% de los estudiantes participarían en convocatorias para publicaciones ya sea internas o externas; 13% de los estudiantes estarían dispuestos a visitar instituciones externas y participar de las actividades de promoción de lectura; un 11% están dispuestos a ser agentes activos en los procesos de comunicación interna y externa de promoción de lectura. Con estos resultados se evidencia la participación que tendrían los estudiantes en actividades que promuevan la lectura, entre otros con un 6% resaltaron pertenecer a Clubes de lectura y asistir a cursos de comprensión de lectura y buena escritura.

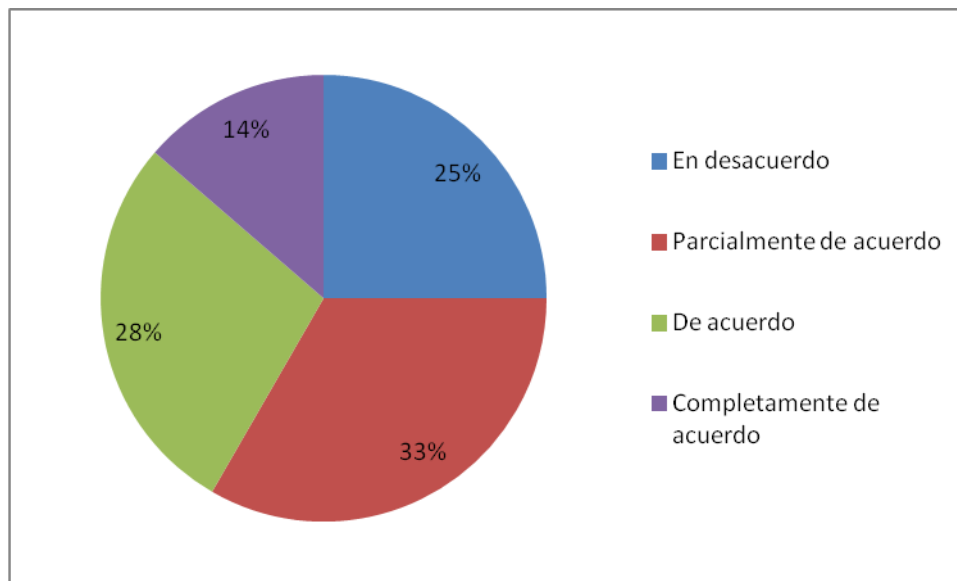
Gráfico 33: Actividades en las cuales estaría dispuesto a participar activamente



31. Se realizaron cuatro afirmaciones para conocer la percepción que tiene los estudiantes de los profesores de otras asignaturas en relación con la motivación hacia la lectura.

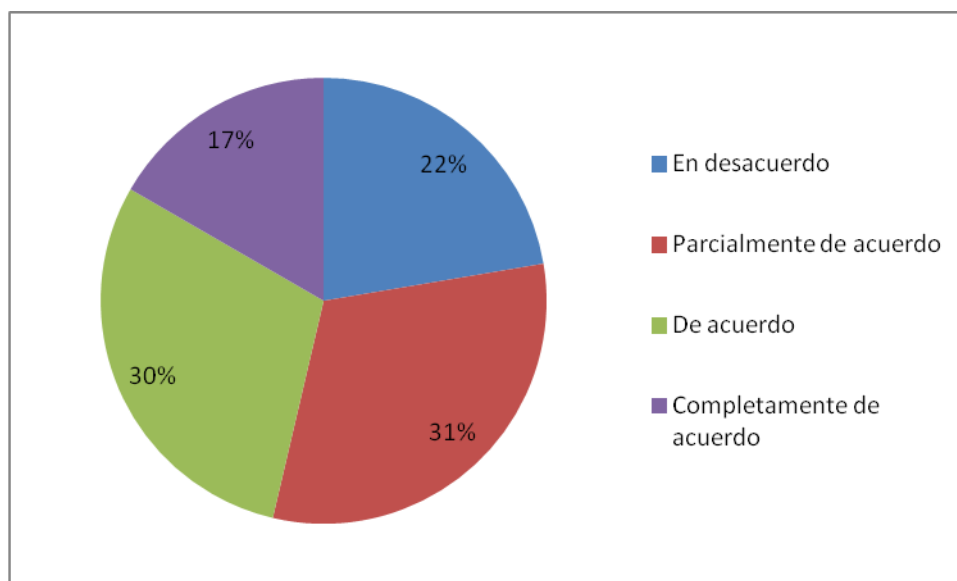
La primer afirmación es: los profesores de otras asignaturas le dan importancia a la lectura y la escritura a lo cual los estudiantes respondieron, el 33% esta parcialmente de acuerdo, el 28% está de acuerdo y el 25% está en desacuerdo, la tendencia más baja se evidenció con un 14% que esta completamente de acuerdo. A medida que todos los profesores se van involucrando con la promoción de la lectura y la escritura y las promueven dentro del aula, se va construyendo una comunidad estudiantil lectora.

Gráfico 34: Le dan importancia a la lectura y a la escritura



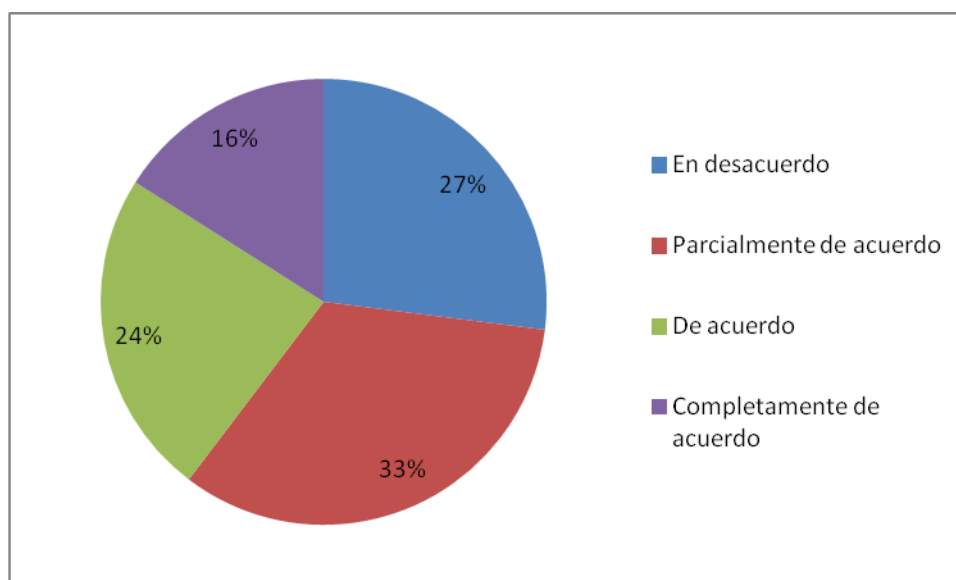
La segunda afirmación es los profesores de otras áreas proponen trabajos relacionados con la lectura y la escritura y le ofrecen directrices, guías u orientaciones para dichas prácticas, el 31% de la población estudiantil esta parcialmente de acuerdo, el 30% esta de acuerdo, el 22% en desacuerdo y el 17% restante está completamente de acuerdo. Por medio de la guía y la orientación de los docentes se logrará promover la lectura.

Gráfico 35: Proponen trabajos relacionados con la lectura y la escritura y le ofrecen directrices, guías u orientaciones para dichas prácticas



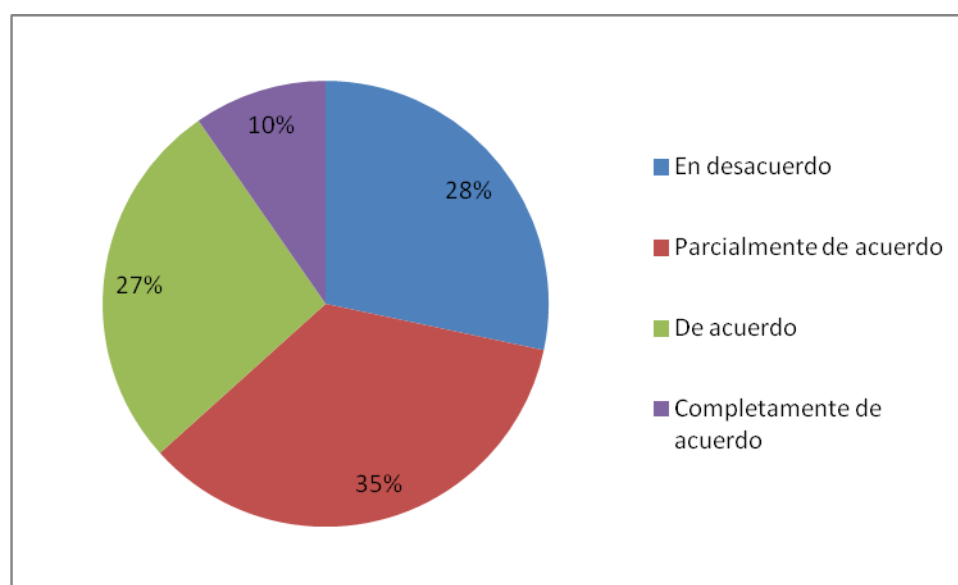
Los profesores de distintas áreas proponen trabajos relacionados con la lectura y la escritura, pero les sugieren a los estudiantes solicitar directrices, guías u orientaciones a los profesores de lectura y escritura. El 33% de los estudiantes está parcialmente de acuerdo, el 27% esta en desacuerdo, el 24% esta de acuerdo y el 16% está completamente de acuerdo. Un punto clave es que los profesores se ayuden mutuamente, la responsabilidad de promover la lectura no debe recaer solamente sobre los profesores de lectura y escritura, esta es una labor de todos, contribuir a formar una comunidad lectora, tanto estudiantes de todos los programas como profesores de todas la materias.

Gráfico 36: Proponen trabajos relacionados con la lectura y la escritura, pero les sugieren a los estudiantes solicitar directrices, guías u orientaciones a los profesores de lectura y escritura



Los profesores de distintas áreas realizan seguimiento y / o acompañamiento al proceso de la lectura y la escritura. El 35% de la población está parcialmente de acuerdo, el 28% está en desacuerdo y el 27% está de acuerdo. Se evidenció que solo el 10% de los encuestados están completamente de acuerdo. La lectura no debe ser impuesta por los profesores, pero si debe ser orientada con el fin de retroalimentar lo que se ha leído, con el objetivo de intercambiar opiniones y de generar crítica.

Gráfico 37: Realizaban seguimiento y/o acompañamiento al proceso de la lectura y la escritura

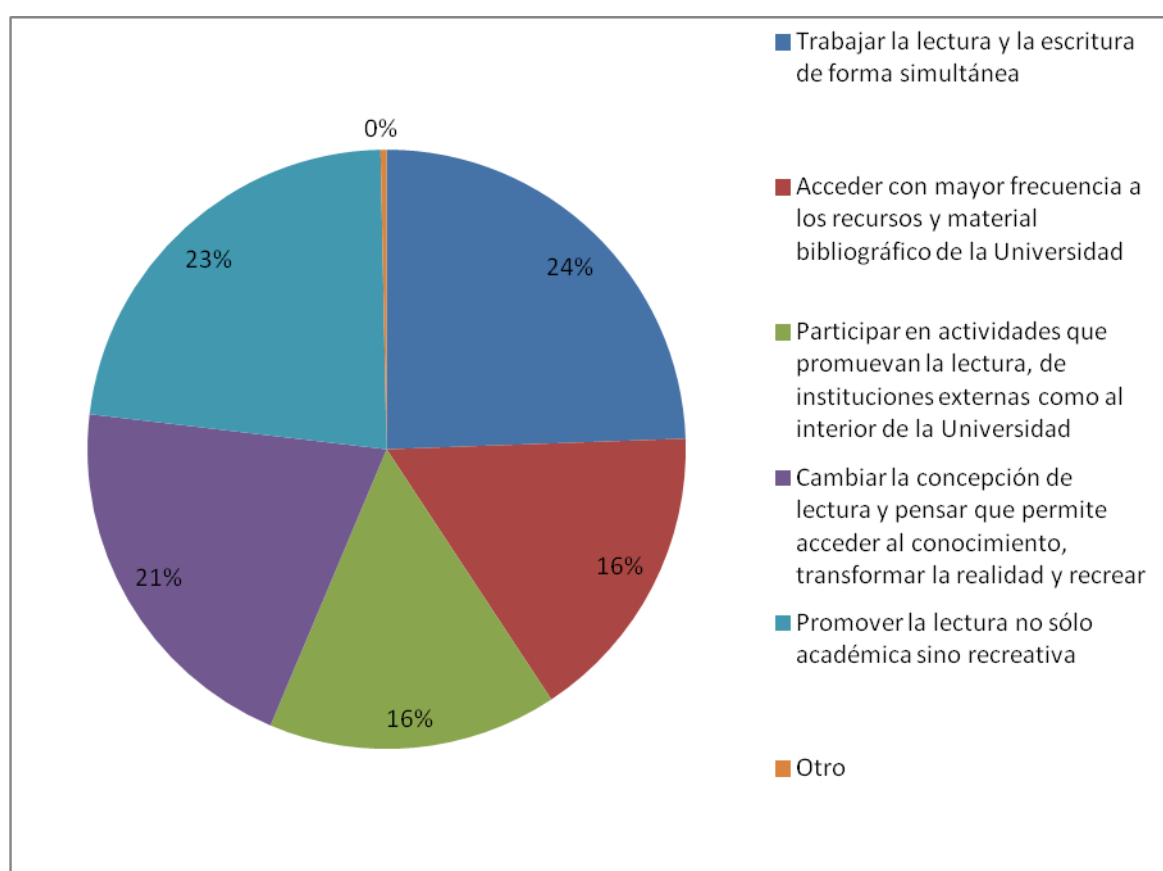


32. En la última parte de esta encuesta se le pidió al estudiante que seleccionara dos acciones que consideren prioritarias desarrollar para mejorar su hábito de lectura. El 24% de los encuestados están de acuerdo con trabajar la lectura y la escritura de forma simultánea, el 23% dice que es necesario promover la lectura no solo académica sino recreativa, el 21% de los encuestados dicen que es de vital importancia cambiar la



concepción de la lectura y pensar que permite acceder al conocimiento, transformar la realidad y recrear. El 16% de los estudiantes consideran vital participar en actividades que promuevan la lectura, de instituciones externas como al interior de la Universidad, otro 16% de los encuestados respondieron que es prioritario acceder con mayor frecuencia a los recursos y material bibliográfico de la Universidad.

Gráfico 38: Acciones prioritarias a desarrollar



## 8.2 ENTREVISTAS

A lo largo de la investigación se realizaron entrevistas a entidades que promueven la lectura en Bogotá, asimismo se entrevistó distintos departamentos de la Universidad EAN. El objetivo de esta monografía es crear una estrategia de comunicación que beneficie ambas partes, por lo cual se realizaron preguntas que señalaran los aspectos claves de la comunicación organizacional y permitieran proponer una estrategia para promover la lectura en los estudiantes de la Universidad EAN. A continuación se encontrará el respectivo análisis de la información obtenida.

### 8.2.1 Análisis de Entrevistas a Entidades que Promueven la Lectura:

Para esta investigación se decidió entrevistar a la Biblioteca Luis Ángel Arango y a la Red de Bibliotecas Públicas de Bogotá BIBLORED debido a que estas son entidades que ofrecen una gran diversidad de programas gratuitos para que los jóvenes se involucren con la lectura, la escritura y la cultura. La primera pregunta fue ¿Qué medios de divulgación utilizan para promover la lectura y la escritura?, el objetivo era conocer cómo se maneja la comunicación externa en estas dos organizaciones. Se encontró que las dos cuentan con fuertes planes y estrategias para promover sus servicios y darse a conocer, la principal herramienta de las dos organizaciones es la página web, gracias a esta pueden mantener actualizados a los usuarios, en cada página se encuentra la información y programación general de todas las actividades culturales que desarrolla cada entidad. Otro medio de comunicación con el que las dos cuentan es una agenda física donde se encuentra la programación mensual de los conciertos, exposiciones, talleres, clubes, tertulias, entre otras actividades.

La segunda pregunta ¿A qué población van dirigidas las actividades de promoción de lectura y escritura?, se realizó con el objetivo de ratificar que estas entidades ofrecen programas en los que pueden participar los estudiantes de la Universidad EAN, efectivamente la respuesta de ambas organizaciones fue que ellos cuentan con una amplitud de programas para todo tipo de población desde neonatos hasta la tercera edad, inclusive algunos de sus programas van dirigidos a poblaciones vulnerables o que por determinada circunstancia no tiene acceso a la lectura. Puntualmente en cuanto a actividades para los Universitarios se encontró que Biblored ofrece Cafés literarios, Talleres de creación literaria, Talleres de ensayo, Escribir para la vida, Charlas de interés, Alfabetización informática, Ciudadano en línea, Información local, Conferencias, Cine foros y Encuentro anual de cafés literarios y talleres de creación literaria. Por su parte la Biblioteca Luis Ángel Arango ofrece Club de jóvenes lectores para personas entre 16 y 24 años, Club de Poesía, Club de Cómic, Club de lectura científica, Club de lectura Científica en astronomía, Club de lectura de mapas, Tertulias, Exposiciones permanentes en Museo de Arte del Banco de la República, Museo Botero, Casa de Moneda y Museo del Oro, Conciertos, Comparto mi voz, Conferencias y charlas, además la Biblioteca cuenta con actividades organizadas por la Fundación Rafael Pombo como Lecturas al balcón, Tardes encantadas, Colombia lee, Hora de contar.

La siguiente pregunta ¿Existe un departamento de comunicación?, ¿quién es el encargado directo de esta área?, se confirmó que cada organización cuenta con este departamento y se logró entrevistar precisamente a las personas encargadas del área las cuales explicaron el manejo de la comunicación como se expuso en la primera pregunta. A la pregunta ¿Qué estrategias utiliza la

entidad para atraer a los jóvenes universitarios hacia la lectura y la escritura? Ambas coincidieron que el canal más efectivo para llegar a los jóvenes son las redes sociales como Facebook y Twitter ya que son los medios que más utilizan los jóvenes, adicionalmente pues cada organización cuenta con sus distintos medios de comunicación que permiten promocionar las actividades.

La siguiente pregunta fue ¿Quiénes se encargan de dirigir y hacer seguimiento de las actividades que promocionan la lectura y la escritura? Las dos entidades cuentan con un departamento de promoción de lectura y escritura los cuales cuentan con un equipo que se encarga de promover, realizar y hacer seguimiento de cada actividad. Al preguntar ¿De qué forma se pueden gestionar estrategias de comunicación externa en la organización para atraer más jóvenes hacia la lectura y escritura? Biblored compartió la experiencia de la última campaña de comunicación que realizó la cual iba dirigida a los jóvenes, en esta campaña se promocionaron los servicios de las bibliotecas por medio de medios masivos y de actividades culturales en distintos puntos de la ciudad. Por el lado de la Biblioteca Luis Ángel Arango no se han pensado estrategias en el momento sin embargo, contándole la idea de este proyecto considera que si es importante realizar ese tipo de alianzas pues se podría llegar directamente a los jóvenes estudiantes.

¿Estaría dispuesto a trabajar en conjunto con la Universidad EAN para acercar a los estudiantes a la lectura y en general a las actividades que la promocionan?, ¿de qué forma? Esta pregunta fue muy importante para la investigación ya que era clave para lograr el objetivo, las dos entidades están de acuerdo en crear alianzas estratégicas para promover la lectura, Biblored plantea que han existido entidades de educación superior que traen a los estudiantes, hacen sus capacitaciones en

la biblioteca y desarrollan distintas actividades, esta es una forma de alianza que se puede generar con Biblored, por otra parte la biblioteca Luis Ángel Arango dice que por medio de una Carta-Acuerdo se puede lograr un convenio donde la Universidad promueva la lectura y los programas de la BLAA y la Biblioteca en cambio puede brindar asesorías a profesores de la EAN para que la universidad cree sus propios Clubes de Lectura.

La penúltima pregunta ¿Qué tipo de estrategias considera usted que se deben aplicar para que la información llegue a los universitarios y participen activamente en las actividades que se organizan? Se realizó con el objetivo de conocer estrategias de comunicación que consideran importantes las distintas entidades, se halló que Biblored considera importante los medios masivos y las redes sociales, la BLAA por su parte plantea que mediante los canales de comunicación de la Universidad se puede generar la estrategia como por ejemplo, la biblioteca se compromete a hacer llegar la programación virtual a la Universidad, y esta por medio de su base de datos y mediante el departamento de comunicación se envía a toda la población estudiantil. La última pregunta fue ¿Qué se requiere para entablar convenios con la entidad? Las dos entidades coinciden que solo se necesita hablar, mandar una carta con la propuesta, organizar una reunión con los implicados y realizar el acuerdo.

#### 8.2.2 Análisis de Entrevistas a las Distintas Dependencias de la Universidad EAN

Las entrevistas realizadas a las distintas dependencias de la Universidad EAN se elaboraron con varios objetivos el primero era conocer el manejo de la comunicación interna y cuáles son los medios que las distintas dependencias utilizan para transmitir la información a los estudiantes, el

segundo era cómo la Universidad promueve la Lectura y la Escritura en sus estudiantes y por último preguntar si las distintas dependencias estarían dispuestas a trabajar en conjunto con entidades como Biblored y la Biblioteca Luis Ángel Arango. A continuación se encontrará el análisis de cada pregunta hecha a los distintos departamentos, algunas de ellas fueron formuladas a todos los departamentos y así mismo hay otras preguntas que solo se realizaron a determinada dependencia. Los departamentos entrevistados fueron los siguientes: Relaciones Institucionales, Biblioteca Hildebrando Perico Afanador, Gestión Cultural, Medio Universitario y Departamento de Comunicación.

La primera pregunta que se planteó fue ¿Existe algún tipo de comunicación o convenio con organizaciones como Fundalectura, Redlees, Biblored, Biblioteca Luis Ángel Arango, o de librerías como Casa Tomada, Authors, Magisterio, Luvina u otras? Aquí se encontró que el Departamento de Relaciones Institucionales, Medio Universitario y Comunicación consideran que está es labor de la Biblioteca, al hacerle la misma pregunta al departamento de Gestión Cultural se descubrió que esta dependencia está iniciando un convenio con Biblored en cuanto a exposiciones de arte. La Biblioteca de la Universidad indicó que no tiene ningún tipo de convenio con las entidades mencionadas en la pregunta, el único convenio que existe es el préstamo interbibliotecario realizado con la biblioteca Luis Ángel Arango.

La siguiente pregunta fue ¿Conoce las Actividades que estas instituciones hacen para promover la lectura en los estudiante Universitarios? Medio Universitario, Gestión Cultural y Biblioteca coinciden en que conocen los programas que ofrecen las entidades mientras que el departamento de Relaciones Institucionales los desconoce. En esta pregunta es clave analizar las respuestas dadas por las dependencias, Medio Universitario considera que las actividades que ofrecen las

entidades son muy importantes para los universitarios, sin embargo, no solo se deberían promover estas actividades, sino también las que van enfocadas a los niños y a las familias ya que en la Universidad EAN existen jóvenes en embarazo o ya con hijos y se debería aprovechar para promoverlas. Contrariamente a esto la Biblioteca considera que todas las organizaciones mencionadas anteriormente no tienen actividades para el perfil del estudiante Eanista, la biblioteca afirma que eventos para los niños y eventos públicos no son ideales para promocionarlos dentro de la comunidad estudiantil.

¿Estaría dispuesto a trabajar en conjunto con estas entidades para atraer a los estudiantes Eanistas al libro y a la lectura? ¿De qué forma? Esta pregunta se realizó a la Biblioteca y al Departamento de Relaciones Institucionales, los dos están dispuestos a trabajar con estas entidades sin embargo, la Biblioteca recaló que las entidades deben demostrar que ofrecen actividades para Universitarios y en cuanto a Relaciones Institucionales indicó que cumpliría un rol de ayudar a la Biblioteca con este proceso, pero no sería el directo responsable de crear esta alianza. Paralelamente se preguntó al departamento de Comunicación y al Medio Universitario ¿De qué forma cada Departamento puede promocionar la lectura y la escritura en conjunto con las entidades públicas y privadas?, acá se evidenció la disposición por trabajar en conjunto con las entidades y se realizaron proposiciones como por ejemplo campañas específicas donde con ayuda del Medio Universitario y los canales de comunicación se llegue a los estudiantes de manera eficaz.

La siguiente pregunta se realizó con el objetivo de conocer los medios de comunicación utilizados en la Universidad, se preguntó ¿Qué medios utilizan el departamento de Comunicación

y Medio Universitario para que la información llegue a los estudiantes? En esta pregunta se evidenció que la Universidad cuenta con unos efectivos canales de comunicación tanto virtuales como físicos. Entre los que más se resaltan está la comunicación por la Página Web, en el cual el Medio Universitario tiene un sub-portal donde publica toda la programación cultural, la gestión por medio de las Redes Sociales ha sido efectiva, de igual forma las carteleras de cada facultad y de cada piso han facilitado la comunicación entre el estudiante y la Universidad. En relación a este tema se preguntó al departamento de Gestión Cultural ¿De qué forma el departamento divulga las actividades relacionadas con la lectura y la escritura en la Universidad? Acá se evidenció que el punto clave es el departamento de comunicación y medio universitario quienes son los que promocionan los eventos, además la Universidad cuenta con boletines virtuales y con revistas donde se puede publicar la programación y distintos escritos.

A la Biblioteca se le preguntó ¿Qué medios de comunicación utilizan para divulgar los servicios que ofrece la Biblioteca? La biblioteca resaltó el papel de la página web que es donde se encuentra la base de datos y la información general de la biblioteca, sin embargo, esta dependencia tiene sus propias estrategias de comunicación como son las capacitaciones a estudiantes y docentes y un folleto el cual tiene todos los servicios con los que cuenta la biblioteca.

La siguiente pregunta se realizó al departamento de Comunicación y al Medio Universitario ¿Cree importante motivar la lectura en los estudiantes? ¿De qué manera el departamento colabora con este objetivo? Y paralelamente al Departamento de Gestión Cultural y Relaciones Institucionales se preguntó ¿De qué forma el Departamento puede promocionar la lectura y la



escritura en la Universidad EAN? Con el análisis de estas dos preguntas, se evidenció diferentes proposiciones como por ejemplo el departamento de Gestión Cultural está dispuesto a realizar los convenios con entidades que promueven la lectura, así mismo continuará trabajando en promover la cultura y en realizar actividades que ayuden a formar integralmente al estudiante. Relaciones Institucionales reitera su apoyo no como organizador de la estrategia pero si como facilitador. Medio Universitario y el Departamento de Comunicación consideran que la mejor estrategia es llegar al estudiante con campañas experienciales donde el estudiante vivencia tal situación y la aplica posteriormente. Contrariamente a todo lo que los distintos departamentos plantearon, al preguntar a la Biblioteca ¿Cómo se promociona la lectura? ¿Qué estrategias se implementan para desarrollar el hábito de la lectura en los Eanistas? ¿Existen proyectos a gestionar en ese sentido? Se encontró una negativa, la biblioteca no tiene planes para promover la lectura, ya que considera que los estudiantes cuentan con un nivel de lectura adecuado el cual ha sido inculcado desde la casa y el colegio. Además manifiesta que la mejor estrategia para que los estudiantes lean es casi que obligando al estudiante por medio de los docentes.

Se preguntó a la Biblioteca y al departamento de Relaciones Institucionales ¿Qué requisitos deben cumplir las entidades para entablar convenios con la Universidad? ¿Cuál es el proceso? Y ¿si se podría establecer algún tipo de convenio con instituciones de promoción de lectura y escritura? La biblioteca fue clara en que el convenio puede existir solo si las entidades demuestran que sus servicios son adecuados para los estudiantes universitarios, por el lado del departamento de Relaciones Institucionales se dejó claro que toda entidad debe demostrar que es de calidad y que está legalmente constituida, el proceso es mediante un reunión citando a las personas y realizando un acuerdo para que todos lo firmen.

Las siguientes últimas preguntas solo se realizaron a la Biblioteca, ya que competen solo a esta dependencia, la primera fue con respecto a las encuestas de satisfacción frente a la prestación de los servicios de las biblioteca ¿existen sugerencias de parte de los estudiantes?, ¿se han desarrollado planes de mejora? Y ¿en qué sentido? La biblioteca indicó que existe una encuesta en la página web de la Universidad donde se evalúa constantemente el servicio que ofrece la biblioteca, entre las sugerencias lo que más resaltaban los estudiantes era el espacio y gracias a la construcción de la nueva sede esta sugerencia se pudo implementar creando una biblioteca de fácil acceso y creando un espacio organizado, limpio y cómodo. La segunda pregunta a la biblioteca fue ¿De qué forma se promocionan los libros que tiene la Universidad? ¿Si la biblioteca promueve actividades o préstamos de libros de literatura o esparcimiento en vacaciones? En estas preguntas se evidenció que la Biblioteca promueve sus libros más en los docentes que en los estudiantes, el préstamo en vacaciones se le otorga a los docentes además constantemente se les envía al correo información de los nuevos libros que adquiere la Universidad, mientras que los estudiantes deben solicitar permiso si desean sacar los libros en vacaciones. Se le preguntó a la biblioteca ¿Existe articulación de la Biblioteca con el Plan Nacional de Lectura? A lo que respondieron que no ya que este plan es para bibliotecas públicas y no para bibliotecas universitarias. Al preguntarles si existen registros que midan el material de consulta de libro? Y ¿Qué estrategias realizan para subir esta cifra? Dijeron que si miden el nivel de consulta y el medio para que suba la cifra es mediante la ayuda de los docentes, ya que ellos obligan al estudiante a consultar el material de la Biblioteca. Así se finaliza la entrevista con la Biblioteca, dejando en claro que esta no promueve la lectura y no está interesada en hacerlo, sin embargo, está comprometida en ofrecer un buen espacio para que los estudiantes se sientan cómodos, y en ofrecer material actualizado.

Como conclusión de este análisis de las entrevistas realizadas cabe resaltar que departamentos como Medio Universitario y Gestión Cultural están motivados en crear convenios y en empezar a promover la cultura lectora en los Eanistas, paralelamente el departamento de Relaciones Institucionales ofrece su ayuda como facilitador en el proceso. La biblioteca por el contrario considera que la promoción debe hacerla los docentes y la biblioteca ofrece los medios y los espacios.

## 9. PLAN DE COMUNICACIÓN

En respuesta al objetivo de diseñar una estrategia de comunicación interna y externa que promueva los hábitos de lectura en los estudiantes de la Universidad EAN en beneficio de su formación profesional, se analizó la información encontrada sobre gestión de la comunicación y se estableció este plan de comunicación para dinamizar la relación entre las entidades investigadas y la Universidad EAN. Cabe destacar que con el objetivo de diseñar una estrategia clara y efectiva se elaboraron dos matrices DOFA, una corresponde al análisis de la comunicación externa manejada por las entidades que promueven la lectura y la segunda concierne a la comunicación interna de la Universidad EAN. Todo esto con el fin de hallar el camino más efectivo para que la información que generan las entidades llegue hasta los estudiantes, mediante el canal de comunicación que son las distintas dependencias de la Universidad. A continuación se presenta un diagrama de lo que se desea lograr a través de dicho plan.

Figura 2: Actores involucrados en el proceso de comunicación.

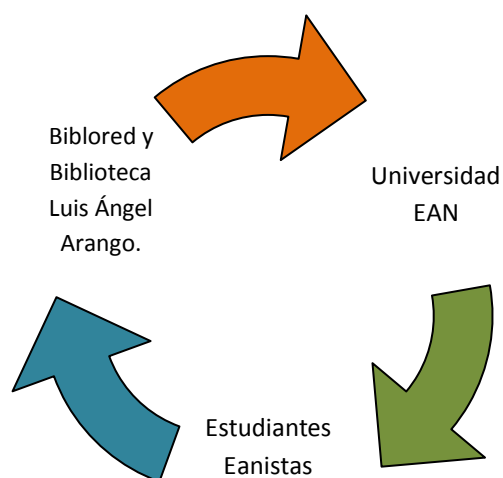


Figura 3. DOFA Biblioteca Luis Ángel Arango y Biblored

**DOFA ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LAS ENTIDADES QUE  
PROMUEVEN LA LECTURA EN BOGOTÁ: BIBLORED, BIBLIOTECA LUIS ÁNGEL  
ARANGO**

**Fortalezas:**

- Cuentan con canales de comunicación efectivos como son página web, base de datos, agenda física con la programación de los eventos.
- Reconocimiento a nivel nacional de nombre e imagen
- Cada organización cuenta con un departamento de comunicación completamente organizado.

**Debilidades:**

- No promueven sus servicios en las Universidades.
- Ofrecen gran cantidad de servicios pero no todos los programas son divulgados con la misma intensidad.
- No cuentan con alianzas de entidades educativas que les ayuden en el objetivo de promover sus servicios.

**Oportunidades:**

- Crear alianzas estratégicas para facilitar la divulgación de cada servicio que ofrece la entidad.
- Lograr crear una red de organizaciones que promuevan la lectura en los jóvenes.
- Aprovechar los medios efectivos de comunicación de las entidades para acercarse a los estudiantes Universitarios.

**Amenazas:**

- Las entidades educativas no estén interesada en formar una alianza con las Bibliotecas.
- Los estudiantes universitarios no utilicen los servicios que ofrecen las entidades.
- Los medios de comunicación no sean los adecuados para llegar a los jóvenes.

Figura 4. DOFA Dependencias de la Universidad EAN

## DOFA ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LAS DEPENDENCIAS DE LA UNIVERSIDAD EAN

### Fortalezas:

- La Universidad considera primordial mantener una buena comunicación con los estudiantes.
- Existen diversos medios de divulgación como boletines, revistas, páginas web, entre otras.
- La biblioteca y medio universitario cuentan con sus propios canales de divulgación.

### Debilidades:

- No existen alianzas con entidades que promuevan la lectura, la escritura y la cultura.
- Existen unos temas que se divulgan más que otros, por lo cual hay falta de información.
- Las campañas que se realizan no deben ser realizadas solo por el Medio Universitario sino contar con el apoyo de las distintas dependencias.

### Oportunidades:

- Crear una comunidad Eanista lectora, con la ayuda de campañas y de promoción de la lectura y la escritura.
- Informar de manera efectiva utilizando los diferentes medios que promuevan entidades externas.
- Crear una red de entidades que promuevan la lectura en lo jóvenes.

### Amenazas:

- La comunidad estudiantil no se motive a participar de los servicios divulgados.
- Los distintos departamentos no estén comprometidos con el objetivo de divulgar y promover.
- Los medios de divulgación no sean efectivos para llegar a los jóvenes universitarios.

## PLAN DE COMUNICACIÓN POR UNA COMUNIDAD EANISTA LECTORA

### OBJETIVO

Este plan pretende promover la lectura en la comunidad universitaria mediante la gestión de comunicación entre la Universidad EAN y las Entidades que promueven la lectura en Bogotá, específicamente Biblored y la Biblioteca Luis Ángel Arango.

### PÚBLICO

Este plan de comunicación se realiza con el fin que la información gestionada por las entidades y la Universidad EAN llegue a toda la población estudiantil. Por lo cual todos los estudiantes de pregrado presencial son nuestro público objetivo.

### PROPUESTA ESTRATÉGICA

Tabla 2: Propuesta Estratégica para promover la lectura en la Universidad EAN

Objetivos	Actividades Principales	Medios y/o herramientas	En colaboración con	Presupuesto
1. Realizar alianza estratégica con Biblored	*Contacto con Karen Franco Díaz coordinadora de comunicaciones y prensa de Biblored.  *Desarrollar propuesta para presentar a la entidad, teniendo claro que actividades se quieren divulgar en la	Correos, llamadas, visitas personales, reuniones.  La divulgación se hará por los medios con los que cuenta el departamento de comunicación de la EAN: Carteleras digitales y físicas,	Biblioteca de la Universidad EAN y Medio Universitario. Contacto: <a href="mailto:kfranco@bibliored.edu.co">kfranco@bibliored.edu.co</a>	Profesional de Lenguas Modernas. \$1'500.000 Mensual.

	<p>Universidad.</p> <p>*Reunión para discutir propuesta y firma de compromiso.</p>	<p>Páginas Web, Base de Datos.</p>		
<p>2. Realizar alianza estratégica con la Biblioteca Luis Ángel Arango.</p>	<p>*Contacto con Silvia Echavarría Vargas encargada de la Divulgación y Servicios Educativos de la BLAA y con María del Pilar Osorio encargada de los Talleres de Promoción de Lectura.</p> <p>*Propuesta: se divulgará la información de la BLAA y en cambio ellos brindarán asesoría para crear nuestros propios clubes de lectura.</p> <p>*Reunión para discutir acuerdo.</p> <p>*Firma de compromiso</p>	<p>Reuniones con los profesores y con el personal de la BLAA.</p> <p>Los medios de divulgación utilizados por el Medio Universitario, boletín virtual, carteleras, página web.</p>	<p>Profesores que deseen promover la lectura en la Universidad EAN.</p> <p>Biblioteca Hildebrando Afanador Perico. Contacto: <a href="mailto:sechawa@banrep.gov.co">sechawa@banrep.gov.co</a></p>	<p>Profesional de lenguas modernas.</p>
<p>3. Promover los servicios de la Biblioteca Hildebrando Afanador Perico y promover la lectura en la comunidad estudiantil.</p>	<p>*Establecer un presupuesto para la promoción de lectura.</p> <p>*Evaluar los medios de divulgación empleados por la Biblioteca.</p> <p>*Crear una campaña</p>	<p>Herramientas de medición.</p> <p>Promover los servicios con campañas divulgadas en las carteleras, correos electrónicos e implementar</p>	<p>Biblioteca Universidad EAN,</p> <p>Departamento de Comunicaciones y Medio Universitario.</p>	<p>\$10. 000. 000<sup>9</sup></p>

<sup>9</sup> El presupuesto para las campañas de promoción de lectura es un estimado, como parte del proceso de realización de este proyecto es necesario hacer un análisis de gastos profundo para este punto. La campaña durará un año con el fin de lograr que la comunidad Eanista conozca todo lo que ofrece la Biblioteca y se inculque el hábito de la lectura. No obstante, es necesario que después de ese año se continúe manteniendo los programas y medios implementados para promover la lectura.



	<p>cuyo objetivo sea dar a conocer todos los servicios y libros que ofrece la Universidad.</p> <p>*Crear un plan de promoción de lectura liderado por la biblioteca, el cual motive a los estudiantes que incluya conversatorios con escritores colombianos, talleres de lectura, un evento al año “La Semana de la Lectura”</p> <p>*Promover la lectura en varios idiomas en la semana de las lenguas (Escritores extranjeros, tertulias con traductores, ilustradores, editores. Clubes de cine y lectura en los distintos idiomas que ofrece la Universidad, Visita a Librerías especializadas en literatura extranjera.)</p>	<p>nuevo medios como Redes Sociales, videos, hipertextos, flash, blogs, evento lanzamiento estrategia con teatreros, clown y arte circense.</p>	<p>Profesores que deseen contribuir con este objetivo, y entidades externas que promuevan la lectura.</p> <p>Bibliotecarios y personal bilingüe.</p>	
<p>4.Promover la lectura en profesores y en las familias Eanistas</p>	<p>*Realizar campañas en las que se involucren a los docentes en general, no solo a los que dictan materias relacionadas a la lectura.</p> <p>*Promover actividades de familia, para que con el apoyo de las familias se empiece a crear el</p>	<p>Correos Electrónico, Carteleras Físicas.</p> <p>Reuniones que promuevan crear una comunidad lectora tanto en la comunidad estudiantil, como en los colaboradores de distintas áreas no</p>	<p>Medio Universitario, Entidades Externas y las Facultades de la Universidad.</p>	<p>Talleristas o conferencistas \$600.000 mensual</p>

	<p>hábito a la lectura.</p> <p>*Es indispensable no solo promover la lectura en la familia de los estudiantes Eanistas sino también tener en cuenta a todos los colaboradores de la Universidad.</p>	<p>solo académicos y administrativos.</p>		
<p>5. Crear otras alianzas con entidades privadas y públicas que promuevan la lectura como las encontradas durante este proyecto:</p> <p>Librerías Independientes, Casa Tomada, Luvina, Magisterio, Biblos, Merlín; Organizaciones como: Redleees, Cerlalc, Fundalectura, Cámara Colombiana del Libro.</p>	<p>*Investigar y contactar que entidades como librerías independientes, Redlees, entre otras pueden ser aliados estratégicos.</p> <p>*Realizar el proceso de investigación y diseñar propuesta.</p> <p>*Reunión con los implicados y firma del compromiso.</p>	<p>Entrevistas, trabajo de campo.</p> <p>Correos electrónicos y páginas web.</p>	<p>Biblioteca y Medio Universitario.</p>	<p>Profesional de Lenguas Modernas.</p>
<p>6. Crear Red de Promoción de Lectura en las</p>	<p>*Contactar entidades de educación superior que estén interesadas en</p>	<p>Redes Sociales, Página Web, Base de datos, Medios</p>	<p>Entidades externas que promueven la</p>	<p>\$1.000.000<sup>10</sup></p>

<sup>10</sup> Mediante RENATA que es un programa de comunicación que maneja la Universidad EAN se puede reducir costos para mantener la comunicación con las distintas entidades. Cabe señalar que este precio es calculado para la creación de la Red, no para su sostenimiento. Ya que éste se estipula con las organizaciones que integren la Red.

Universidades Públicas y Privadas de Bogotá	<p>hacer parte de esta red. Una estrategia es involucrar las Universidades que integran la Red de Bibliotecas.</p> <p>*Establecer los objetivos y funciones de la Red, donde el principal beneficiado en la difusión de las estrategias de promoción sean los estudiantes universitarios.</p> <p>*Promover la Red y lograr que continúe por varios años.</p>	Masivos.	<p>lectura y organizaciones de Educación Superior.</p> <p>Universidad EAN</p>	
Total				\$13.100.000 <sup>11</sup>

## FASES

Este plan de comunicación cuenta con seis propuestas a implementar, con el fin de promover la lectura en la Universidad EAN utilizando herramientas de la comunicación organizacional. Para cada propuesta se establecieron unas fases específicas, la Fase de Sensibilización que corresponde al análisis, investigación, estudio de la propuesta, una segunda Fase de Desarrollo en la cual se aplicaran todas las estrategias planeadas para cumplir el objetivo, a continuación sigue la Fase de Seguimiento la cual es necesaria para lograr la meta y tomar medidas necesarias en caso de que no se esté cumpliendo con lo planeado. Por último cada propuesta tendrá una Fase de

---

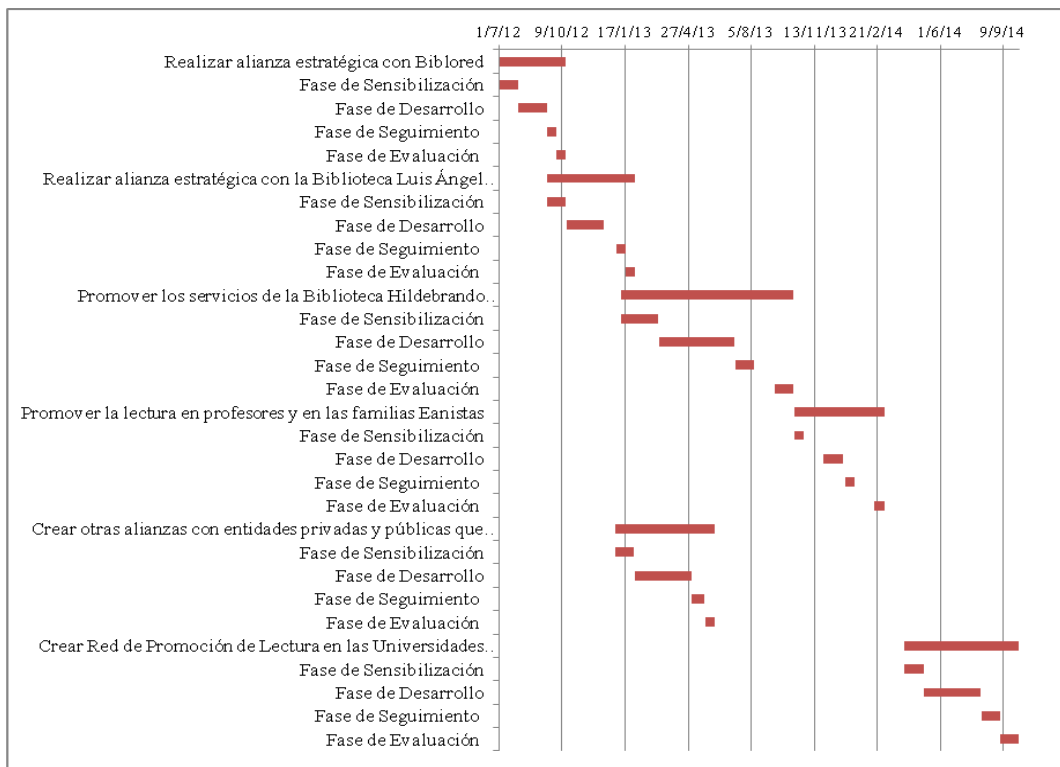
<sup>11</sup> Es necesario que al inicio de cada parte del plan de comunicación se realice un análisis de costos y gastos, este total no es fijo y puede variar.

Evaluación en donde se observa y se determina cuales fueron los resultados de la propuesta implementada y cómo benefició el objetivo de construir una comunidad lectora.

## CRONOGRAMA

A continuación se encuentra el cronograma de las 6 propuestas con las fases explicadas anteriormente, este plan de comunicación se elaboró para ponerse en práctica en un periodo del 01/07/2012 al 04/10/2014, debido a que es necesario crear y fortalecer el hábito de la lectura en toda la comunidad Eanista.

Figura 5: Cronograma de la Propuesta Estratégica para promover la lectura en la Universidad EAN



## 10. CONCLUSIONES

El objetivo inicial se cumplió ya que se diseñó una estrategia de comunicación que permita promover la lectura en los estudiantes de la Universidad EAN, con la colaboración de entidades públicas y privadas. Esta estrategia está lista para ser aplicada dentro de la Universidad, puesto que permite desarrollar otros proyectos es así como puede ser presentada ante las diferentes instancias de decisión de la Universidad para que le den viabilidad.

Se establecieron las entidades y programas en Bogotá que contribuyen a la formación del hábito lector en los universitarios, se realizó contacto con dos de esas entidades; Biblored y Biblioteca Luis Ángel Arango ya que son las dos que más programas ofrecen a la comunidad estudiantil.

Mediante la encuesta realizada a los estudiantes de pregrado de la Universidad EAN se encontró que no existe un hábito de la lectura consolidado y que poco consultan el material de la biblioteca, por lo cual es indispensable que la Universidad cree un plan de promoción de lectura liderado por la Biblioteca con el objetivo de contribuir en la formación integral del estudiante.

Los docentes son parte vital en el proceso de fomento de la lectura por lo cual es necesario trabajar en conjunto con ellos y con las facultades para así no solo promover la lectura entre los estudiantes sino también entre los mismos docentes. Es importante resaltar que los docentes que promuevan la lectura no deben ser únicamente los que tienen esta especialidad, sino todos, puesto que desde cada uno de sus escenarios son potencialmente promotores de lectura y hábitos lectores.

Los departamentos de Medio Universitario, Comunicación, Gestión Cultural y Relaciones Institucionales han contribuido con la formación del estudiante de diferentes formas, por lo cual estas dependencias son necesarias que colaboren y se integre al objetivo planeado.

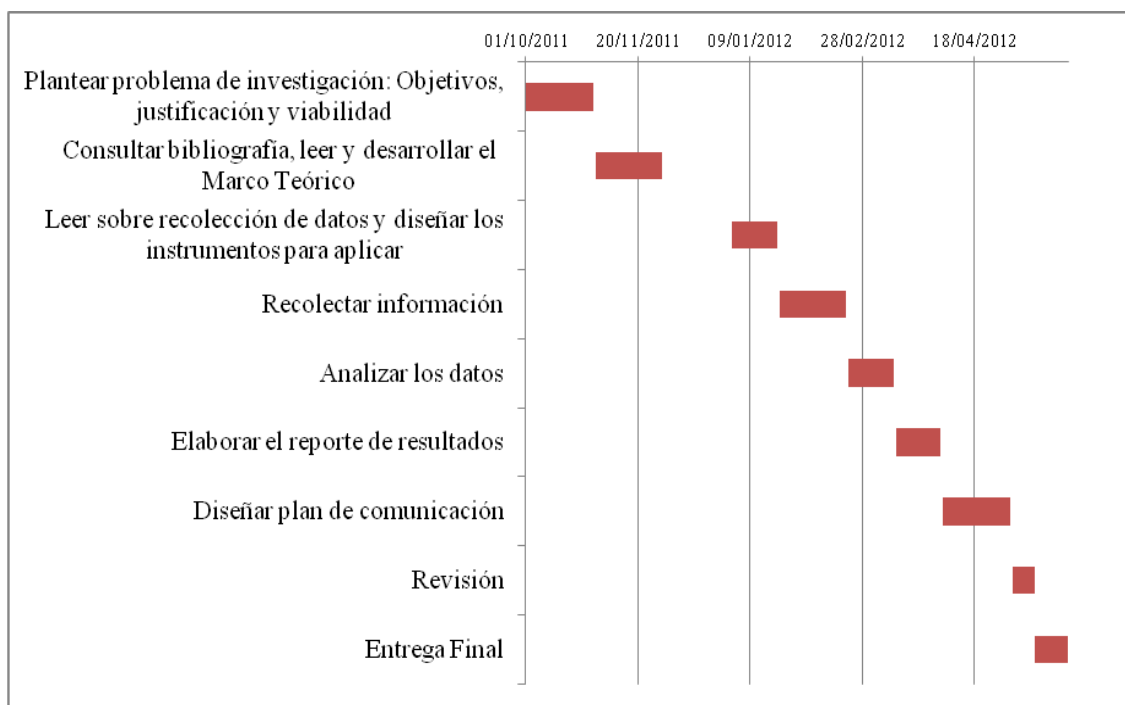
Este trabajo fue de gran aprendizaje ya que se conoció a profundidad el tema de la lectura en Bogotá, además se logró obtener información precisa con la encuesta y las entrevistas. Se evidenció que hay una falla en la promoción de lectura dentro de la Universidad, y las entrevistas por su parte revelaron que existen entidades dispuestas a apoyar el proceso de promover la lectura en los Eanistas.

## 11. RECOMENDACIONES

- Este proyecto abre la posibilidad de crear un semillero de investigación, el cual se encargue de todo la búsqueda, propuestas, ideas, actividades sobre la promoción de lectura Universitaria, este es un tema muy amplio y que vale la pena investigarlo ya que hay muy poco sobre promover la lectura en Universidad, la mayoría de los estudios han sido enfocados a primera infancia, y otras áreas, por lo cual es importante gestionar alianzas con la universidad permitirán crear una posibilidad para abordar los hábitos lectores en la Universidad.
- La investigación realizada permite evidenciar ciertos temas que serian interesantes e importantes desarrollarlos, estudiarlos y aplicarlos como por ejemplo la lectura como herramienta de aprendizaje de idiomas extranjeros.
- Esta monografía evidencia otro campo de acción del profesional de Lenguas Modernas, dado que su rol puede ser de dinamizar y facilitar el proceso de comunicación entre distintas organizaciones y así como gestionar proyectos de promoción de lectura en diferentes espacios.
- Los proyectos propuestos deberían ser gestionados y realizados, ya que esta investigación ha sido un trabajo largo y completo donde se hallan datos completamente actualizados y es una necesidad que tiene la Universidad EAN actualmente, trabajar en solucionar la falta de hábito de lectura en los estudiantes, para así continuar formando profesionales íntegros en las diferente áreas..

## 12. CRONOGRAMA DEL DESARROLLO DE LA MONOGRAFÍA

Figura 6: Cronograma del desarrollo de la monografía





### 13. BIBLIOGRAFÍA

- **Asociación Colombiana de Libreros Independientes ACLI.** (s.f.). Recuperado el 2011, de <http://librerosindependientes.blogspot.com>
- **Bernal Pinilla, L. D.** (2011). ¿Qué es el hábito de la lectura? En L. D. Bernal Pinilla, *La literatura y la competencia lectora: degustando la lectura* (pág. 14). Colombia: Ecoe Ediciones
- **Campos, A. N.** (2011). Análisis de la percepción de la imagen corporativa de la Universidad EAN en los estudiantes de primer semestre de 2011. Bogotá D.C. : Universidad EAN.
- **Carlino, P.** (2007). *¿Qué nos dicen hoy las investigaciones sobre lectura y escritura universitaria? Trabajo presentado en el Primer Encuentro Nacional sobre Políticas Institucionales para el Desarrollo de la lectura y la escritura en la Educación Superior.* Bogotá D.C.
- **Castronovo, A.** (s.f.). *LA LECTURA EN LA UNIVERSIDAD.* Obtenido de <http://200.45.54.151/institucional/documentos/lecturayescritura08/castronovo.pdf>
- **Cisneros Estupiñán, M.** (2011). *En busca de la calidad educativa a partir de los procesos de lectura y escritura.* Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira.
- **Costa, J.** (s.f.). *Comunicación Organizacional.* Recuperado el 2011, de [www.joancosta.com/noticias\\_15.htm](http://www.joancosta.com/noticias_15.htm)
- **Cornejo, J. R.** (2012). Hábitos de lectura en alumnos universitarios de carreras de ciencia y de tecnología. *Revista Eureka Sobre Enseñanza Y Divulgación De Las Ciencias* , 155-163.
- **Cruz, F.** (Agosto de 2006). *Comunicación Organizacional.* Recuperado el 2011, de [www.gestipolis.com/canales7/ger/comunicacion-estrategica.htm](http://www.gestipolis.com/canales7/ger/comunicacion-estrategica.htm)
- **Cuena Botrán, P.** (2005). *La dirección de comunicación en el ámbito universitario: comunicación interna y comunicación externa.* Granada: Diálogo Iberoamericano.
- **Cutlip, S., Center, A., & Broom, G.** (2001). *Relaciones Públicas Eficaces.* Ediciones Gestión.
- **Del Pozo Lite, M.** (2004). *Comunicación interna y cultura empresarial.* Barcelona.

- **Diaz, A.** (s.f.). *Gestión Humana.com*. Recuperado el 2011, de <http://www.gestionhumana.com/gh4/BancoConocimiento/C/comuteorico/comuteorico.asp>
- **Estupiñán, M. C.** (2005). *Lectura y escritura en la universidad un investigación diagnóstica*. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira.
- **Fernández Collado, C.** (2002). *La comunicación en las Organizaciones*. México: Trillas.
- **Ferreiro, E.** (2000). *Leer y escribir en un mundo cambiante*. Recuperado el 2012, de Revista Digital del Centro de Estudios y Recursos Culturales de la Diputación de Barcelona: <http://www.lamalla.net/cercles/>
- **García Delgado, B.** (2011). Estudio de los hábitos lectores de los estudiantes de la Universidad Europea de Madrid. *Ibersid* , 99-107.
- **González, B., & Vega , V.** (2010). *Prácticas de lectura y escritura en la Universidad: El caso de cinco asignaturas de la Universidad Sergio Arboleda*. Bogotá D.C.: Universidad Sergio Arboleda.
- **González Pérez, M., Hernández Díaz, A., & Viñas Pérez, G.** (2009). La lectura, su importancia, tipos de lectura. En M. González Pérez, A. Hernández Díaz, & G. Viñas Pérez, *Cómo ser mejor estudiante* (págs. 18-25). Cuba: Editorial Universitaria .
- **Itoiz, C.** (2001). *GestioPolis*. Recuperado el 2012, de Relaciones Públicas: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/relhumitoiz.htm>
- **Kreps, G.** (1995). *La comunicación en ls Organizaciones*. Estados Unidos: Addison-Wesley Iberoamericana.
- **Lea, M., & Street, B.** (1998). *Student writing in higher education: an academic literacies approach*. Recuperado el 2011, de [www.kent.ac.uk/uelt/academic-practice/docs/studwritinginhe.pdf](http://www.kent.ac.uk/uelt/academic-practice/docs/studwritinginhe.pdf)
- **López Jiménez, e. a.** (2006). *La comunicación como herramienta gerencial*. Bogotá D.C.: Ecoe Ediciones.
- **Marucco, M.** (2005). *Enseñar a leer y escribir en el aula universitaria una experiencia en la Facultad de Psicología*. Recuperado el 2011, de Universidad de Buenos Aires: [www.saece.org.ar/docs/congreso1/Marucco.doc](http://www.saece.org.ar/docs/congreso1/Marucco.doc).
- **Mendoza Fillola, A.** (1998). *Conceptos clave en Didáctica de la Lengua y la Literatura*. Barcelona: Sociedad Española de Didáctica de la Lengua y la Literatura-ICE de la Universidad de Barcelona-Horsori.

- **Ministerio de Cultura y Departamento Nacional de Planeación.** (2003). *Documento Conpess 3.222. Lineamientos del Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas.* Bogotá.
- **Ministerio de Educación.** (s.f.). *Estándares básicos de competencias.* Recuperado el 2011, de Formar en lenguaje: apertura de caminos para la interlocución: [http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/articles-116042\\_archivo\\_pdf1.pdf](http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/articles-116042_archivo_pdf1.pdf)
- **Narvaja de Arnoux, E., Pereira, C., & Di Stefano, M.** (2002). *La lectura y la escritura en la Universidad.* Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- **OEI, CERLALC.** (2004). *Compendio de Políticas Culturales.* Recuperado el 2011, de Política de Lectura y Bibliotecas: [www.oei.es/pdf2/politica\\_lectura\\_colombia.pdf](http://www.oei.es/pdf2/politica_lectura_colombia.pdf)
- **Peña, L.** (2002). *La lectura en contexto.* Bogotá: Ministerio de Educación Nacional, Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior.
- **Pérez, R., Nieto, M., Velázquez, A., Castellano, G., Garzón, M., & Vargas, H.** (2009). Gestión de la comunicación e información. En R. Pérez, M. Nieto, A. Velázquez, G. Castellano, M. Garzón, & H. Vargas, *Modelo de Modernización para la Gestión de Organizaciones* (págs. 270-308). Bogotá D.C.: Universidad EAN.
- **Peroni, M.** (2004). *La lectura como práctica social. Los equívoco de una evidencia.* Recuperado el 2012, de II Encuentro de Promotores de lectura, en el XVIII Feria Internacional del Libro de Guadalajara: <http://www.fil.com.mx/promotores/ponencias/ponencia.asp?rt=&id=4>
- **Red de editoriales independientes colombianas.** (2010). *REIC.* Recuperado el 2011, de [www.bibliotecanacional.gov.co/recursos\\_user/documentos\\_bnc/red\\_editoriales\\_independientes\\_colombianas.pdf](http://www.bibliotecanacional.gov.co/recursos_user/documentos_bnc/red_editoriales_independientes_colombianas.pdf)
- **Torrado, C. d., & Camargo Leal, Z.** (2011). Maloka responsabilidad social con la investigación y la divulgación del conocimiento en la población juvenil colombiana. Bogotá D.C.: Universidad EAN.
- **Universidad de la Salle.** (Mayo de 2010). *Vicerrectoría Académica Oficina de Bibliotecas.* Recuperado el 2011, de Fomento de la lectura: [http://biblioteca.lasalle.edu.co/media/fomento\\_de\\_la\\_lectura.pdf](http://biblioteca.lasalle.edu.co/media/fomento_de_la_lectura.pdf)
- **Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.** (Septiembre de 2007). *La lectura en los universitarios. Un caso específico: Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.* Recuperado el 2011, de [http://www.revistatabularasa.org/numero\\_siete/andrade.pdf](http://www.revistatabularasa.org/numero_siete/andrade.pdf)
- **West, R., & Turner, L.** (2005). *¿Qué es la comunicación?* New York.

## 14. ANEXOS

### ANEXO 1: Formato encuesta Hábitos de Lectura en la Universidad EAN



Instrumento No.1: Percepción de los Hábitos de Lectura en la Universidad EAN

Como parte del trabajo de grado se está desarrollando una monografía denominada "Estrategia de Comunicación Interna y Externa para promover los hábitos de lectura en los estudiantes de la Universidad EAN". Una de las fuentes de información la constituye este cuestionario auto suministrado que está dirigido a estudiantes de las distintas carreras profesionales presenciales ofrecidas por la Universidad.

#### Datos Personales

1. Edad: \_\_\_\_\_

2. Sexo:

a. Femenino

b. Masculino

3. Programa en el que se encuentra matriculado: \_\_\_\_\_

4. Semestre: \_\_\_\_\_

5. Jornada:

a. Diurna

b. Nocturna

#### Hábitos de lectura en los estudiantes

6. ¿Qué actividad hace con más frecuencia en su tiempo libre?

a. Deporte

c. Usar Internet

b. Oír Música

d. Salir con amigos

- e. Leer
  - f. Ver TV
  - g. Asistir a eventos culturales
  - h. Otro: \_\_\_\_\_
7. ¿Le gusta leer?
- a. Nunca
  - b. Pocas Veces
  - c. Algunas Veces
  - d. Con frecuencia
  - e. Siempre
8. Usted considera que la lectura es:
- a. Un entretenimiento
  - b. Una necesidad académica
  - c. Un pasatiempo
  - d. Una obligación
  - e. Otro: \_\_\_\_\_
9. ¿Cuántos libros completos de su propia elección leyó el año pasado?
- a. Entre 2 y 4 libros
  - b. Un libro
  - c. Más de 5 libros
  - d. Ningún libro
10. ¿Qué tipo de lectura prefiere usted?
- a. Recreativa
  - b. Informativa
  - c. Académica
11. ¿En qué medio prefiere leer?
- a. Libros
  - b. Periódicos
  - c. Revistas
  - d. Computador
  - e. Fotocopias
  - f. Otro: \_\_\_\_\_
12. Los libros que lee, generalmente ...
- a. Los compra
  - b. Se los regalan
  - c. Se los presta un familiar o un amigo

- d. Los toma de las bibliotecas
- e. Otro: \_\_\_\_\_

13. ¿Cómo considera que es su hábito de lectura?

- a. Bueno
- b. Regular
- c. Deficiente
- d. Excelente

### **Ambiente Familiar**

14. Sus padres son lectores y modelos efectivos para promover la lectura.

- a. En desacuerdo
- b. Parcialmente de acuerdo
- c. De acuerdo
- d. Completamente de acuerdo

15. En el entorno familiar se facilita el acceso a medios y actividades que promuevan la lectura.

- a. En desacuerdo
- b. Parcialmente de acuerdo
- c. De acuerdo
- d. Completamente de acuerdo

16. En el entorno familiar existe una biblioteca que se actualiza con la compra de libros.

- a. En desacuerdo
- b. Parcialmente de acuerdo
- c. De acuerdo
- d. Completamente de acuerdo

17. En el entorno familiar se inculca el hábito de lectura.

- a. En desacuerdo
- b. Parcialmente de acuerdo
- c. De acuerdo
- d. Completamente de acuerdo

18. ¿Qué otras actividades o acciones se realizan en su entorno familiar para promover la lectura?

- a. Asistíamos con mis padres o familiares a bibliotecas
- b. Asistíamos con mis padres o familiares a instituciones que promovían la lectura
- c. Me regalaban libros o afiliaciones a clubes de lectura

- d. La formación de hábitos de lectura se delegaba al colegio
- e. Era mi responsabilidad como estudiante
- f. No se hacía evidente el desarrollo de hábitos lectores
- g. Otro: \_\_\_\_\_

**Relación entre estudiantes, Biblioteca Universidad EAN y Entidades de Promoción de Lectura**

19. ¿Con qué frecuencia usted realiza consultas en la biblioteca de la universidad EAN?

- a. Nunca
- b. Pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Con frecuencia
- e. Siempre

20. ¿Qué tipo de material consulta con mayor frecuencia en la Biblioteca de la Universidad EAN?

- a. Libros
- b. Base de datos
- c. Tesis
- d. Revistas
- e. Periódicos
- f. Ninguno
- g. Otro: \_\_\_\_\_

21. De las siguientes instituciones que promocionan la lectura ¿Cuál es la que usted más frecuenta?

- a. Biblored
- b. Biblioteca Luis Ángel Arango
- c. Asolectura
- d. Redlees
- e. Librerías Independientes
- f. Ninguna
- g. Otro: \_\_\_\_\_

22. ¿Cuál es su librería favorita?

- a. Merlín
- b. Magisterio
- c. Casa Tomada Libros y Café
- d. Authors Bookstore
- e. Ninguna
- f. Otra:  
\_\_\_\_\_

23. ¿Con qué frecuencia participa en clubes de lectura?

- a. Nunca
- b. Pocas veces
- c. Algunas veces
- d. Con frecuencia
- e. Siempre

### **Ambiente institucional**

24. Considera que en la universidad existe un ambiente institucional que promueve la lectura.

- a. En desacuerdo
- b. Parcialmente de acuerdo
- c. De acuerdo
- d. Completamente de acuerdo

25. Existen espacios de apoyo o refuerzo para la lectura y la escritura en la Universidad.

- a. En desacuerdo
- b. Parcialmente de acuerdo
- c. De acuerdo
- d. Completamente de acuerdo

26. Conoce en qué medios los estudiantes pueden publicar lo que escriben.

- a. En desacuerdo
- b. Parcialmente de acuerdo
- c. De acuerdo
- d. Completamente de acuerdo

27. Existen programas, club de lectura, concursos, ferias del libro, capacitaciones u otras actividades que fomentan el hábito de leer en la Universidad.

- a. En desacuerdo
- b. Parcialmente de acuerdo
- c. De acuerdo
- d. Completamente de acuerdo

28. Los profesores encargados de lectura y escritura en la Universidad



	Ofrecen directrices, guías u orientaciones para leer	Realizan seguimiento y / o acompañamiento al proceso de la lectura	Tienen en cuenta las tareas de lectura que usted realiza para otra asignatura	Comparten las lecturas que ellos realizan por gusto propio con sus estudiantes
En desacuerdo				
Parcialmente de acuerdo				
De acuerdo				
Completamente de acuerdo				

29. Seleccione dos actividades prioritarias que usted considera debe implementar la universidad para la promoción de lectura.

- a. Diseñar estrategias de comunicación interna y externa que promuevan la lectura
- b. Establecer convenios o alianzas con instituciones que promuevan la lectura
- c. Difundir las actividades que realiza para promover la lectura
- d. Sensibilizar a los estudiantes frente a la importancia de la lectura
- e. Involucrar a los docentes en la promoción de la lectura
- f. Promover una cultura institucional entorno a la lectura
- g. Trabajar articuladamente la lectura y la escritura
- h. Otro: \_\_\_\_\_

30. De las siguientes actividades, seleccione dos en las cuales estaría dispuesto a participar activamente:

- a. Consultar las actividades que promuevan la lectura, disponibles en medios institucionales
- b. Asistir a los eventos que convoca la universidad
- c. Visitar instituciones externas y participar de las actividades de promoción de lectura

- d. Aprovechar los recursos y el material bibliográfico disponible en la Universidad EAN
- e. Participar en las convocatorias para publicaciones ya sean internas o externas
- f. Ser agentes activos en los procesos comunicación interna y externa de promoción de lectura
- g. Otro: \_\_\_\_\_

31. Los profesores de otras asignaturas

	Le dan importancia a la lectura y a la escritura	Proponen trabajos relacionados con la lectura y la escritura y le ofrecen directrices, guías u orientaciones para dichas prácticas	Proponen trabajos relacionados con la lectura y la escritura, pero les sugieren a los estudiantes solicitar directrices, guías u orientaciones a los profesores de lectura y escritura	Realizaban seguimiento y/o acompañamiento al proceso de la lectura y la escritura
En desacuerdo				
Parcialmente de acuerdo				
De acuerdo				
Completamente de acuerdo				

32. Para mejorar sus hábitos de lectura selecciones dos acciones que considera prioritarias desarrollar

- a. Trabajar la lectura y la escritura de forma simultánea
- b. Acceder con mayor frecuencia a los recursos y material bibliográfico de la Universidad

- c. Participar en actividades que promuevan la lectura, de instituciones externas como al interior de la Universidad
- d. Cambiar la concepción de lectura y pensar que permite acceder al conocimiento, transformar la realidad y recrear
- e. Promover la lectura no sólo académica sino recreativa
- f. Otro: \_\_\_\_\_

**ANEXO 2:** Transcripción entrevista Biblored.



**ENTREVISTA BIBLORED**

**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES**

**LENGUAS MODERNAS**

Se realizó esta entrevista dirigida a entidades públicas y privadas que promocionan la lectura y la escritura en Bogotá, como parte del trabajo de grado que se está desarrollando denominado “Estrategias de comunicación interna y externa para promover los hábitos de lectura en los estudiantes de la Universidad EAN”.

Entrevistada: Karen Franco Díaz. Coordinadora de Comunicaciones y Prensa

1. ¿Qué medios de divulgación utiliza para promover la lectura y la escritura?

Los canales de comunicación que tenemos son la página web, que es la de más inmediatez y la que más funciona ya que es la más directa con los usuarios, se actualiza a diario y se maneja la información desde el área de comunicación. A nosotros nos hacen llegar toda la información de las diferentes áreas de Biblored y nosotros la leemos, la organizamos, le hacemos corrección de estilo y la publicamos en la Web.

En cuando a la comunicación interna contamos con un boletín virtual desde el mes de octubre, en el cual está consignado todo lo concerniente a la organización, estamos en la

edición número 5. También estamos en el plan piloto de un boletín virtual para nuestros usuarios algo muy parecido a lo que tenía la Secretaría de Cultura que inclusive ellos ganaron el año pasado como mejor estrategia virtual porque son los que más información generan en las redes sociales, como mensajes directos y cuentan con la base de datos más amplia del distrito para comunidad y contacto directo con el usuario.

Esas son las tres herramientas con las que contamos por lo pronto, no tenemos más ya que los recursos no nos dan para hacer impresión, además consideramos que es un ahorro el tema virtual.

2. ¿A qué población van dirigidas las actividades de promoción de lectura y escritura?

Nosotros estamos dirigidos a todo tipo de población, esta es la Red de Bibliotecas Públicas de Bogotá, tenemos programas para todo tipo de público desde neonatos hasta adulto mayor. Contamos con diferentes programas por ejemplo, tenemos que desde que está en el vientre el bebe, programas para que las madres gestantes le lean a sus bebes, cuando el bebe nace hay un programa Leo con mi Bebe, hay otro que es Leer en Familia, con el objetivo de enseñar hábitos de lectura. Además, tenemos varios proyectos dirigidos hacia la comunidad juvenil y también para adultos, todo el tema de capacitación y también acceso a la lectura y la escritura. Por último contamos con proyectos muy especiales y que tienen un muy buen público que es adulto mayor. Entonces acá hay para todo el mundo y nos enfocamos en la población más vulnerable es decir como nuestro acceso es libre y gratuito nos enfocamos en todo aquel personaje que no puede comprar un libro, estar en su casa varias horas con internet investigando. Entonces queremos que

acá encuentre todas esas herramientas que le permitan irse formando y formar hábitos de lectura.

3. ¿Existe un departamento de comunicación?, ¿quién es el encargado directo de esta área?

Si existe un área de comunicaciones y prensa que está conformado en el momento por un coordinador del área que en este caso soy yo. Aquí yo tengo como apoyo a un profesional en comunicación social y periodismo, otra persona que se encarga de la comunicación externa, de la relación con medios y periodistas, esta persona redacta, corrige textos con relación a periodistas para la divulgación en prensa. Contamos con el diseñador gráfico del área quien nos ayuda en el diseño de la publicidad y en las campañas que realizamos.

4. ¿Qué estrategias utiliza la entidad para atraer a los jóvenes universitarios hacia la lectura y la escritura?

Nosotros somos una entidad pública que siempre en todas nuestras piezas se verá que somos de acceso libre y gratuito entonces la idea no es obligar a que la gente venga sino simplemente mostrarles que este es un espacio de todos, para todos los ciudadanos y que aquí encuentra una diversidad de programas a los cuales se pueden vincular y por eso los hacemos atractivos para diferente tipo de población para que cada grupo se pueda vincular según sus interés y gustos. También en el tema de la Universidades a veces se hacen alianzas para que los estudiantes vengan y conozcan, para saber qué es lo que les gusta consultar. Contamos con un área de fomento a la cultura, donde esta toda la programación de actividades culturales que ofrece la Red que atraen mucho al público universitario y al público joven.

5. ¿Quiénes se encargan de dirigir y hacer seguimiento de las actividades que promueven la lectura y la escritura?

Acá hay un área de Promoción de Lectura y Escritura, ellos son una coordinación y cuentan con promotores de lectura en todas las bibliotecas y son los encargados de promover todo este tipo de actividades.

6. ¿De qué forma se pueden gestionar estrategias de comunicación externa en la organización para atraer más jóvenes hacia la lectura y escritura?

El año pasado en noviembre y diciembre estuvimos precisamente con una campaña grande en el tema de comunicación externa donde se invirtieron unos recursos bien importantes y sobre todo estábamos enfocados en las madres cabeza de hogar o las madres que tiene hijos adolescentes porque es la población que más nos interesa ayudar y también los niños pero con ellos el tema de que vienen del colegio pues es más fácil. Pero los adolescente no leen mucho entonces la idea es hacer que ellos se identifiquen con que esto es en beneficio para ellos. Esta campaña se gestionó desde hace dos años y tuvo diferentes tipos de impactos, en medios masivos de comunicación como radio, prensa y televisión, en los medios de comunicación alternativos como las emisoras comunitarias y los medios impresos locales, también vallas para que la gente conociera los distintos programas que manejamos, se colocaba información como Bibliored es Secretaria de Educación del distrito por que la mayoría de personas no saben que somos de la Secretaría de Educación y en cuanto a programas de música, acceso a internet, libros y el tema del cine.

Toda la campaña fue enfocada en madres y jóvenes de estratos 3 y 4 ¿cómo se hizo? A través de medios masivos, en televisión estuvimos en RCN, CARACOL, CITY TV y CANAL 13; en radio estuvimos en las emisoras preferidas por los jóvenes como Oxígeno, La Mega, 40 Principales, Candela, Vibra y Olímpica; en la calles estuvimos con eucoles, con Publimilenios y con vallas ubicadas en las vías principales; medios impresos comunitarios y también dos emisoras locales una en Suba y otra en Kennedy; activaciones de marca en diferentes centros comerciales donde se reunía a la gente se llevaba un cuentero y después de su presentación se les entregaba unos cuentos cortos promoviendo la lectura y se les invitaba a que conocieran las colecciones que tienen las bibliotecas y las diferentes actividades que ofrecemos, se repartieron más de 50 mil mini-cuentos en puntos estratégicos y en estaciones de Transmilenio; la campaña también uso la redes sociales Twitter, Facebook y vídeos de Youtube; 330 cuñas radiales de los cuatro temas centrales, lectura, cine, internet y música.

7. ¿Estaría dispuesto a trabajar en conjunto con la Universidad EAN para acercar a los estudiantes a la lectura y en general a las actividades que la promocionan?, ¿de qué forma?

Claro que si, esa es la idea acercarnos cada vez más a la población. Inclusive hace poco en nuestro portal salió una iniciativa con unos maestros que era una alianza entre la Fundación de Educación Superior Nueva América y Biblored, ellos empezaron hacer las inducciones de sus alumnos en diferentes bibliotecas de la ciudad y les ponían tareas que tenían que ver con cosas que estuvieran en la biblioteca, entonces este es un ejemplo de alianza entre Biblored y esta entidad de educación superior. El ideal es generar vínculos



con instituciones de educación superior para que incentiven a los jóvenes a que vengan y aprovechen todos los recursos que encuentran aquí y que no lo vean como en un pasado era que si el muchacho se portaba mal lo mandaban a la biblioteca porque era un castigo, sino todo lo contrario que sea un gusto, un placer disfrutar de estos espacios con el libro.

8. ¿Qué tipo de estrategias considera usted que se deben aplicar para que la información llegue a los universitarios y participen activamente en las actividades que se organizan?

La estrategia de la campaña que hablé anteriormente es muy masiva, está absolutamente comprobado que a través de los medios de comunicación es que se le llega a la gente, hay recordación de marca y pues a nivel personal considero que el tema de apoyo de medios masivos a campañas de publicidad es fundamental sobre todo para llegar a los jóvenes, el tema de las redes sociales ahorita todos tienen Facebook, Twitter, etc. Por lo cual considero que los medios masivos y las redes sociales son la principal estrategia, en cuando a estrategias más directas sería con alianzas con distintas organizaciones o estamentos educativos para que los jóvenes por lo menos conozcan y sepan que esto es gratis, que se identifiquen con los servicios y con la biblioteca más cercana a su barrio.

9. ¿Qué se requiere para entablar convenios con la entidad?

Hablar, mandar una carta diciendo cual es el compromiso y acá se agenda una reunión con los directamente implicados para hablar del tema.

### ANEXO 3 Transcripción entrevista Biblioteca Luis Ángel Arango.



## ENTREVISTA BIBLIOTECA LUIS ÁNGEL ARANGO FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES LENGUAS MODERNAS

Se realizó esta entrevista dirigida a entidades públicas y privadas que promocionan la lectura y la escritura en Bogotá, como parte del trabajo de grado que se está desarrollando denominado “Estrategias de comunicación interna y externa para promover los hábitos de lectura en los estudiantes de la Universidad EAN”.

Entrevistadas: Silvia Echavarría Vargas. Divulgación y Servicios Educativos

María del Pilar Osorio. Talleres de Promoción de Lectura

#### 1. ¿Qué medios de divulgación utiliza para promover la lectura y la escritura?

Silvia Echavarría: Te entrego el documento de Sección de Divulgación y Servicios Educativos del cual yo hago parte. Básicamente mi trabajo esta enfocado con el tema de contacto con medios de comunicación y gestión con periodistas pero pues también atiendo temas adicionales que sean relacionados con la divulgación de la biblioteca. Nosotros no sólo trabajamos la divulgación de la biblioteca como tal sino de todas las áreas culturales esto incluye Museo del Oro, Biblioteca Luis Ángel Arango y dentro de la biblioteca están las secciones que son encargadas de servicios al público que es digamos donde esta Pilar Osorio quien desarrolla todo ese tipo de programas de promoción de

lectura, hay otra área que es la unidad de Artes que se encarga de todas las funciones temporales y las permanentes además se encargan de todo lo administrativo en cuanto al Museo Botero, Museo del Banco de la República y la Casa de Moneda en donde esta la colección numismática y la colección del Banco de la República, todo este tipo de sitios lo que generan es actividad permanente, tenemos actividades permanentes como los conciertos y distintas actividades.

Te entrego la programación el cual es uno de los medios de divulgación que tenemos, nosotros lo que hacemos es recopilar toda la información de todas las actividades crear un formato en Word y a partir de ese documento contamos con todo un equipo de trabajo que desarrolla diferentes partes de la divulgación. Una de esas es la creación y el diseño que esta relacionado con el momento, entonces se plantea por eventos especiales como por ejemplo en este año que es el cumpleaños del maestro Botero. Aquí puedes encontrar todos los talleres que ofrece la biblioteca, diseñar este tipo de impresos es una estrategia para llegar a la gente, esto lo distribuimos de manera gratuita a todas las personas que visitan los espacios culturales del banco, los enviamos a entidades culturales y a bibliotecas, mediante convenios que tenemos con otras entidades, pero básicamente esta la gente que ya sabe que puede encontrar la información acá. Entonces entregamos mensualmente este tipo de información en donde puedes encontrar todo tipo de actividades, hay exposiciones temporales internacionales como te contaba ahora, todo es gratuito, el ingreso a todas las actividades del Banco son gratuitas, lo que tiene un costo son los conciertos que son costos muy bajos, digamos la boleta más costosa son 20.000 pesos y a partir de ahí hay una serie de descuentos aplicados a estudiantes y a socios. El Museo del Oro tiene un costo de 3.000 pesos y el último domingo del mes hay acceso gratuito. Entonces qué nos

toca hacer a nosotros como divulgación, generar dos tipos de comunicación una permanente en donde estemos informando a la gente desde el taller más pequeño en cuanto a que ya se hace de manera permanente hasta las exposiciones muy grandes todo a nivel nacional, porque incluso debemos apoyar el trabajo que se hace en las sucursales no sólo en la Biblioteca Luis Ángel Arango.

A parte de esto, tenemos en la entrada el afiche de gran formato que es el mismo plegable de la programación, este se pega el primer día hábil del mes para que la gente encuentre toda la información, tenemos dos afiches de esos uno que está pegado dentro de la biblioteca y el otro que está afuera, entonces lo que hacemos es invitar a la gente a que entre y conozca. En la entrada de la biblioteca también se encuentran unos afiches pequeños en donde hacemos un refuerzo de ciertas actividades que la gente no conozca mucho pero que tu entras a la biblioteca y sepas que está pasando ese día y si de pronto tienes tiempo puedes participar de esas actividades. A parte de todo esto y de mostrar la programación es muy importante mostrarle a la gente que existen los museos y que vengan a participar de las actividades que estos ofrecen.

Entonces para resumir los medios de divulgación con los que cuenta la biblioteca son:

- Afiche de gran formato y afiche pequeño (mensual)
- Plegable (mensual)
- Correos electrónicos masivos que es uno de nuestros fuertes ya que hace varios años hemos construido una base de datos, en la página web se puede inscribir y se llega información de los temas de interés. Hay personas que se meten a todos los temas entonces le pueden llegar un correo diario con la información. En este punto nos ha tocado tener estrategias para que la gente no se desactive de todo, porque

como le llega tanta información entonces, nos toca reunir temas con el fin de no enviar tanta información al tiempo.

- Pautas publicitarias, que tiene que ver con pagarle a los periódicos y a revistas culturales para que nos publiquen avisos hechos por nosotros, la pauta es muy pequeña casi no invertimos en esto pero existe la posibilidad. Se encuentra quincenalmente en los periódicos más grandes del país.
- Portal Cultural en donde se encuentra toda la información de actividades culturales.
- Carteles en la biblioteca
- HOY en la BLAA, que es muy puntal donde queremos contar que esta pasando en el momento en la biblioteca.
- Redes Sociales obviamente hoy en día son un fuerte, tenemos grupos de Facebook para cada uno de los temas y esto está unido a Twitter. En redes sociales aprovechamos para mover ciertas noticias y temas que no podamos utilizar en otros medios sino que pasan en un día. Por ejemplo el cumpleaños de alguien muy importante.
- Creamos Boletines de prensa, hay una persona encargada de hacer solamente esta función, este es un ejemplo de unos boletines con el diseño que utilizamos, en donde se busca información muy puntual y el objetivo de estos boletines es enviarlo a periodistas para que ellos publiquen la información y para antojarlos a que hagan entrevistas y publiquen notas. En este caso es la exposición de Andrés Caicedo que se encuentra en la sala de audiovisuales, y pues esta es otra forma de promover las exposiciones.

- Contacto con medios de comunicación, básicamente lo que hacemos es seleccionar de toda la información y programación temas puntuales. Entonces se elabora un guión semanal en donde se envían los recomendados y parte de mi gestión es estar llamándolos a decirles que se les recomienda tal actividad o evento y a partir de esto generamos un reporte de prensa y contamos con un archivo de prensa donde guardamos todas esas noticias que van saliendo de nosotros.

2. ¿A qué población van dirigidas las actividades de promoción de lectura y escritura?

Pilar Osorio: En la biblioteca hay dos estrategias de promoción de lectura, una que es al interior de la biblioteca y otras que son exteriores. Las exteriores son gente que por alguna razón no puede venir a la biblioteca, estamos hablando de internos de cárceles, ancianos abandonados, niños de primera infancia que viven en guarderías, los que no pueden venir les mandamos libros y les hacemos talleres de formación con personas que los guían y los acompañan. Al interior de la biblioteca tenemos para todas las edades desde 2 años hasta siempre, entonces para los más pequeños tenemos un proyecto llamado Hora del Cuento, en el cual todos los sábados en la mañana y en la tarde vienen y leen y hay unas señoras que llevan mucho tiempo leyendo y es muy bonito porque uno los ve crecer en la Hora del Cuento, más o menos para los de 11 a 15 años hay un club que es el club de jóvenes, ahorita están leyendo cosas de terror, este club son los sábados en un horario similar, ya que lo ha pasado es que mucho vienen con el hermanito, entonces mientras uno está en la hora del cuento el otro está en el club de jóvenes entonces es como un plan para la familia. Hay otro grupo que es de 16 a 24, entonces si te das cuenta hay desde los 0 hasta los 24 años un proyecto de lectura. Obviamente ya a partir de los 25 años la persona

empieza a tener sus intereses particulares y ahí es donde entra una cosa interesante y es que la división se hace por géneros, entonces hay club de poesía, club de cómic, club de mapas, club de ciencias, entonces ya cada persona puede escoger lo que le gusta y especializarse. Hay un club muy bonito que es el de literatura infantil, juvenil en el cual pueden participar maestras y mamás que desean fomentar el hábito de la lectura y sugieren cosas. Entonces se evidencia que la biblioteca ofrece grandes opciones para todo tipo de personas y de edad. En un proyecto a futuro para el próximo año es sacar un club para la tercera edad como para que la gente sienta que siempre tiene plan en la biblioteca.

3. ¿Qué estrategias utiliza la entidad para atraer a los jóvenes universitarios hacia la lectura y la escritura?

Pilar Osorio: Tenemos los canales regulares como Facebook y Twitter, además con los correo electrónicos, las agendas culturales y el voz a voz digamos este fin de semana llego un grupo de 20 estudiantes del Sena que se habían enterado del club porque un estudiante estaba participando, entonces el le contó a sus amigos y vinieron. Entonces algunas veces el voz a voz es la mejor estrategia para promover.

4. ¿De qué forma se pueden gestionar estrategias de comunicación externa en la organización para atraer más jóvenes hacia la lectura y escritura?

Silvia Echavarría: Yo creo que es un poco lo que te contestaba Pilar, en realidad uno de los trabajos que ella tiene que hacer es ese, ellos se encargan del fomento a la lectura nosotros como divulgación no generamos ese tipo de programas, nosotros recibimos la

información y ver cómo la informamos, para lo jóvenes el fuerte es las Redes Sociales, un joven difícilmente lee una pauta o un artículo en un periódico, entonces con ellos es clave el tema de las Redes.

Pilar Osorio: En realidad no lo hemos pensado pero ahora que hablo contigo tienes toda la razón crear alianzas con la universidad es necesario, aunque es importante aclarar que un club de lectura es importante motivar el gusto, pero que exista un deseo propio de conocer sobre el tema y lo otro es que un club muy grande en literatura se vuelve muy complicado de dirigir, es decir un grupo ideal de lectura es entre 25 y 30 personas donde todos puedan leer, opinar aunque yo he hecho sesiones con 100 personas y son interesantes pero más complicadas de manejar.

5. ¿Estaría dispuesto a trabajar en conjunto con la Universidad EAN para acercar a los estudiantes a la lectura y en general a las actividades que la promocionan?, ¿de qué forma?

Pilar Osorio: Se podría elaborar una carta-acuerdo en donde la Universidad divulga los clubes de la biblioteca para que los estudiantes de la EAN vengan y nosotros les prestamos una asesoría para que ustedes hagan sus clubes, porque digamos si uno logra crea como un nicho en el que en un hueco de clase tenga un club es más fácil para el estudiante y se promueve la lectura efectivamente si la misma Universidad promueve estos espacios con la asesoría que le brindemos y de distinto temas. También nos podríamos reunir con dos o tres profesores que estén interesados en promover la lectura en la Universidad y se coordina que vengan a los clubes, participen y se generen nuevas ideas para promover la lectura.



6. ¿Qué tipo de estrategias considera usted que se deben aplicar para que la información llegue a los universitarios y participen activamente en las actividades que se organizan?

Silvia Echavarría: Una de las cosas que nosotros no alcanzamos hacer por falta de tiempo es la promoción de las actividades en cada universidad entonces aprovechando que cada universidad tiene su sección de divulgación se debería preguntar que pedirían ellos para que la información que uno les envía sea la que necesitan, el correo, los afiches que tipo de información desea y porque medios. Es decir si la universidad cuenta con una cartelera donde lo que hacen es pegar la programación pues es pedir que envíen un afiche, pero si se puede enviar un afiche virtual y la universidad replica el correo y se lo envían a toda la base de datos de la universidad o si los estudiantes se hacen amigos de facebook se va comunicando todas las actividades y se da a conocer la Biblioteca Luis Ángel Arango.

7. ¿Qué se requiere para entablar convenios con la entidad?

Silvia Echavarría: Los convenios se están realizando directamente con el servicio de asociación. Entonces hay un sistema de asociación anual y para las entidades existe un programa así. Pero si lo que se quiere es un convenio diferente con la entidad educativa y la biblioteca el proceso es hacer una carta y yo puedo presentarte con la persona encargada de convenios para empezar el proceso. Si solo se desea en la parte de la comunicación es ser puntual y decir que medios y que información son la que se requiere para poder enviarla, parecido a lo que se hace con la prensa que ellos piden que es lo que necesitan con el objetivo de canalizar la información.

**ANEXO 4.** Transcripción entrevista Biblioteca Hildebrando Perico Afanador.



**ENTREVISTA BIBLIOTECA HILDEBRANDO PERICO AFANADOR**

**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES**

**LENGUAS MODERNAS**

Se realizó esta entrevista dirigida a la Biblioteca Hildebrando Perico Afanador de la Universidad EAN, como parte del trabajo de grado que se está desarrollando denominado “Estrategias de comunicación interna y externa para promover los hábitos de lectura en los estudiantes de la Universidad EAN”.

Entrevistada: Jacqueline Calderón Rojas.

1. ¿Qué medios de comunicación utiliza para divulgar los servicios que ofrece la biblioteca?

Nuestro principal medio de difusión son la capacitaciones a estudiantes, contamos con tres tipos de capacitación la primera que se dicta cuando los estudiantes son nuevos la cual es general, otra inducción que damos en una unidad de estudio que se llama Competencias Comunicativas y por última una inducción que se hace cuando es solicitud de los estudiantes ese es uno de nuestro medios de divulgación más eficientes y en el que se cuenta con mayor tiempo para darle la información a los estudiantes, tenemos dos horas en que le damos la información de la biblioteca. Otro

medio que es sumamente eficiente es la página web, ya que contamos con una página diseñada con todos los servicios virtuales y presenciales, los horarios, días de servicios, manuales de uso, todo se publica en la página web. También contamos con un folleto el cual se coloca en el área de circulación y préstamo para que todos los estudiantes lo puedan tomar donde se encuentran cada uno de los servicios que presta la biblioteca. Igualmente la biblioteca en su estructura física está diseñada de tal forma que todos los servicios lo vas a ver en pancartas, señalización, entonces también son ayudas para el estudiante. En cuanto a servicios más especializados que es a docentes y a algunas comunidades de estudiantes se utiliza el correo.

2. ¿Cómo se promociona la lectura?

La biblioteca no tiene un programa que promueva la lectura, es algo que se hace desde la aulas de clase, acá en cada una de las áreas de estudio que tienen los docentes son los que incentivan la lectura, biblioteca como tal no tiene un programa para incentivar la lectura. Lo que si hace la Universidad es un esfuerzo grande en tener material de lectura como es literatura, obras de arte, obras generales, en eso si invertimos para que los estudiantes puedan consultar ese material pero la promoción como tal se hace directamente desde cada unidad de estudio.

3. ¿La biblioteca promueve actividades o préstamo de libros de literatura o esparcimiento en vacaciones?

Si se hace, este programa se hace con los colaboradores y docentes entonces se les envía un listado de todo el material disponible que se tiene en literatura y en

información de conocimiento general y ellos vienen lo sacan y lo retiran por todas las vacaciones. Con los estudiantes funciona diferente no se les envía el listado pero si tienen acceso a que se puedan llevar el material en vacaciones.

4. ¿Qué estrategias se implementan para desarrollar el hábito de la lectura en los Eanistas?, ¿existen proyectos a gestionar en este sentido?

En el momento no hay un proyecto por parte de la biblioteca todo se hace desde aulas de clase. Se puede decir que se hacen tareas aisladas por ejemplo; se hace una lectura continuada de un libro aveces utilizamos la radio de la Universidad EAN para hacer ese tipo de lecturas entonces se toma un libro y varios estudiantes van haciendo la lectura pero no es algo continuo.

5. Con respecto a las encuestas de satisfacción frente a la prestación de los servicios de la biblioteca, ¿existen sugerencias de parte de los estudiantes?, ¿se han desarrollado planes de mejora? Y ¿en qué sentido?

Si nosotros tenemos un encuesta que esta publicada en la página Web de la Universidad esa encuesta va dirigida a evaluar satisfacción de los usuarios. Esta encuesta se viene presentando desde hace unos cinco año y el logro más grande ha sido mejorar las instalaciones de la biblioteca que era una sugerencia que siempre se hacían los estudiantes cuando estábamos en la Calle 71, mayor número de puestos de estudio, más computadores, más salas de estudio, mejorar el ambiente de estudio esta fue una de las sugerencias que más nos hacían los estudiantes por lo cual se formó la biblioteca acá en la nueva sede. Otras sugerencias que arrojaban la encuesta era por

ejemplo que anteriormente se prestaban solo tres libros por estudiante y los estudiantes decían que necesitaban más libros entonces se estudio y en el momento estamos prestando diez libros. Otra sugerencia es más ejemplares del material, anteriormente teníamos hasta diez ejemplares de los libros más utilizados ahora tenemos quince ejemplares de estos libros. Pero en conclusión la encuesta siempre se toma en cuenta y como estamos en el proceso de calidad todo se hace a través de este sistema entonces toda sugerencia que hay se evalúa hasta que punto se puede aplicar acá en la biblioteca.

6. ¿De qué forma se promocionan los libros que tiene la Universidad?

La promoción se hace por medio de unas vitrinas las cuales se encuentran dentro de la biblioteca, en diferentes pisos de la Universidad y en la facultades. Estas vitrinas permiten que los estudiantes conozcan las últimas novedades que tiene la Universidad. Otro sistema es a través de nuestro catálogo donde se encuentran todas las publicaciones, existe un link en donde dice novedades y desde ahí se puede verificar que es lo que ha llegado a la biblioteca. Como son los docentes los que piden el material entonces se les envía un correo informando del material que ha llegado.

7. ¿Existe articulación de la biblioteca con el Plan Nacional de Lectura?

No existe, nosotros conocemos el Plan Nacional de Lectura pero va enfocado más a bibliotecas escolares, bibliotecas infantiles y a bibliotecas públicas pero no tienen un enfoque universitario. Se han tomado algunas cosas muy pequeñas, pero el PNL no está enfocado a biblioteca universitarias.

8. ¿Existen registros que miden el material de consulta de libros? ¿ Qué estrategias realizan para subir está cifra?

El sistema de información de la biblioteca nos ofrece todo tipo de estadísticas, entonces conocemos como es el nivel de consulta tanto por facultad, como por toda la comunidad, tipos de usuario: colaboradores, docentes, estudiantes, egresados. El sistema nos da ese tipo de información y la promoción la hacemos por medio de los docentes, definitivamente la mejor estrategia es que los docentes coloquen en su syllabus la utilización de material en biblioteca, es decir que no sea solamente lecturas en Web, sino que los remitan a que consulten libros en Biblioteca, esta es la mejor estrategia, no funciona ni la Web, ni el catálogo, ni las novedades o sea la estrategia más eficiente es que el docente obligue casi al estudiante a que venga a la biblioteca.

9. ¿Existe algún tipo de comunicación o convenio con organizaciones como Fundalectura, Redlees, Biblored, Biblioteca Luis Ángel Arango, o de librerías como Casa Tomada, Authors, Magisterio, Luvina para la promoción de la lectura?

Con la Biblioteca Luis Ángel Arango si se tiene pero solamente el préstamo interbibliotecario pero enfocado con la lectura no se tiene. Y con las otras organizaciones que se mencionan no se tienen convenios porque van dirigidas más a niños y algunos programas para adultos que tiene Biblored pero es una Biblioteca Pública. Entonces la biblioteca universitaria tiene otros tipos de usuarios, los cuales ya tienen un nivel de lectura, que las unidades académicas les exigen un nivel de lectura entonces acá no se hace promoción de lectura.

10. Conoce las actividades que estas instituciones hacen para promover la lectura en los estudiantes universitarios?

Como información general las conozco, me llegan por correo las de Biblored, he compartido he ido pero no se aplican acá.

11. ¿Estaría dispuesto a trabajar en conjunto con estas entidades para atraer a los estudiantes Eanistas al libro y a la lectura?, ¿De qué forma?

Siempre que esté enfocado a Bibliotecas Universitarias. Para hábitos de lectura con actividades que se puedan generar en una comunidad universitaria. Porque las estrategias como te digo son más enfocada a nivel infantil.

12. ¿Qué requisitos deben cumplir las entidades para entablar convenios con la Universidad EAN? ¿Cuál es el proceso? ¿se podría establecer algún tipo de convenio con instituciones de promoción de lectura y escritura?

Si se puede establecer convenio inclusive nosotros tenemos convenios de otro tipo, interbibliotecario, de consulta. Pero antes de realizar el convenio hay que conocer que el programa que ellos ofrezcan se aplique a nuestra comunidad. Por ejemplo ellos hacen unas actividades muy hermosas para niños, hacen actividades de hábito de lectura que van enfocadas a otro tipos de material, no solamente papel sino electrónico, habría que mirar con ellos que estrategia se podría utilizar con nuestros estudiantes, que de verdad sea un programa eficiente no solamente que se quede en el cartel bonito, en el de pronto cuide los libros, cosas muy generales. Toca mirar

primero el programa y una vez que se mire, ahí se decide si finalmente nos convence, lo queremos y realizarlo.



**ANEXO 5.** Transcripción entrevista Departamento de Gestión Cultural de la Universidad EAN.



**ENTREVISTA GESTIÓN CULTURAL**  
**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES**  
**LENGUAS MODERNAS**

Se realizó esta entrevista dirigida al Departamento de Gestión Cultural de la Universidad EAN, como parte del trabajo de grado que se está desarrollando denominado “Estrategias de comunicación interna y externa para promover los hábitos de lectura en los estudiantes de la Universidad EAN”.

Entrevistada: Alexandra Cadena Bojacá. Gestora Cultural

1. ¿De qué forma el Departamento de Gestión Cultural divulga las actividades relacionadas con la lectura y la escritura en la Universidad?

Tenemos un espacio en el Boletín de la Universidad ese lo maneja María Cristina pero la parte cultural tiene un aporte ahí, entonces todo lo que tiene que ver con feria del libro, la lectura lo promocionamos o lo divulgamos a través del boletín semanal de la Universidad. Por otro lado tenemos algunas actividades en el mes de Abril como unas pequeñas ferias de libro en donde invitamos a algunas editoriales para que ellos promocionen sus textos, los cuales les interesa a la comunidad Eanista y vienen con promociones entre semana y

los sábados. También hay un concurso que se llama Hablemos Bien pues se supone que en la medida en que más leamos mejor hablamos. Pero pues otras campañas de lectura no tenemos solo esas tres.

2. ¿Existe algún tipo de comunicación o convenio con organizaciones como Fundalectura, Redlees, Biblored, Biblioteca Luis Ángel Arango, o de librerías como Casa Tomada, Authors, Magisterio, Luvina u otras?

No hay convenios, con Biblored estamos iniciando una alianza en cuanto a exposiciones más que a leer, porque como es tan fácil para los estudiantes hacer una inscripción en las bibliotecas públicas pues no tenemos alianza, pero si podemos hacer una promoción de Biblored y Fundalectura. Si las invitamos cuando tenemos las pequeñas ferias de libro y a las editoriales entonces ese es el único contacto que por ahora hemos tenido con ellos.

3. ¿Conoce las actividades que realizan estas instituciones para los estudiantes universitarios?

Si las conozco pero tengo entendido que Biblored hace todas sus actividades con sus bibliotecas públicas grandes y las públicas de barrio. Pero no tengo entendido que hagan esas actividades afuera en otras instituciones. Si sería importante una alianza con ellos porque la promoción de la lectura en lo jóvenes actualmente es muy complicada. Por ejemplo hay una taller que es de fotografía, el cual está enfocado a tomar imágenes pero también hacer un análisis de las mismas y para hacer el análisis hay que escribir y los estudiantes no quieren escribir, les da mucha pereza hacer el análisis solo quieren tomar

fotos imprimirlas y ya. Ese es uno de los puntos que hemos identificado de los talleres y que la base es la falta de la lectura.

4. ¿De qué forma el Departamento de Gestión Cultural puede promocionar la lectura y la escritura dentro de la Universidad?

Una de las ideas que teníamos es que con una asignatura de Bienestar Universitario que es una materia para hablar bien, es tener un espacio para leer y para analizar lo que uno habla y como habla, esa fue una propuesta que queríamos hacer y otra es tener siempre recomendados de lecturas para los estudiantes de distancia, todo lo estamos haciendo por el computador entonces no solo hacer recomendados culturales de actividades afuera sino también como propuestas de lectura en la página Web para que los estudiantes digan que interesante esto, y lo lean. No solamente hacer las actividades presencial que te decía, que traemos las editoriales sino también haciendo esto y además tu propuesta de alianzas con Biblored y otras organizaciones para que hagan actividades acá.

**ANEXO 6.** Transcripción entrevista Departamento de Comunicación de la Universidad EAN.



**ENTREVISTA DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
LENGUAS MODERNAS**

Se realizó esta entrevista dirigida al Departamento de Comunicación de la Universidad EAN, como parte del trabajo de grado que se está desarrollando denominado “Estrategias de comunicación interna y externa para promover los hábitos de lectura en los estudiantes de la Universidad EAN”.

Entrevistada: Maria Cristina Cortés. Comunicación Interna – Medio Universitario

1. ¿Qué medios utiliza el departamento de comunicación en la EAN para que la información llegue a los estudiantes?

La Universidad EAN cuenta con tres procesos que manejan la comunicación, hay como varias maneras en que la Universidad se comunica con el estudiante, uno es las comunicaciones a nivel externo que las maneja mercadeo, el proceso se encarga de desarrollar las estrategias para las comunicaciones hacia afuera, en este momento es probable que ellos se dediquen hacia adentro desde los diferentes subprocesos de la universidad. Inicialmente la labor estaba encargada por la oficina de comunicaciones pero ahorita no encontramos en un momento de coyuntura y las van a manejar allá. Dentro de los canales que usamos dentro de la Universidad tenemos los correos

electrónicos que son suministrados por el servicio de Tecnologías de Información y Comunicación y a través de los correos mandamos los mensajes a los estudiantes.

Otro medio de comunicación son las carteleras, en este momento estamos en una reestructuración también de las carteleras, vamos hacer carteleras físicas para publicación, una cartelera especial para estudiantes que se va a llamar “Doing Business” para que los estudiantes puedan hacer negocios a través de esa cartelera y sean solamente publicaciones de estudiantes para estudiantes y carteleras digitales también. Estamos mirando el proyecto de carteleras como algo de manera masiva y también para que le sirva como canal de comunicación para los estudiantes. Estamos ajustándonos a la infraestructura nueva del edificio, estamos buscando hacer ese tipo de cambio por el tema ecológico donde el gasto de papel en publicaciones se puede evitar usando las carteleras digitales. Es un proyecto que se está evaluando y que está previo a aprobación.

El medio universitario tiene como tal tótems publicitarios, en donde publicamos las agendas de eventos que se desarrollan todos los meses, también tenemos el Facebook de la Universidad en donde se publican las actividades y la página web de la universidad donde tienen un espacio de eventos y también colgamos la información o las noticias y dentro de la página de la universidad existe el sub-portal del Bienestar Universitario en donde colocamos toda la información de los taller y tenemos inscripciones en línea, también desarrollamos piezas y campañas dependiendo del evento y con eso divulgamos de manera directa.

2. ¿Cree importante motivar la lectura en los estudiantes? ¿De qué manera el Departamento de Comunicaciones colabora con este objetivo?

Si es importante y nosotros lo hemos hecho mediante diferentes estrategias y una es con el Boletín Semanal de la EAN, en donde se publican las noticias institucionales de la universidad, son noticias cortas pero igual la idea es que ellos sepan y se enteren a través de la lectura de este boletín que cosas suceden dentro de la Universidad. Por otro lado está la revista Ideando que es el medio de divulgación institucional donde se publican artículos hechos por estudiantes y personas de las facultades ya sean directores de programas, docentes que publican artículos con respecto a las categorías que hay dentro de la revista. Bienestar Universitario tiene campañas como el día del idioma, escribir bien, hablar bien, basándonos en el correcto manejo del idioma.

3. ¿Existe en la EAN un departamento que oriente las relaciones de la Universidad con entidades públicas y privadas de promoción de la lectura y escritura?

La verdad eso directamente se emana de la biblioteca, porque ellos son los que se encargan precisamente de tener esa conexión con las diferentes redes de *e-books* a nivel internacional, y ellos tienen dentro de su catálogo en línea tienen varias alianzas con entidades de la lectura.

4. ¿De qué forma el Departamento de Comunicaciones puede promocionar la lectura y la escritura en conjunto con las entidades públicas y privadas?

Desde el punto de vista universitario, pensaría que sería a través de convocatorias que se manden desde allá, trabajando precisamente como *partner* para poder gestionar

todo ese tipo de cosas, por ejemplo, nosotros acá hemos desarrollado mini-ferias de libro en donde vienen y traen textos más asequibles a los estudiantes con descuentos, ese tipo de cosas hemos hecho aquí a través de convocar a diferentes casas editoriales y ellos vienen y ofrecen sus productos pero con beneficios a los estudiantes.

**ANEXO 7.** Transcripción entrevista Departamento de Relaciones Institucionales de la Universidad EAN.



## **ENTREVISTA DEPARTAMENTO RELACIONES INSTITUCIONALES**

### **FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES**

#### **LENGUAS MODERNAS**

Se realizó esta entrevista dirigida al Departamento de Relaciones Institucionales de la Universidad EAN, como parte del trabajo de grado que se está desarrollando denominado “Estrategias de comunicación interna y externa para promover los hábitos de lectura en los estudiantes de la Universidad EAN”.

Entrevistada: Ana María Novoa Garzón. Directora Relaciones Institucionales

1. ¿ De qué forma el Departamento de Relaciones Institucionales puede promocionar la lectura y la escritura en la Universidad EAN?

Nosotros no tenemos competencia directa sobre ese tema, eso se contempla dentro de las estrategias del Medio Universitario y la Vicerrectoría de Formación directamente en lo que son los núcleos de enseñanza. Desde la dirección de relaciones nosotros brindamos soporte y facilitamos las iniciativas. Nosotros funcionamos por procesos entonces no quiere decir que porque ellos tiene su función nosotros no entremos a interactuar con ellos. Solamente que en este momento no somos el líder, acá se manejan dos clases de



líderes el líder integrador y el líder de apoyo, entonces en este caso seríamos más de apoyo para abrir con ellos convenios, para hacer relaciones, para facilitar la estrategia que ellos implementen.

2. ¿Existe algún tipo de comunicación o convenio con organizaciones como Fundalectura, Redlees, Biblored, Biblioteca Luis Ángel Arango, o de librerías como Casa Tomada, Authors, Magisterio, Luvina para la promoción de la lectura?

Eso lo maneja biblioteca, la biblioteca de la Universidad si cuenta con una estructura de convenios muy fuerte y con una plataforma virtual completa para los estudiantes, entonces hay convenios con la Biblioteca Luis Ángel Arango para el préstamo interbibliotecario, hay todo lo que son bibliotecas electrónicas, e-libros. Pero todo lo maneja la biblioteca.

3. ¿Conoce las actividades que estas instituciones hacen para promover la lectura en los estudiantes universitarios?

No conozco las actividades que realizan estas instituciones.

4. ¿Estaría dispuesto a trabajar en conjunto con estas entidades para atraer a los estudiantes Eanistas al libro y a la lectura?, ¿De qué forma?

Si claro, dentro de nuestro proceso nuestra responsabilidad es la de liderar todo el proceso de internacionalización y estudios en el exterior y relaciones públicas de la universidad, el apoyo en este tipo de procesos que tienen que ver directamente con la formación del estudiante nosotros funcionamos como una apoyo para los otros procesos. Facilitamos

caminos, abriéndoles lo que ellos soliciten y obviamente estaríamos dispuestos a apoyarlos.

5. ¿Qué tipo de estrategias de comunicación externa e interna considera usted que se deben diseñar para que la información llegue a los universitarios y ellos participen en las actividades que organizan la entidades que promocionan la lectura y la escritura?

La universidad cuenta con una estrategia de comunicación a nivel interno y externo, a nivel interno se encuentra consolidado con lo que es Medio Universitario y a nivel externo lo manejamos mediante dos aspectos relaciones públicas donde manejamos todo lo que es free press y gestión de relaciones institucionales y divulgación que está el gerente de mercadeo y servicio del estudiante. Yo creo que la estrategia de comunicación debe estar concentrada en la divulgación de los beneficios que estas organizaciones ofrecen a los estudiantes y a la generación de una cultura de lectura entre los estudiante. Porque ahora muchas veces el internet, con Google, con Wikipedia y con todo eso, pues el estudiante ya no lee lo físico, es más bien poco lo que lo usa, lo que es consulta de libro. Yo creo que es un tema de posicionamiento y de generación de una cultura y una conciencia frente a la lectura, creería que no es necesario crear una estrategia de comunicación adicional en términos de canales de información porque ya existen, lo que sí creo es que frente a los medios de comunicación que ya existen como los boletines, las carteleras, la página Web, pues todos los medios y canales que existen en este momento si deberían estar en una estrategia frente a una generación de cultura de lectura, no considero que fuera necesario montar otro canal adicional como un boletín nuevo, sino con el uso de los que existen se ingeniera una estrategia. Es como cuando se hace la cultura del ahorro

se tiene que incentivar, explicar porque es importante, lograr el posicionamiento de una idea, yo creo que es exactamente lo mismo vamos a incentivar la lectura otra vez del medio físico o de los e-books, pero que haya lectura como tal y los estudiantes no se centren en las fotocopias que dejaron en clase o en los libros que dejaron en clase y no leen ni siquiera el periódico. Creo que hay que trabajar la generación de una conciencia colectiva.

6. ¿Qué requisitos deben cumplir las entidades para entablar convenios con la Universidad EAN? ¿Cuál es el proceso? ¿se podría establecer algún tipo de convenio con instituciones de promoción de lectura y escritura?

Los convenios se pueden establecer las condiciones es que sea una entidad de calidad porque la Universidad tiene que garantizar frente a sus Stakeholders, es decir a sus estudiantes. Obviamente que las organizaciones estén legalmente constituidas en la cámara de comercio, que tengan RUT, todos los requisitos legales como tal y ya el procedimiento que se establece es determinar los términos del convenio y se empieza a trabajar en un documento para la firma con rectoría y con la secretaría general

**ANEXO 8.** Formato entrevista al Medio Universitario de la Universidad EAN



**ENTREVISTA MEDIO UNIVERSITARIO**  
**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES**  
**LENGUAS MODERNAS**

Se realizó esta entrevista dirigida al Medio Universitario de la Universidad EAN, como parte del trabajo de grado que se está desarrollando denominado “Estrategias de comunicación interna y externa para promover los hábitos de lectura en los estudiantes de la Universidad EAN”.

Entrevistada: Sandra Crissien Castillo. Directora del Medio Universitario

1. ¿Qué medios utiliza el bienestar universitario para que la información llegue a los estudiantes?

Nosotros utilizamos diferentes medios. Si es información de los programas, actividades o servicios del medio universitario tenemos: uno, nuestro portal web digamos que la universidad tiene su página y adicionalmente nosotros tenemos el sub-portal. Entonces, ese es uno de los medios, en segunda instancia tenemos todo el tema de las agendas tanto digitales o sea, nosotros enviamos los correos electrónicos institucionales que son un elemento fundamental para comunicarnos no solo con los estudiantes sino con los

colaboradores acá a los empleados no les decimos empleados sino colaboradores a los docentes a los estudiantes y a los egresados inclusive, entonces, los correos electrónicos masivos son una forma a través de flyers, de campañas el otro es el boletín “Esta Semana en la EAN” que es un boletín virtual que en este momento estamos mejorando le estamos creando un micro-site a partir de las encuestas que hemos hecho que nos han dicho los estudiantes, si lo leemos chévere pero por ejemplo tengo que hacer el scroll y me da pereza bajarlo, la información que me gustaría es esta, entonces a partir de eso estamos generando una mejora y estamos construyendo un micro-site que va a estar ligado a la página de la universidad con el boletín.

Hay otro boletín que se creó específicamente para ir contando a toda la comunidad todo el avance del desarrollo de planta física que se llama “en Construcción”, que es también otro boletín virtual. Esta la revista “Ideando” que es una publicación semestral son dos publicaciones al año fundamentalmente cuenta el acontecer institucional y tiene algunas secciones de actualidad de lo que está pasando en las diferentes facultades de todos los eventos que se han desarrollado, entonces, ese es otro medio de comunicación. Las carteleras son otro medio de comunicación en este momento estamos haciendo una mejora importante porque queremos implementar carteleras digitales, si tú ves a la entrada de la universidad vemos una cartelera digital que estamos probando para mirar su efectividad porque la idea es mezclar carteleras físicas porque en el caso de las facultades es imposible quitárselas porque los estudiantes si leen las de las facultades las otras no pero las de las facultades si, entonces, es hacer una mezcla de medios que permita que el estudiante si, se comunique o por lo menos se entere.

Tenemos algunos tótems del medio universitario donde publicamos nuestras agendas mensuales que también se mandan por correo electrónico y tenemos el Facebook y el Twitter institucional pero el Facebook también hay uno del medio que ya tenemos muchísima gente, muchísimos fans seguidores. Hacemos muchas campañas y en nuestras campañas mezclamos muchos medios de comunicación por ejemplo podemos estar manejando mucho involucramiento del arte, cosas artísticas campañas de divulgación, se usa la improvisación, no sé si tú has visto ese tipo de cosas campañas con actores que se involucran en la cotidianidad de estudiante para mandarles mensajes de que cuidemos la biblioteca no hablemos en la biblioteca, mantengamos limpia la universidad, no comamos en los salones, o limpiemos los salones, los sofás no son para acostarse dos, todo ese tipo de cosas que son de formación y que apoyan todas nuestras campañas. Digamos que groso modo esos son como los medios para comunicarnos a bueno con los estudiantes a distancia utilizamos mucho las aulas virtuales para también podernos comunicar con ellos de manera directa porque ellos no vienen si no dos veces al semestre. Eso es como a groso modo.

2. ¿Cree importante motivar la lectura entre los estudiantes y de qué manera el departamento colabora con ese incentivo?

Pues claro fundamental digamos que leer hace personas más cultas con un lenguaje mucho más vasto, mucho más amplio con una manera de saber escribir y guardar las normas ortográficas mucho mejor y forma parte de la formación de cualquier tipo de profesional digamos que es una competencia comunicativa importante el medio universitario lo que hace no solamente desde la lectura, sino digamos desde diferentes

frentes artísticos promueve asuntos como la cuentería, la narración oral, la escritura, la lectura, ahorita viene por ejemplo el mes de abril, donde vamos a desarrollar campañas de sensibilización para recordar porque se celebra el día del idioma y el día del libro, porque si yo le pregunto ahorita a cinco personas es probable que no sepamos las cinco personas. Y nuestra misión fundamental es contribuir con el desarrollo y la formación integral no solo de estudiantes, sino de docentes, colaboradores y egresados, entonces todo lo que hacemos contribuye a desarrollar alguna dimensión del ser humano y en este caso estamos hablando de la dimensión desde el punto de vista de la lectura que es una dimensión humana desde la comunicación, entonces, lo que nosotros hacemos fundamentalmente a través de todas nuestras campañas y también encontramos eventos que nos ayudan a tener esa excusa entre comillas para promover eso es trabajar en campañas de sensibilización para que eso se dé. Lo otro también es el trabajo transversal con las facultades con humanidades y ciencias sociales desarrollamos muchas campañas orientadas a eso, por ejemplo, nosotros trabajamos el año pasado un conversatorio en relación con el poder de la palabra que no tienen que ver solamente con la lectura sino también con la comunicación hicimos un concurso en donde se buscaba de pronto recordarle a los jóvenes y a toda la comunidad como se maneja bien el lenguaje si porque no se dice que yo pienso de que, sino yo pienso que, pero de una manera lúdica didáctica y pedagógico, digamos que el medio universitario entra es de esa manera con sensibilización pedagógica y didáctica diferente a la academia contribuyendo y obviamente trabajando con las facultades y en eso especial las humanidades en esos temas, porque es la de humanidades la que tiene digamos es el núcleo de formación desde ese punto de vista de la competencia comunicativa el saber leer saber escribir, saber hablar en público.

3. ¿Existe algún tipo de comunicación o convenio con organizaciones como Fundalectura, Redlec, bibliored, la biblioteca Luis Ángel Arango, o diferentes librerías independientes?

Si eso existe pero lo administra la biblioteca de la universidad EAN que se llama Hildebrando Perico Afanador que es el nombre de uno de nuestros fundadores, que fue gesto de la universidad ellos administran y manejan todo este tipo de convenios que si se tienen para poder ampliar esto puedes hacer dos cosas una hablar con Amparo Roa que es la directora de la biblioteca o si tu entras a la página en biblioteca encuentras toda la información de todos los convenios con Bibliored todo ese tipo de cosas.

4. ¿Conoce las actividades que ese tipo de organizaciones hace para promover la lectura en los estudiantes universitarios?

Si claro pero igual como te digo se hace desde la biblioteca y la biblioteca trabaja articulada con la academia y la academia y los docentes y los programas son los que impulsan todo este tipo de cosas a través de la academia.

5. ¿De qué forma el departamento puede promocionar la lectura y la escritura en conjunto con las entidades públicas y privadas?

Fundamentalmente con campañas yo diría que podríamos trabajar campañas específicas en momentos específicos del año, como te digo, el día del libro, el día del medio ambiente, el día de muchas cosas el tema del día del niño es una excelente excusa para trabajar con los papás, tengo entendido que hay unos servicios de bibliotecas donde les enseñan a hacer lectura en familias entonces, nosotros promovemos ese tipo de cosas, taller de lectura en familia de esa forma fundamentalmente con campañas específicas



inclusive uno podría promover un concurso asociado con la lectura y escritura del cuento, o el cuento como parte de la formación de un profesional, pero fundamentalmente mi concepto como directora del medio universitario es a través de campañas específicas de campañas que sean campañas experienciales, experienciales es que tu le muestras como se lee en familia, tu aprendes como se lee mejor, más allá de decir lea los libros estudiante eso es importante que lea los libros, si no, de una manera muy lúdica muy pedagógica que te sensibilice hacia la importancia que tiene leer para la persona, para la familia, para el niño, para la sociedad, para todos en general.

Comentario del Entrevistador: Un poco digamos todas las librerías, las bibliotecas ofrecen actividades a veces gratuitas para los estudiantes digamos cómo realizar un ensayo, un taller sobre cómo realizar un ensayo, clubes de lectura, o digamos un escritor va y da una charla temas así son muy buenos, entonces, que la universidad los promueva me parece chévere, porque los estudiantes no les llega esa información, entonces, sería importante que le llegará.

Sandra Crissien: Claro que si efectivamente hay muchos recursos que uno puede potenciar si los conociéramos mejor, entonces, me dejas una idea importante allí, que podemos potenciar, igual nosotros hemos trabajado ese tipo de cosas en la facultad de humanidades como te digo y lo hacemos en equipo porque tenemos que estar articulados para que haya un mayor impacto porque el estudiante por si mismo casi no va, a veces ni viene a conciertos y entonces, uno como hace para atraerlo a la biblioteca, va porque le toca, entonces, hace parte de la motivación hacia la formación integral, eso, hacer las cosas

desde lo que les gusta, lo que le parece rico y entienda que eso es importante para su formación y eso es lo que queremos mostrarle de alguna manera diferente, entonces, digamos que trajimos diferentes editoriales, hablamos de libros específicos, claro hay que darle continuidad a eso, como tu bien lo dices y de pronto tenemos que potenciar un poco el que hagamos parte de esas redes con el medio universitario para ver cómo podemos contribuir con eso.