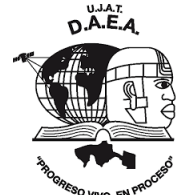




UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO



DIVISIÓN ACADÉMICA DE EDUCACIÓN Y ARTES

**ESTÍMULOS COMUNICATIVOS GENERADOS EN LA RETROALIMENTACIÓN DE  
DOS CLUBES DE LECTURA VIRTUALES SINCRÓNICOS PÚBLICOS**

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADO (A) EN COMUNICACIÓN**

PRESENTA:

AMÉRICA LÓPEZ LEÓN

DIRECTOR (A):

DRA. JACINTA HERNÁNDEZ PÉREZ

VILLAHERMOSA, TABASCO, A: JULIO, 2025

# América León López.pdf

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

## Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::3117:579466484

Fecha de entrega

16 abr 2026, 2:06 p.m. GMT-6

Fecha de descarga

16 abr 2026, 2:38 p.m. GMT-6

Nombre del archivo

América León López.pdf

Tamaño del archivo

3.2 MB

264 páginas

50.371 palabras

280.406 caracteres




# 7% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

## Filtrado desde el informe


- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 20 palabras)
- ▶ Abstract
- ▶ Methods and Materials

## Fuentes principales

- 6%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 0%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

## Marcas de integridad




### N.º de alerta de integridad para revisión

-  **Texto oculto**  
24 caracteres sospechosos en N.º de página  
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

## Fuentes principales

- 6%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 0%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

## Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	<1%
2	Internet	hdl.handle.net	<1%
3	Internet	www.uv.mx	<1%
4	Internet	repositorio.ual.es	<1%
5	Internet	repositorio.uct.edu.pe	<1%
6	Internet	repositorio.monterrico.edu.pe	<1%
7	Internet	repositorio.usil.edu.pe	<1%
8	Internet	repositorio.uia.ac.cr:8080	<1%
9	Internet	revistas.uncp.edu.pe	<1%
10	Internet	amisadaicuevas12.blogspot.com	<1%
11	Internet	docta.ucm.es	<1%

12	Internet	reunir.unir.net	<1%
13	Internet	gredos.usal.es	<1%
14	Internet	repositorio.ub.edu.ar	<1%
15	Internet	octaedro.com	<1%
16	Internet	universidadelasartes.edu.mx	<1%
17	Internet	ojs.ual.es	<1%
18	Internet	uceva.repositoriodigital.com	<1%
19	Publicación	María Elsy Sepúlveda-Romero. "Humanización del acto de la retroalimentación en..."	<1%
20	Internet	doaj.org	<1%
21	Internet	riaa.uaem.mx	<1%
22	Internet	repositorio.uach.mx	<1%
23	Internet	crea.ujaen.es	<1%
24	Internet	vitela.javerianacali.edu.co	<1%
25	Internet	tesis.pucp.edu.pe	<1%

26	Internet	www.enpoli.com.mx	<1%
27	Publicación	Javier Muñoz-Bassols. "Comunicación estratégica para el ejercicio del liderazgo fe...	<1%
28	Internet	podium.upr.edu.cu	<1%
29	Internet	repositorio.uniremington.edu.co	<1%
30	Internet	www.revistaocnos.com	<1%
31	Internet	olimpicol.co	<1%
32	Internet	titula.universidadeuropea.es	<1%
33	Internet	repositorio.ulead.edu.ec	<1%
34	Internet	www.revistadecomunicacionysalud.es	<1%
35	Internet	dspace.unl.edu.ec	<1%
36	Internet	bid.ub.edu	<1%
37	Internet	repositorio.uchile.cl	<1%
38	Internet	mail.produccioncientificaluz.org	<1%
39	Internet	es.slideshare.net	<1%

40	Internet	parvularia.mineduc.cl	<1%
41	Internet	rei.esprint.tech	<1%
42	Internet	repositorio.uch.edu.pe	<1%
43	Internet	revistahorizontes.org	<1%
44	Internet	25.bdigital.uncu.edu.ar	<1%
45	Internet	dspace.unach.edu.ec	<1%
46	Internet	revistas.ucr.ac.cr	<1%
47	Internet	ruidera.uclm.es	<1%
48	Internet	www.dspace.uce.edu.ec	<1%
49	Internet	luz.uho.edu.cu	<1%
50	Internet	repositorio-educacion.conahcyt.mx	<1%
51	Internet	repositorio.unicesar.edu.co	<1%
52	Internet	repositorio.upse.edu.ec	<1%
53	Internet	repositorio.usmp.edu.pe	<1%

54	Internet	uvadoc.uva.es	<1%
55	Internet	www.coursehero.com	<1%
56	Internet	riunet.upv.es	<1%
57	Internet	salasdelibros.coe.arizona.edu	<1%
58	Internet	ciencialatina.org	<1%
59	Internet	digibug.ugr.es	<1%
60	Internet	estadisticawiki.blogspot.com	<1%
61	Internet	librosaccesoabierto.uptc.edu.co	<1%
62	Internet	repositorio.unjfsc.edu.pe	<1%
63	Internet	repositorio.xoc.uam.mx	<1%
64	Internet	revistas.javeriana.edu.co	<1%
65	Internet	www.uniatlantico.edu.co	<1%
66	Internet	produccioncientificaluz.org	<1%
67	Internet	www.iksadamerica.org	<1%

68	Publicación	Zamudio Mesa, Celia María. "El Papel de la Escritura Alfabética en la construcción ..."	<1%
69	Publicación	de Azevedo, Luiz Claudio Peixoto. "Os Jogos Digitais na Educação Brasileira: Uma ..."	<1%
70	Internet	repositorioacademico.upc.edu.pe	<1%
71	Internet	revistas.unc.edu.ar	<1%
72	Internet	www.dspace.uce.edu.ec:8080	<1%
73	Internet	d7a83cb6-9a74-4b4c-94f4-e41ab820e34a.filesusr.com	<1%
74	Internet	repositorio.unasam.edu.pe	<1%
75	Internet	ru.dgb.unam.mx	<1%
76	Internet	www.infobae.com	<1%
77	Internet	www.mdpi.com	<1%

## Declaración de Autoría y Originalidad

En la Ciudad de Villahermosa, el día 17 del mes de junio del año 2025, el que suscribe América López León alumna del Programa de la División Académica de Educación y Artes con número de matrícula 182J24023, adscrito a la División Académica de Educación y Artes, de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, como autor(a) de la Tesis presentada para la obtención del título de Licenciada en Comunicación y titulada "Estímulos comunicativos generados en la retroalimentación de dos Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos" dirigida por la Dra. Jacinta Hernández Pérez.

### DECLARO QUE:

La Tesis es una obra original que no infringe los derechos de propiedad intelectual ni los derechos de propiedad industrial u otros, de acuerdo con el ordenamiento jurídico vigente, en particular, la LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR (Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley Federal del Derecho de Autor del 01 de Julio de 2020 regularizando y aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia), en particular, las disposiciones referidas al derecho de cita. Del mismo modo, asumo frente a la Universidad cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de la autoría o falta de originalidad o contenido de la Tesis presentada de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente

Villahermosa, Tabasco a 17 de junio 2025.

Nombre y Firma



América López León



UNIVERSIDAD JUÁREZ  
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DIRECCIÓN

División Académica  
de Educación y Artes



REF: DAEA/0927/25

Villahermosa, Tabasco; a 08 de julio del 2025

**Lic. Maribel Valencia Thompson**

Jefe del Depto. de Certificación  
y Titulación de la U.J.A.T

P R E S E N T E

Conforme a lo establecido en el Artículo 87 del Reglamento de Titulación de la U.J.A.T., me permito comunicar a Usted que la **Dra. Jacinta Hernández Pérez** como Directora dirigió y supervisó el Trabajo Recepcional de "TESIS" denominado "**ESTÍMULOS COMUNICATIVOS GENERADOS EN LA RETROALIMENTACIÓN DE DOS CLUBES DE LECTURA VIRTUALES SINCRÓNICOS PÚBLICOS**", elaborado por la **C. América López León**, pasante de la Licenciatura en Comunicación. El jurado para el examen profesional Dra. Consuelo Rodríguez García, Mtra. Luz del Alba Narváez Osorio, Dra. Jacinta Hernández Pérez, Dra. Rocío López Martínez y Dra. Martha Libny Xicoténcatl Valencia, revisaron y señalaron las modificaciones que había que hacerle a dicho trabajo y que la interesada ha llevado a efecto. Por lo tanto, puede imprimirse.

Atentamente

**M.A.E.E. Thelma Leticia Ruiz Becerra**

Directora



DIRECCIÓN  
DIVISIÓN ACADÉMICA  
DE EDUCACIÓN Y ARTES


C.c.p. Archivo  
MAEE/TLRB/amv\*

## Carta de Cesión de Derechos

Villahermosa, Tabasco a 13 de marzo 2025.

Por medio de la presente manifiesto haber colaborado como AUTORA en la producción, creación y/o realización de la obra denominada "Estímulos comunicativos generados en la retroalimentación de dos Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos". Con fundamento en el artículo 83 de la Ley Federal del Derecho de Autor y toda vez que, la creación y/o realización de la obra antes mencionada se realizó bajo la comisión de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco; entendemos y aceptamos el alcance del artículo en mención, de que tenemos el derecho al reconocimiento como autores de la obra, y la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco mantendrá en un 100% la titularidad de los derechos patrimoniales por un periodo de 20 años sobre la obra en la que colaboramos, por lo anterior, cedemos el derecho patrimonial exclusivo en favor de la Universidad.

### COLABORADORES

  
América López León  
ALUMNO(A) O EGRESADA(O)

  
DIRECTOR(A)

### TESTIGOS

  
Judith del Carmen León Rivera

  
Lesvia León Rivera

## **Agradecimientos**

En primer lugar, agradezco a mi familia por su paciencia y apoyo en todo aspecto para que esta investigación pudiese salir adelante, así como a mi asesora, la Dr. Jacinta Hernández Pérez, por su guía y espera en cada paso y a mis sínodos por brindarme sus consejos y contribuir a la mejora del proyecto. Finalmente, agradezco a los miembros de los Clubes de Lectura Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía Blanca” por su confianza. Su participación fue indispensable para conocer un aspecto poco explorado del proceso comunicativo en entornos virtuales.

México.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

## Índice general

	Página
<b>RESUMEN</b> .....	<b>21</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>23</b>
<b>CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	
1.1. TERMINOLOGÍA CLAVE .....	25
1.1.1. <i>Lectura</i> .....	25
1.1.2. <i>Club de Lectura</i> .....	26
1.1.3. <i>Club de Lectura Virtual</i> .....	28
1.1.4. <i>Comunicación Sincrónica</i> .....	30
1.1.5. <i>Retroalimentación</i> .....	33
1.1.6. <i>Estímulos</i> .....	34
1.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN: IMPORTANCIA DE LA LECTURA Y SU ESTADO ACTUAL A NIVEL INTERNACIONAL Y NACIONAL .....	35
1.3. OBJETIVOS.....	39
1.3.1. <i>General</i> .....	39
1.3.2. <i>Específicos</i> .....	39
1.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	40
1.4.1. <i>General</i> .....	40
1.4.2. <i>Específicas</i> .....	40
1.5. HIPÓTESIS.....	41
1.5.1. <i>Esquema de hipótesis</i> .....	41
1.6. JUSTIFICACIÓN .....	42
<b>CAPÍTULO II. MARCO HISTÓRICO</b>	
2.1. PRIMERA ETAPA: DE LAS DISCUSIONES FILOSÓFICAS EN GRECIA A LAS DISCUSIONES RELIGIOSAS EN ESTADOS UNIDOS .....	45

2.2. SEGUNDA ETAPA: DE LA REVOLUCIÓN LECTORA A LOS PRIMEROS CLUBES DE LECTURA EN EL MUNDO .....	47
2.2.1. <i>Clubes de Lectura en Chile</i> .....	48
2.2.2. <i>Clubes de Lectura en Argentina</i> .....	49
2.2.3. <i>Clubes de Lectura en México</i> .....	51
2.3. ACTUALIDAD: CLUBES DE LECTURA VIRTUALES Y SU AUGE EN LA CUARENTENA POR COVID-19 .....	51

### **CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO**

3.1. TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN .....	54
3.1.1. <i>El proceso comunicativo</i> .....	56
3.2. MODELOS REPRESENTATIVOS DEL PROCESO COMUNICATIVO .....	57
3.3. MODELO COMUNICATIVO DE HENNINGS .....	65
3.3.1. <i>Control de las palabras: Estímulos verbales</i> .....	66
3.3.2. <i>Control vocal: Estímulos vocales</i> .....	68
3.3.3. <i>Control corporal: Estímulos físicos</i> .....	71
3.3.4. <i>Control de la situación: Estímulos situacionales</i> .....	74

### **CAPÍTULO IV. REFERENTES DEL OBJETO DE ESTUDIO**

4.1. CLUB DE LECTURA VIRTUAL SINCRÓNICO PÚBLICO: RIBEYRO VIRTUAL.....	82
4.1.1. <i>Origen y evolución</i> .....	82
4.1.2. <i>Conformación de una identidad</i> .....	83
4.1.3. <i>Significado del nombre</i> .....	83
4.1.4. <i>Logo</i> .....	83
4.1.5. <i>Objetivo</i> .....	84
4.1.6. <i>Funcionamiento</i> .....	84
4.1.7. <i>Características</i> .....	86
4.1.8. <i>Organigrama</i> .....	88
4.2. CLUB DE LECTURA VIRTUAL SINCRÓNICO PÚBLICO: BAHÍA BLANCA.....	89
4.2.1. <i>Origen y evolución</i> .....	89
4.2.2. <i>Conformación de una identidad</i> .....	90
4.2.3. <i>Significado del nombre</i> .....	90

4.2.4. Logo.....	90
4.2.5. Objetivo .....	91
4.2.6. Funcionamiento .....	91
4.2.7. Características.....	93
4.2.8. Organigrama.....	94
4.3. COMPARACIÓN ENTRE CLUBES DE LECTURA VIRTUALES SINCRÓNICOS PÚBLICOS: RIBEYRO VIRTUAL Y BAHÍA BLANCA.....	95

## **CAPÍTULO V. DISEÑO METODOLÓGICO**

5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN: OBJETIVOS DEL ESTUDIO, ENFOQUE, ALCANCE Y TEMPORALIDAD.....	96
5.2. OBJETO DE ESTUDIO .....	97
5.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	98
5.3.1. <i>El censo</i> .....	98
5.3.2. <i>El análisis de contenido</i> .....	99
5.4. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	99
5.4.1. <i>Cuestionario</i> .....	100
5.4.2. <i>Matriz de análisis</i> .....	100
5.5. ANÁLISIS DE INFORMACIÓN.....	101
5.5.1. <i>Estadística descriptiva e inferencial</i> .....	101
5.5.2. <i>Excel para el procesamiento de la información</i> .....	102
5.5.3. <i>Identificación de variables</i> .....	102
5.5.4. <i>Presentación de resultados: tablas de frecuencia</i> .....	104
5.5.5. <i>Presentación de resultados: Gráficos</i> .....	106
5.6. UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA.....	106
5.6.1. <i>Muestreo para la aplicación del análisis de contenido</i> .....	107
5.6.2. <i>Muestreo para la aplicación del censo</i> .....	111
5.7. PROTOCOLOS.....	116
5.7.1. <i>Protocolo del cuestionario</i> .....	116
5.7.2. <i>Protocolo de las matrices de análisis</i> .....	131

## CAPÍTULO VI. ANÁLISIS Y RESULTADOS

6.1. ANÁLISIS Y RESULTADOS: CENSO .....	142
6.1.1. <i>Datos de identificación</i> .....	143
6.1.2. <i>Participaciones</i> .....	148
6.1.3. <i>Estímulos verbales</i> .....	150
6.1.4. <i>Estímulos vocales</i> .....	156
6.1.5. <i>Estímulos físicos</i> .....	164
6.1.6. <i>Estímulos situacionales</i> .....	173
6.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS: ANÁLISIS DE CONTENIDO .....	189
6.2.1. <i>Datos de identificación</i> .....	190
6.2.2. <i>Participaciones</i> .....	194
6.2.3. <i>Estímulos verbales</i> .....	195
6.2.4. <i>Estímulos vocales</i> .....	200
6.2.5. <i>Estímulos físicos</i> .....	204
6.2.6. <i>Estímulos situacionales</i> .....	210
6.3. DISCUSIÓN .....	223
6.4. CONCLUSIONES .....	227
6.5. RECOMENDACIONES.....	234
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>235</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>263</b>

## Índice de tablas

Página

### CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Tabla 1. Comunicación sincrónica y asincrónica.....	31
---	----

### CAPÍTULO II. MARCO HISTÓRICO

Tabla 2. Planes de Lectura en Argentina del 2000 a la actualidad.....	50
---	----

### CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO

Tabla 3. Estímulo verbal y sus subcategorías.....	66
---	----

Tabla 4. Estímulo vocal y sus subcategorías.....	68
--	----

Tabla 5. Estímulo físico y sus subcategorías.....	71
---	----

Tabla 6. Estímulo situacional y sus subcategorías: Aspecto.....	74
---	----

Tabla 7. Estímulo situacional y sus subcategorías: Contexto.....	78
--	----

Tabla 8. De emisor a decodificador.....	81
---	----

### CAPÍTULO IV. REFERENTES DEL OBJETO DE ESTUDIO

Tabla 9. Clubes de lectura virtuales a analizar.....	95
--	----

### CAPÍTULO V. DISEÑO METODOLÓGICO

Tabla 10. Categorías de la tabla de frecuencias para datos no agrupados.....	105
--	-----

Tabla 11. Características de las sesiones de los CLVSP “Ribeyro virtual” y “Bahía Blanca”.....	108
--	-----

Tabla 12. Implementación del muestreo discrecional según la fecha de publicación de las sesiones.....	109
---	-----

Tabla 13. Implementación del muestreo discrecional según la duración de las sesiones.....	110
---	-----

<b>Tabla 14.</b> <i>Población y muestra de las sesiones de los CLVSP 1 y 2</i> .....	110
<b>Tabla 15.</b> <i>Personas conectadas a las sesiones grabadas de los CLVSP “Ribeyro Virtual” y “Bahía Blanca”</i> .....	112
<b>Tabla 16.</b> <i>Población de las personas conectadas a los CLVSP 1 y 2</i> .....	114
<b>Tabla 17.</b> <i>Representación gráfica del diseño metodológico</i> .....	115
<b>Tabla 18.</b> <i>Cambios en el cuestionario después de la prueba piloto</i> .....	129
<b>Tabla 19.</b> <i>Cambios en las matrices de análisis después de la prueba piloto</i> .....	140
<b>CAPÍTULO VI. ANÁLISIS Y RESULTADOS</b>	
<b>Tabla 20.</b> <i>Edad de los integrantes de los CLVSP</i> .....	143
<b>Tabla 21.</b> <i>Género de los integrantes de los CLVSP</i> .....	144
<b>Tabla 22.</b> <i>Club de Lectura Virtual al que pertenecen los censados</i> .....	145
<b>Tabla 23.</b> <i>Roles de los integrantes en las sesiones virtuales</i> .....	146
<b>Tabla 24.</b> <i>Antigüedad de los integrantes de los CLVSP</i> .....	147
<b>Tabla 25.</b> <i>Participaciones de los integrantes de los CLVSP</i> .....	148
<b>Tabla 26.</b> <i>Connotación: positiva</i> .....	150
<b>Tabla 27.</b> <i>Connotación: negativa</i> .....	151
<b>Tabla 28.</b> <i>Léxico: Lenguaje especializado</i> .....	152
<b>Tabla 29.</b> <i>Léxico: Lenguaje cotidiano</i> .....	153
<b>Tabla 30.</b> <i>Expresiones</i> .....	154
<b>Tabla 31.</b> <i>Volumen</i> .....	156
<b>Tabla 32.</b> <i>Velocidad</i> .....	157
<b>Tabla 33.</b> <i>Fluidez: Coherencia</i> .....	158

<b>Tabla 34.</b> <i>Fluidez: Repetición</i> .....	159
<b>Tabla 35.</b> <i>Fluidez: Muletillas</i> .....	160
<b>Tabla 36.</b> <i>Fluidez: Pausas 1</i> .....	161
<b>Tabla 37.</b> <i>Fluidez: Pausas 2</i> .....	162
<b>Tabla 38.</b> <i>Tonos</i> .....	163
<b>Tabla 39.</b> <i>Cámara encendida</i> .....	164
<b>Tabla 40.</b> <i>Expresión corporal: Posturas</i> .....	165
<b>Tabla 41.</b> <i>Expresión corporal: Movimientos de manos</i> .....	167
<b>Tabla 42.</b> <i>Expresión corporal: Movimientos de cabeza</i> .....	169
<b>Tabla 43.</b> <i>Expresión facial: Mirada</i> .....	171
<b>Tabla 44.</b> <i>Expresión facial: Gestos</i> .....	172
<b>Tabla 45.</b> <i>Aspecto: Ambiente de fondo (espacio)</i> .....	173
<b>Tabla 46.</b> <i>Aspecto: Calidad de imagen</i> .....	174
<b>Tabla 47.</b> <i>Aspecto: Nombre de usuario</i> .....	175
<b>Tabla 48.</b> <i>Aspecto: Imagen de perfil</i> .....	176
<b>Tabla 49.</b> <i>Aspecto: Micrófono</i> .....	178
<b>Tabla 50.</b> <i>Aspecto: Sonido de fondo</i> .....	179
<b>Tabla 51.</b> <i>Contexto: Compartir pantalla</i> .....	180
<b>Tabla 52.</b> <i>Contexto: Comentarios</i> .....	181
<b>Tabla 53.</b> <i>Contexto: Emojis</i> .....	182
<b>Tabla 54.</b> <i>Contexto: Reacciones</i> .....	183
<b>Tabla 55.</b> <i>Contexto: Pizarra digital</i> .....	184
<b>Tabla 56.</b> <i>Contexto: Compartir recursos</i> .....	185

<b>Tabla 57.</b> <i>Contexto: Herramientas</i> .....	186
<b>Tabla 58.</b> <i>Contexto: Materiales</i> .....	188
<b>Tabla 59.</b> <i>Género de los integrantes de los CLVSP</i> .....	190
<b>Tabla 60.</b> <i>Número de integrantes por cada CLVSP</i> .....	191
<b>Tabla 61.</b> <i>Roles de los integrantes en las sesiones virtuales</i> .....	192
<b>Tabla 62.</b> <i>Participaciones de los integrantes en los CLVSP</i> .....	194
<b>Tabla 63.</b> <i>Connotación</i> .....	195
<b>Tabla 64.</b> <i>Léxico</i> .....	197
<b>Tabla 65.</b> <i>Expresiones</i> .....	198
<b>Tabla 66.</b> <i>Volumen</i> .....	200
<b>Tabla 67.</b> <i>Velocidad</i> .....	201
<b>Tabla 68.</b> <i>Fluidez</i> .....	202
<b>Tabla 69.</b> <i>Tonos</i> .....	203
<b>Tabla 70.</b> <i>Cámara encendida</i> .....	204
<b>Tabla 71.</b> <i>Expresión corporal: Posturas</i> .....	205
<b>Tabla 72.</b> <i>Expresión corporal: Movimientos de manos</i> .....	206
<b>Tabla 73.</b> <i>Expresión corporal: Movimientos de cabeza</i> .....	207
<b>Tabla 74.</b> <i>Expresión facial: Mirada</i> .....	208
<b>Tabla 75.</b> <i>Expresión facial: Gestos</i> .....	209
<b>Tabla 76.</b> <i>Aspecto: Ambiente de fondo (espacio)</i> .....	210
<b>Tabla 77.</b> <i>Aspecto: Calidad de imagen</i> .....	212
<b>Tabla 78.</b> <i>Aspecto: Nombre de usuario</i> .....	213
<b>Tabla 79.</b> <i>Aspecto: Imagen de perfil</i> .....	215

<b>Tabla 80.</b> <i>Aspecto: Micrófono</i> .....	216
<b>Tabla 81.</b> <i>Aspecto: Sonido de fondo</i> .....	217
<b>Tabla 82.</b> <i>Contexto: Uso de plataforma</i> .....	218
<b>Tabla 83.</b> <i>Contexto: Herramientas</i> .....	221
<b>Tabla 84.</b> <i>Contexto: Materiales</i> .....	222

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.  
México.

## Índice de figuras

Página

### CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Figura 1. Variable dependiente e independiente de la hipótesis.....41

### CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO

Figura 2. Principios para un concepto de Comunicación.....55

Figura 3. Modelo Comunicativo de Aristóteles.....57

Figura 4. Modelo Comunicativo de Lasswell.....58

Figura 5. Modelo comunicativo de Shannon y Weaver.....59

Figura 6. Modelo comunicativo de Osgood y Schramm.....60

Figura 7. Modelo comunicativo de Riley y Riley.....61

Figura 8. Modelo comunicativo de Jakobson.....62

Figura 9. Modelo comunicativo de Barnlund.....63

Figura 10. Modelo comunicativo De Fleur.....64

### CAPÍTULO IV. REFERENTES DEL OBJETO DE ESTUDIO

Figura 11. Logo del Club Ribeyro Virtual.....84

Figura 12. Elementos de un Flayer del Club Ribeyro Virtual.....85

Figura 13. Flayer de conversación con autora del Club Ribeyro Virtual.....87

Figura 14. Organización del Club Ribeyro Virtual.....88

Figura 15. Logo del Club Bahía Blanca.....91

Figura 16. Elementos de un Flayer del Club Bahía Blanca.....92

Figura 17. Cuenta de Instagram del Club Bahía Blanca.....92

Figura 18. Organización del Club Bahía Blanca.....94

## CAPÍTULO V. DISEÑO METODOLÓGICO

<b>Figura 19.</b> <i>Universo, población y muestra del presente estudio</i> .....	107
<b>Figura 20.</b> <i>Subcategorías directas en la pregunta</i> .....	117
<b>Figura 21.</b> <i>Subcategorías directas en las opciones de respuestas</i> .....	117
<b>Figura 22.</b> <i>Subcategorías indirectas en la pregunta</i> .....	118
<b>Figura 23.</b> <i>Subcategorías indirectas en las opciones de respuesta</i> .....	118
<b>Figura 24.</b> <i>Escala de Likert tipo frecuencia que se incluyó en el cuestionario</i> .....	119
<b>Figura 25.</b> <i>Primera parte: aspecto de identificación</i> .....	120
<b>Figura 26.</b> <i>Segunda parte: Estímulos verbales</i> .....	122
<b>Figura 27.</b> <i>Opciones de respuesta de la pregunta 6 (estímulos verbales)</i> .....	123
<b>Figura 28.</b> <i>Tercera parte: Estímulos vocales</i> .....	124
<b>Figura 29.</b> <i>Cuarta parte: Estímulos físicos</i> .....	125
<b>Figura 30.</b> <i>Quinta parte: Estímulos situacionales</i> .....	126
<b>Figura 31.</b> <i>Extracto del cuestionario en Google Forms</i> .....	130
<b>Figura 32.</b> <i>Extracto de la primera organización visual de los estímulos comunicativos</i> .....	134
<b>Figura 33.</b> <i>Matriz de análisis de los estímulos verbales</i> .....	135
<b>Figura 34.</b> <i>Matriz de análisis de los estímulos vocales</i> .....	136
<b>Figura 35.</b> <i>Matriz de análisis de los estímulos físicos</i> .....	137
<b>Figura 36.</b> <i>Matriz de análisis de los estímulos situacionales</i> .....	138

## CAPÍTULO VI. ANÁLISIS Y RESULTADOS

<b>Figura 37.</b> <i>Edad de los integrantes de los CLVSP</i> .....	143
<b>Figura 38.</b> <i>Género de los integrantes de los CLVSP</i> .....	144

<b>Figura 39.</b> <i>Club de Lectura Virtual al que pertenecen los censados</i> .....	145
<b>Figura 40.</b> <i>Roles de los integrantes en las sesiones virtuales</i> .....	146
<b>Figura 41.</b> <i>Antigüedad de los integrantes de los CLVSP</i> .....	147
<b>Figura 42.</b> <i>Participaciones de los integrantes de los CLVSP</i> .....	149
<b>Figura 43.</b> <i>Connotación: positiva</i> .....	150
<b>Figura 44.</b> <i>Connotación: negativa</i> .....	151
<b>Figura 45.</b> <i>Léxico: Lenguaje especializado</i> .....	152
<b>Figura 46.</b> <i>Léxico: Lenguaje cotidiano</i> .....	153
<b>Figura 47.</b> <i>Expresiones</i> .....	155
<b>Figura 48.</b> <i>Volumen</i> .....	156
<b>Figura 49.</b> <i>Velocidad</i> .....	157
<b>Figura 50.</b> <i>Fluidez: Coherencia</i> .....	158
<b>Figura 51.</b> <i>Fluidez: Repetición</i> .....	159
<b>Figura 52.</b> <i>Fluidez: Muletillas</i> .....	160
<b>Figura 53.</b> <i>Fluidez: Pausas 1</i> .....	161
<b>Figura 54.</b> <i>Fluidez: Pausas 2</i> .....	162
<b>Figura 55.</b> <i>Tonos</i> .....	163
<b>Figura 56.</b> <i>Cámara encendida</i> .....	164
<b>Figura 57.</b> <i>Expresión corporal: Posturas</i> .....	166
<b>Figura 58.</b> <i>Expresión corporal: Movimientos de manos</i> .....	168
<b>Figura 59.</b> <i>Expresión corporal: Movimientos de cabeza</i> .....	170
<b>Figura 60.</b> <i>Expresión facial: Mirada</i> .....	171
<b>Figura 61.</b> <i>Expresión facial: Gestos</i> .....	172

<b>Figura 62.</b> <i>Aspecto: Ambiente de fondo (espacio)</i> .....	173
<b>Figura 63.</b> <i>Aspecto: Calidad de imagen</i> .....	174
<b>Figura 64.</b> <i>Aspecto: Nombre de usuario</i> .....	175
<b>Figura 65.</b> <i>Aspecto: Imagen de perfil</i> .....	177
<b>Figura 66.</b> <i>Aspecto: Micrófono</i> .....	178
<b>Figura 67.</b> <i>Aspecto: Sonido de fondo</i> .....	179
<b>Figura 68.</b> <i>Contexto: Compartir pantalla</i> .....	180
<b>Figura 69.</b> <i>Contexto: Comentarios</i> .....	181
<b>Figura 70.</b> <i>Contexto: Emojis</i> .....	182
<b>Figura 71.</b> <i>Contexto: Reacciones</i> .....	183
<b>Figura 72.</b> <i>Contexto: Pizarra digital</i> .....	184
<b>Figura 73.</b> <i>Contexto: Compartir recursos</i> .....	185
<b>Figura 74.</b> <i>Contexto: Herramientas</i> .....	187
<b>Figura 75.</b> <i>Contexto: Materiales</i> .....	188
<b>Figura 76.</b> <i>Género de los integrantes de los CLVSP</i> .....	190
<b>Figura 77.</b> <i>Número de integrantes por cada CLVSP</i> .....	191
<b>Figura 78.</b> <i>Roles de los integrantes en las sesiones virtuales</i> .....	192
<b>Figura 79.</b> <i>Participaciones de los integrantes en los CLVSP</i> .....	194
<b>Figura 80.</b> <i>Connotación: positiva</i> .....	195
<b>Figura 81.</b> <i>Léxico</i> .....	197
<b>Figura 82.</b> <i>Expresiones</i> .....	199
<b>Figura 83.</b> <i>Volumen</i> .....	200
<b>Figura 84.</b> <i>Velocidad</i> .....	201

<b>Figura 85.</b> <i>Fluidez</i> .....	202
<b>Figura 86.</b> <i>Tonos</i> .....	203
<b>Figura 87.</b> <i>Cámara encendida</i> .....	204
<b>Figura 88.</b> <i>Expresión corporal: Posturas</i> .....	205
<b>Figura 89.</b> <i>Expresión corporal: Movimientos de manos</i> .....	206
<b>Figura 90.</b> <i>Expresión corporal: Movimientos de cabeza</i> .....	207
<b>Figura 91.</b> <i>Expresión facial: Mirada</i> .....	208
<b>Figura 92.</b> <i>Expresión facial: Gestos</i> .....	209
<b>Figura 93.</b> <i>Aspecto: Ambiente de fondo (espacio)</i> .....	211
<b>Figura 94.</b> <i>Aspecto: Ambiente de fondo (espacio) del club Bahía Blanca</i> .....	211
<b>Figura 95.</b> <i>Aspecto: Calidad de imagen</i> .....	212
<b>Figura 96.</b> <i>Aspecto: Nombre de usuario</i> .....	214
<b>Figura 97.</b> <i>Aspecto: Imagen de perfil</i> .....	215
<b>Figura 98.</b> <i>Aspecto: Micrófono</i> .....	216
<b>Figura 99.</b> <i>Aspecto: Sonido de fondo</i> .....	217
<b>Figura 100.</b> <i>Contexto: Uso de plataforma</i> .....	218
<b>Figura 101.</b> <i>Pantalla compartida en el Club de Lectura Ribeyro</i> .....	219
<b>Figura 102.</b> <i>Uso de chat en el Club de Lectura Bahía</i> .....	220
<b>Figura 103.</b> <i>Contexto: Herramientas</i> .....	221
<b>Figura 104.</b> <i>Contexto: Materiales</i> .....	222
<b>Figura 105.</b> <i>Proceso comunicativo de Hennings en Ribeyro Virtual y Bahía Blanca</i> .....	230

**ESTÍMULOS COMUNICATIVOS GENERADOS EN  
LA RETROALIMENTACIÓN DE DOS CLUBES DE  
LECTURA VIRTUALES SINCRÓNICOS  
PÚBLICOS**

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.  
México.

## Resumen

En la esfera digital existen espacios de discusión sobre todo tipo de temas, entre ellos resaltan los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos (CLVSP) que, ya sea de forma intencionada o no, fomentan la lectura y la participación oral entre sus integrantes, por lo que su funcionamiento es esencial en un contexto en el que la población parece alejarse cada vez más de la lectura por placer.

En este sentido, se presenta un estudio básico con enfoque cuantitativo, diseño no experimental, alcance exploratorio-correlacional y temporalidad transversal que, a través de las técnicas de análisis de contenido y censo, tiene el objetivo de determinar los estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales) que se generan en la retroalimentación de los CLVSP “Ribeyro Virtual” y “Bahía Blanca” bajo la perspectiva del modelo de Hennings (1975).

Los resultados obtenidos demuestran que la escasa presencia de estímulos (sobre todo físicos y situacionales) incide en la retroalimentación de las sesiones de los clubes objeto de estudio. Teniendo esto en cuenta, se recomienda a futuros investigadores, entre otras cosas, profundizar en un único estímulo comunicativo que lleve a la propuesta de nuevos sub-estímulos.

**Palabras claves:** Clubes de Lectura, Clubes de Lectura Virtuales, Retroalimentación, Comunicación sincrónica y Estímulos comunicativos.

**Abstract**

In the digital sphere, there are discussion spaces on all kinds of topics, among them the Public Synchronous Virtual Reading Clubs (PSVRCs), which, whether intentionally or not, encourage reading and oral participation among their members. Therefore, their functioning is essential in a context where the population seems to be increasingly distancing itself from reading for pleasure.

In this regard, a basic study is presented with a quantitative approach, non-experimental design, exploratory-correlational scope, and cross-sectional temporality. Through content analysis and census techniques, the study aims to determine the communicative stimuli (verbal, vocal, physical, and situational) generated in the feedback from the PSVRCs "Ribeyro Virtual" and "Bahía Blanca" from the perspective of Hennings' (1975) model.

The results obtained demonstrate that the limited presence of stimuli (especially physical and situational) impacts the feedback from the sessions of the clubs under study. With this in mind, future researchers are encouraged, among other things, to delve deeper into a single communicative stimulus that leads to the proposal of new sub-stimuli.

**Keywords:** Book Clubs, Virtual Book Clubs, Feedback, Synchronous Communication and Communicative Stimuli.

## Introducción

La lectura suele ser concebida como un acto individual y silencioso, no obstante, la inclinación natural del ser humano por compartir experiencias y emociones ha permitido la creación de espacios dinámicos y comunitarios en los que se comparte lo leído, en otras palabras, se presenta el proceso de comunicación en lo que hoy es conocido como Club de Lectura.

Así pues, la popularidad de los dispositivos tecnológicos en los últimos años hizo inevitable que los lectores trasladaran la discusión literaria a espacios virtuales, por lo que no es sorprendente que en este intercambio de mensajes surjan fenómenos que afecten la comunicación.

En vista de lo anterior, se decidió llevar a cabo una investigación básica, documental y de campo con enfoque cuantitativo no experimental, alcance exploratorio-correlacional y temporalidad transversal sobre los estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales) que se generan en la retroalimentación de las sesiones de dos Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos: “Ribeyro Virtual” y “Bahía Blanca” siguiendo las propuestas teóricas de Hennings (1975).

Se enfatiza la importancia de un estudio como el presente en un contexto en el que la lectura por placer se encuentra en declive, a saber, en América Latina, de acuerdo con datos de Lectupedia (2022), los países que más leen libros al año como Chile y Perú, leen muy poco en comparación con los países más lectores a nivel global: Canadá, Francia y Estados Unidos.

Por su parte, autores como Tovar y Riobueno (2018) conciben a los Clubes de Lectura como estrategias para fomentar la lectura, por lo que estos pueden ser una oportunidad para elevar las ganas de leer entre la población.

Sin embargo, la falta de participación dentro de los clubes podría desencadenar consecuencias como el abandono al no existir interacción significativa que estimule a las personas a continuar en las sesiones. Es así como la investigación detallada de los estímulos que interfieren en la comunicación de los clubes se vuelve relevante.

Con el propósito de profundizar en lo antes expuesto, esta investigación se compone de seis capítulos:

En el Capítulo 1. Planteamiento del problema, se describe el problema observado, los objetivos y preguntas de investigación, la justificación, la hipótesis y una breve conceptualización de los elementos clave que conforman el estudio.

En el Capítulo 2. Marco histórico, se realiza un recorrido por los momentos históricos que llevaron a lo que actualmente son los Clubes de Lectura Virtuales, comenzando por los espacios de discusión de la Grecia antigua conocidos como ágoras.

En el Capítulo 3. Marco teórico, se exponen los principales modelos comunicativos que explican la conformación del proceso de comunicación propuesto por Hennings en 1975, pues de este último se ahonda en más profundidad al ser la propuesta teórica que guía la investigación.

En el Capítulo 4. Referentes del objeto de estudio, se presenta la historia, objetivos y características de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos analizados. Igualmente, se muestran capturas de sus carteles y logos, así como organigramas hechos desde cero con el objetivo de representar de forma gráfica la identidad de cada club.

En el Capítulo 5. Diseño metodológico, se explica la metodología implementada: tipo de investigación según los objetivos y medios de obtención de datos, enfoque, alcance, temporalidad, objeto de estudio, técnicas e instrumentos de recolección de información y técnicas de análisis de información, así como los pasos que integraron el protocolo del censo y el análisis de contenido.

Finalmente, en el Capítulo 6. Análisis y resultados, se especifican los resultados obtenidos por medio de tablas de frecuencia para datos no agrupados con sus respectivas gráficas. Posteriormente, se realiza la discusión del tema, las conclusiones y las recomendaciones para futuras investigaciones.

## **Capítulo I. Planteamiento del Problema**

En este apartado se presentan las preguntas, objetivos, hipótesis y justificación que guían la investigación, sin embargo, con el propósito de ofrecer el contexto que ayude a comprender mejor la problemática, primero se brinda una exploración de los términos claves que conforman el fenómeno indagado, así como una mirada a la importancia de la lectura y su estado actual en el plano internacional y nacional.

### **1.1. Terminología Clave**

Se detectaron seis términos que conforman una conceptualización básica y un primer acercamiento a esta investigación, los cuales son: Lectura, Club de Lectura, Club de Lectura Virtual, Sincrónico, Retroalimentación y Estímulos.

#### **1.1.1. Lectura**

La lectura es una actividad que se realiza de forma cotidiana: se leen los mensajes recibidos al celular, los letreros de las carreteras, el instructivo para armar algún objeto, etc. En ese sentido, aplica la definición de leer de la Real Academia Española (RAE): “Pasar la vista por [un texto escrito] para descifrarlo y comprender su significado” (2005, Apéndice 1).

Por otra parte, Jiménez (1960) entiende la lectura como un acto de conversación entre autor y lector que no abarca sólo la comprensión literal y práctica, sino también la evocación de imágenes y conceptos, la generación de emociones y pensamientos y el recuerdo de vivencias personales y sociales que llevan a la reflexión. En sus palabras, “la lengua que yace como germen soterrado e inerte en el libro, se vivifica y germina en el pensar del lector” (p.56).

En concreto, esta investigación se interesa en el concepto específico de “lectura literaria”, puesto que es la que predomina en el objeto de estudio de la investigación: los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos (CLVSP).

Así pues, Haüy (2014) señala que la lectura literaria es el acto de leer textos literarios, es decir, textos que recurren al lenguaje estético para crear y desarrollar

mundos propios e historias originales, siendo los tipos más comunes el cuento, la novela, las leyendas, la poesía y la fábula (Pérez y Merino, 2021). Igualmente, Herrera y Reinoso (2017) describen a la lectura literaria como “una metáfora de la vida, porque ahonda en cuestiones que le son inherentes al ser humano” (p.111).

### 1.1.2. Club de Lectura

Antes de la llegada de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (Tic) que permitieron el surgimiento de los Clubes de Lectura en el espacio virtual, sólo existían los Clubes de Lectura a secas. Rozas (2022) sostiene que un Club de Lectura hace referencia a un grupo de personas que leen libros y se reúnen para hablar de ellos cada cierto tiempo. Las lecturas tienden a ser elegidas de entre una lista de temas específicos o de lecturas acordadas.

En cuanto a los temas abordados en un Club de Lectura sobre una obra literaria, Luján (2022) alega que los principales son:

- El lugar donde se desenvuelven los acontecimientos.
- El tiempo en el que se desarrolla la historia.
- La trama de la historia.
- Los hechos más importantes.
- Las páginas o los párrafos más interesantes.
- Los personajes (sobre todo los principales) y sus personalidades.
- Las opiniones personales de los lectores.
- Los pensamientos o reflexiones finales de los lectores.

Por su parte, Kókinos (2022) expresa que el Club de Lectura es una experiencia en la que los integrantes comparten sus impresiones, inquietudes y preguntas de una obra, de modo que obtienen perspectivas novedosas que amplían su universo lector y experiencia afectiva. Allí ninguna opinión es la correcta, puesto que los libros, como cualquier otra forma de arte, están abiertos a diversas interpretaciones.

Finalmente, debido al área de conocimiento en el que se enmarca esta investigación, se resalta la concepción de Delmás et al. (2019) del Club de Lectura como un acto comunicativo que gira alrededor de una lectura.

En suma, considerando las propuestas de los autores consultados, se formula la siguiente definición: Un Club de Lectura es un espacio de comunicación entre lectores que expresan sus opiniones y sentires sobre una obra literaria, se entretienen en la escucha atenta y expanden sus visiones tanto de la lectura como de la vida en general.

Con respecto a los elementos claves que conforman un Club de Lectura, Calvo (2013) plantea tres como vitales:

- 1) **Lectores:** Integran el club de manera voluntaria por el gusto de leer y compartir. Es importante tener en cuenta un mínimo y un máximo de integrantes, aunque cada club maneja una cifra distinta, lo recomendable, según la Junta de Extremadura (órgano de gobierno de la comunidad de Extremadura, España), son los grupos de 10 a 15 personas, mientras que la Biblioteca Pública Francisco Valdés propone grupos de 15 a 20 personas.
- 2) **Libros:** Es el material con el que trabajan los integrantes. Se recomienda que cada uno cuente con un ejemplar. Calvo recomienda no leer libros de más de 600 o 700 páginas. De igual modo, no es conveniente leer la misma obra por mucho tiempo para evitar el cansancio.
- 3) **Un coordinador:** Es el encargado(a) de moderar las sesiones de lectura, previene conflictos, gestiona el tiempo de intervención, comunica los mensajes al grupo y realiza preguntas sobre la lectura que estimulan la participación.

Por último, se ofrece una tipología de los Clubes de Lectura tomando en cuenta las seis dimensiones propuestas por la Fundación Germán Sánchez Ruipérez (2020):

- 1) **Clubes de Lectura según la edad:** Pueden ser infantiles (niños de 4 a 11 años), para bebés (adultos junto a niños de 0 a 5 años), preadolescentes (chicos de entre 10 y 13 años), jóvenes (personas que tiene entre 15 y 24 años) o adultos (personas de 25 hasta de más de 70 años, aunque puede abrirse otro segmento que albergue sólo a adultos mayores).

- 2) **Clubes de Lectura según el género de las obras:** Pueden leer novela negra, poesía, ensayo, obras biográficas, relatos, literatura de una determinada región geográfica, etc.
- 3) **Clubes de Lectura según la imagen:** Pueden ser de novela gráfica/manga, cómic, álbum ilustrado, fotografía y en general cualquier material que priorice las imágenes.
- 4) **Clubes de Lectura según el idioma:** Se pueden desenvolver en cualquier lengua. Funcionan para mejorar la competencia comunicativa en “x” idioma.
- 5) **Clubes de Lectura según la disponibilidad geográfica:** Pueden ser presenciales (Se realizan cara a cara), semipresenciales (Una parte de las actividades se ofrece de forma presencial y la otra en línea) o virtuales (Las actividades se realizan totalmente en línea).
- 6) **Clubes de Lectura según la ideología:** Leen obras con ideologías políticas marcadas, obras sobre movimientos ecologistas o de prácticas concretas (sobre deportes, botánica, de animales, etc.). También se pueden enfocar en una determinada época literaria, por ejemplo, novelas victorianas, naturalistas, etc.

### 1.1.3. Club de Lectura Virtual

En primera instancia, los Clubes de Lectura presenciales y los Clubes de Lectura Virtuales parecen muy similares entre sí: en ambos los integrantes acuerdan leer la misma obra para conversar sobre ella. No obstante, la principal diferencia radica en el espacio que los integrantes utilizan para reunirse.

En particular, Moreno et al. (2017) sostiene que un Club de Lectura se convierte en virtual cuando sus reuniones se organizan y se llevan a cabo en internet: los integrantes se comunican 100% por medio de una plataforma de videollamada, una red social, un foro, un blog, etc. El espacio de un Club de Lectura Virtual (CLV) es digital, en cambio, en uno presencial el espacio es físico y tangible como el aula de una escuela o una biblioteca.

Igualmente, un CLV se compone por los mismos elementos que uno presencial, además de otros tres según Calvo (2021) y la Empresa Cultural SM (2022):

- 1) **Canal de comunicación:** Son los medios que los miembros utilizan para comunicarse antes y después de las sesiones, por ejemplo, WhatsApp, Messenger, Discord, Telegram, etc.
- 2) **Lugar de reunión:** Es el espacio que permite hablar sobre las lecturas. Suelen emplearse plataformas como Zoom, Google Meet, Telegram, Skype, Discord, Jitsi Meet, Microsoft Teams, etc. Las sesiones incluso se pueden realizar por medio de videollamadas de WhatsApp si son pocos integrantes o por directos de Facebook o YouTube si son muchos.
- 3) **Espacio de difusión:** Sitio en internet, normalmente una red social, que tiene el objetivo de atraer a más personas para hacer crecer el club, no sólo al alojar información sobre las próximas lecturas, sino también sobre el mundo literario, como reseñas, datos interesantes relacionados a los autores o al contexto en el que escribieron las obras y demás. Para tal propósito, se recurre principalmente a páginas de Facebook, Instagram o Twitter. Por ejemplo, el club [La Sunamita](#) tiene presencia en Facebook, donde publica, además de los carteles promocionando las próximas lecturas, frases de las obras de autoras de todo el mundo y capturas de pantalla de los encuentros virtuales que realizan.

En cuanto a las características con las que cuenta un CLV, García (2021) señala las siguientes:

- No tiene límites geográficos, por lo que tiene la capacidad de congregar a personas de cualquier parte del mundo, de diferentes edades y perfiles en torno a un gusto común: la lectura.
- Ofrece la oportunidad a los lectores de entablar conversación con los autores de las obras comentadas, tal ha sido el caso del CLV [BookFan](#) en el que, por ejemplo, han invitado a Ana Sofía González para discutir su novela *No matarás*.
- El uso continuo de redes y medios digitales permite añadir actividades paralelas a la discusión de la lectura como encuestas, preguntas abiertas y demás mecanismos para valorar la experiencia de los lectores y tomar en cuenta sus opiniones.

- Los sitios virtuales utilizados facilitan la vinculación de contenidos relacionados, a saber, entrevistas con el autor, adaptaciones cinematográficas, reseñas especializadas, etc. A este respecto, Pallarés y García (2017) detallan que:

El Club ha demostrado que en el ámbito de la lectura es posible conciliar soportes analógicos y digitales, y modelos de lectura que provienen de la tradición ilustrada (individual y solitaria) con nuevas experiencias generadas en el entorno digital y la sociabilización inmediata. El lector dispone de forma inmediata de materiales suplementarios que se suman a los posibles niveles de lectura. (p.63)

En cuanto a la tipología de los CLV, estos se dividen según el tipo de comunicación que implementan (Ferrándiz, 2013): sincrónicos y asincrónicos. En el siguiente apartado se profundiza en dichos conceptos.

#### **1.1.4. Comunicación Sincrónica**

Antes de abordar el tema de la comunicación sincrónica, primero es necesario entender a su predecesora: la comunicación asincrónica, la cual es definida por Herrera et al. (2019) como aquella que “se establece entre dos o más personas de manera diferida en el tiempo, es decir, cuando no existe coincidencia temporal” (p.85).

Un ejemplo de lo anterior es el correo electrónico, puesto que Castillo et al. (2016) lo plantea como la desmaterialización de la carta tradicional de tinta y papel, por lo que es seguro señalar a la epístola, que tuvo su Renacimiento en la Europa de la Baja Edad Media, como el origen de la comunicación asincrónica.

Con respecto a la comunicación sincrónica, Salazar (2015) indica que es la que se presenta en tiempo real y permite la interacción directa y la retroalimentación inmediata al haber una coincidencia de espacio-tiempo, por consiguiente, para que pueda llevarse a cabo es importante organizar y coordinar las reuniones.

Yáñez (2023) sustenta que el desarrollo del telégrafo y el teléfono aportó por primera vez a la comunicación sincrónica en el aspecto de que ambas tecnologías

abrieron el camino a la interacción simultánea entre las personas. En la actualidad, estas herramientas han evolucionado a espacios virtuales como las videoconferencias.

De acuerdo con González (2014), la característica principal de la comunicación sincrónica es su similitud con la comunicación presencial, debido a que ambos tipos son dinámicos y el diálogo sucede en tiempo real. Igualmente, en un espacio sincrónico se intentan recrear los estados de ánimo y gestos de la conversación cara a cara por medio de la paralingüística, en otras palabras, se emplean emoticones y demás recursos expresivos que ayudan a los participantes a transmitir sus emociones.

En resumen, la principal diferencia entre la comunicación sincrónica y asincrónica reside en la forma en la que se relacionan con el tiempo, así pues, en la primera es indispensable que todos los participantes estén conectados al mismo tiempo, mientras que en la segunda los participantes pueden comenzar y continuar la conversación cuando puedan o quieran.

Con el propósito de detallar más diferencias entre estos tipos de comunicación, se expone la siguiente tabla.

**Tabla 1**

*Comunicación sincrónica y asincrónica*

	<b>Comunicación sincrónica</b>	<b>Comunicación asincrónica</b>
<b>Tiempo de comunicación</b>	Emisor y receptor emiten el mensaje simultáneamente.	Emisor y receptor emiten el mensaje en tiempos distintos.
<b>Conectividad y territorio</b>	Personas conectadas al mismo tiempo, aunque en zonas geográficas distintas.	Personas conectadas en tiempos y zonas geográficas distintas.
<b>Retroalimentación</b>	Instantánea.	Relativamente lenta (dependerá de la conectividad de los participantes).
<b>Acceso a internet</b>	Indispensable para que exista.	No es del todo indispensable.
<b>Ventajas principales</b>	Propicia la disciplina. Interacción en tiempo real.	Propicia la independencia. Disponibles para cualquier instante.
<b>Desventaja principal</b>	Depende de una buena conexión a internet.	Interacción lenta.

<b>Ejemplos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llamadas telefónicas</li> <li>• Videollamadas</li> <li>• Directos o “en vivos”</li> <li>• Chat en vivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Correos electrónicos</li> <li>• Mensajes de texto</li> <li>• Video tutoriales</li> <li>• Notas de voz</li> </ul>
-----------------	--	---

Fuente. Elaboración propia basada en las descripciones de Vilorio y Hamburger (2019), Delgado (2020) y Terzakyan (2022).

Para concluir este apartado, sólo resta mencionar algunos casos de éxito de comunicación asincrónica y sincrónica en el contexto de los CLV.

Conviene subrayar que Ferrándiz (2013) menciona que los Clubes de Lectura Virtuales Asincrónicos (CLVA) fueron los primeros clubes de lectura en aparecer en internet a través de blogs, foros y más tarde en redes sociales. De este tipo de clubes se destacan:

- [Readings in the North](#), que en 2018 creó el reto “Viajar Leyendo Autoras”, el cual consistía en leer autoras de diferentes nacionalidades a lo largo del año. Para participar, las personas podían comentar sus puntos de vista sobre las lecturas vía Twitter utilizando el hashtag #ViajarLeyendoAutoras, de esa manera, los integrantes podían encontrarse entre sí e iniciar conversaciones.
- [Quelibroleo.com](#), un espacio que invitaba a sus integrantes a votar por el libro que leerían cada mes en un post especial de su página de Facebook y en su blog oficial.

Después del surgimiento de los CLVA, aparecieron los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos (CLVS), presentes sobre todo en plataformas como Zoom y Google Meet. De este tipo de clubes se destacan:

- [El Cuentero](#), un club gratuito que se reúne cada semana a través de YouTube Live para comentar por chat en vivo una novela en concreto.
- [El librero de Valentina](#), en el que se comentan obras de todo tipo, tanto de ficción como de no ficción vía Zoom.

Se recalca que en esta investigación se ahonda en la dinámica de Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos (CLVSP), aquellos que son de acceso libre al no solicitar capital monetario para ingresar.

### 1.1.5. Retroalimentación

Según Aguado (2004), la retroalimentación, o también conocida como *feedback* en inglés, es el flujo circular de la información entre el sistema y el entorno, es decir, existe un intercambio de mensajes que da lugar a un proceso activo, “proceso por el cual los efectos producidos por una función afectan a la ejecución misma de esa función” (p.41). La retroalimentación es entonces una constante transferencia de datos entre los elementos de un espacio debido a que sus acciones conllevan una consecuencia.

Prieto (2020) aborda el tema desde la etimología al señalar que *feedback* procede de la conjunción de las palabras inglesas *feed* (alimentar) y *back* (de vuelta), por consiguiente, la palabra representa un regreso de la alimentación, un intercambio de respuestas, creadas a partir de un mensaje previamente recibido, entre emisor y receptor.

Por su parte, Watzlawick et al. (1991) indican que el término se originó en el campo de la cibernética a mediados del siglo XX, sin embargo, su posterior incursión en el área de la comunicación permitió desprender al acto comunicativo del sentido unidireccional que se le venía dando:

Una cadena en la que el hecho *a* afecta al hecho *b*, y *b* afecta luego a *c* y *c* a su vez trae consigo a *d*, etc., tendría las propiedades de un sistema lineal determinista. Sin embargo, si *d* lleva nuevamente a *a*, el sistema es circular y funciona de modo totalmente distinto. (p.16)

Santos (2024) entiende a la retroalimentación como “la respuesta que se obtiene después de enviar un mensaje” (párr.3) y recalca que es necesaria para que las personas se sientan libres de exteriorizar sus puntos de vista, puesto que su objetivo principal es mejorar la claridad de la comunicación.

Asimismo, para Alvarado (2014), la retroalimentación es fundamental debido a que es “la columna vertebral en el proceso de construcción del conocimiento” (p.61), además, incentiva la reflexión entre los interlocutores.

En cuanto a la retroalimentación virtual, Martínez (2011) sostiene que esta debe ser continua y estimulante. En el caso de los CLVS, como en cualquier otro espacio que

suponga una comunicación grupal organizada, es recomendable tener un plan de seguimiento y registro, por ejemplo, entrar a las reuniones con un esquema de lo que se quiere opinar o de las preguntas que se pretenden realizar.

Igualmente, la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca (UABJO, 2020) menciona las herramientas más comunes que son empleadas como canales de comunicación para la retroalimentación virtual: foro de discusión, videoconferencia, correo electrónico y mensaje de texto.

Cabe aclarar que en esta investigación se tomará en cuenta la retroalimentación presente únicamente en las sesiones virtuales de los CLVSP objetos de estudio, y no la que sucede fuera de estas, en otras palabras, se analizarán las dinámicas de intercambio de información durante las videollamadas.

#### **1.1.6. Estímulos**

De acuerdo con la RAE, un estímulo es “un agente físico, químico, mecánico, etc., que desencadena una reacción funcional en un organismo” (2014, Apéndice 1). La palabra tiene su origen en el latín *stimulus*, que significa aguijón. Este nombre era asignado por los romanos a la picana que les aplicaban a los bueyes para arar la tierra (Soca, 2021). En este sentido, se deduce que estímulo hace referencia a aquello que incita a algo o alguien a la acción.

En términos generales, dado que este término es empleado en diversas áreas del conocimiento, desde la química hasta la educación, el estímulo es lo que tiene impacto sobre un sistema. En consecuencia, hay una reacción o el inicio de una función, tarea, actividad, etc. Específicamente en comunicación, el estímulo es aquello que, de no encontrarse presente en la interacción humana, no habría intercambio de mensajes entre interlocutores (Pérez, 2021).

A su vez, la Universidad de Champagnat (2002) entiende el estímulo como el evento que una persona es capaz de distinguir y sentir por medio de sus sentidos, de modo que se provoca una respuesta, en otras palabras, una conducta motivada.

En particular, Hennings (1975) plantea que existen cuatro tipos de estímulos: verbales, vocales, físicos y situacionales que, encaminados correctamente, ayudan a los individuos a tener un buen control en la comunicación. Este aspecto se aborda a profundidad en el Capítulo III: Marco teórico.

## **1.2. Problema de investigación: Importancia de la lectura y su estado actual a nivel internacional y nacional**

La lectura es un acto que ofrece múltiples beneficios al ser humano en diversos aspectos de su vida. En concreto, Etecé (2020) identifica las siguientes: facilita el acceso al conocimiento, incrementa el vocabulario e impulsa la escritura, aumenta la capacidad comunicativa, de análisis y de gestión de problemas, permite liberar emociones y desahogarse, es entretenida, ayuda a desarrollar relaciones interpersonales, nutre el mundo interior y entrena las conexiones neuronales.

Mientras que Hauy (2014) expresa que la lectura literaria en particular tiene la función principal de brindar placer, además de incentivar prácticas más complejas como la función formativa de la imaginación y la mejora del pensamiento crítico. En esta misma línea de pensamiento, Leoni (2012) señala que la lectura enriquece la visión de la realidad, la lógica, la creatividad y la competencia expresiva.

Cabe resaltar que la lectura también influye de manera positiva en la salud emocional y, por ende, física. Por ejemplo, Arévalo et al. (2018) identifican la relación lectura-salud en habitantes con el hábito de la lectura de algunas comunidades autónomas de España, y concluyen que el acto lector ayuda a mitigar la soledad, evadir pensamientos negativos y a gestionar las emociones. Asimismo, los investigadores añadieron que la lectura es:

...una válvula de escape en determinadas situaciones (depresión, estrés). Cuando leemos, no solo estamos mejorando nuestra memoria de trabajo. Está demostrado que la lectura nos hace sentir mejor y más positivos. Además, puede mostrarnos nuestra propia vida reflejada en la de otra persona. Nuestra empatía con los demás se extiende a través de la lectura. (p.2)

El poder de la lectura sobre la salud ha sido tal que desde 1916 se instauró la biblioterapia como una iniciativa que consiste en utilizar libros para que los pacientes comprendan sus problemas emocionales (Flores y Rioseco, 2020).

En otro orden de ideas, Bialek (2009) alega que leer demanda quietud y abstracción, por lo que llevarla a cabo es indispensable en una sociedad que pierde la paciencia fácilmente al vivir y consumir de forma veloz, así pues, la lectura se presenta como un mecanismo que contribuye a que el individuo se detenga por un momento a observar y pensar su entorno.

En definitiva, la lectura ofrece diversos beneficios, tanto a nivel individual al fomentar la imaginación, la reflexión y el conocimiento, e incluso al mejorar la salud emocional y física, como a nivel colectivo al apaliar algunas de las desventajas de vivir en una sociedad acelerada y consumista.

De esta manera, la lectura se convierte en una actividad necesaria para el desarrollo integral del individuo. Desafortunadamente, los estudios que han evaluado el nivel de lectura y la competencia lectora a distintas escalas muestran datos estadísticos desalentadores.

En primer lugar, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2021) emitió un estudio en 2020 en el que se reflejó que 584 millones de niños en todo el mundo carecen del nivel mínimo de competencia en lectura. Siguiendo los datos aportados por dicha institución, actualmente se calcula que 765 millones de adultos a nivel global no poseen las habilidades básicas de lectura.

En cuanto a América Latina (AL), el cuarto Estudio Regional Comparativo y Explicativo (ERCE, 2022) de El Laboratorio Latinoamericano de Evaluación de la Calidad de la Educación (LLECE) expuso que en 2019 un 68.8 % de niños de 6º grado de primaria sólo cuentan con el nivel mínimo de competencia en lectura.

Por otro lado, el proyecto de divulgación Lectupedia (2022) recogió entre la población adulta el promedio de libros leídos al año de algunos países, el cual mostró que Chile y Perú son los países de AL que más leen, puesto que consumen 5,3 y 3,3

libros al año, respectivamente. No obstante, todavía leen muy poco en comparación con países como Canadá, Francia y Estados Unidos.

Si bien es innegable que el carácter virtual de los clubes de lectura los convierte en espacios internacionales, o al menos abiertos al público de habla hispana, el hecho de que hayan sido creados en ciertas zonas geográficas determina algunas de sus características, por ejemplo, que la mayoría de sus integrantes pertenezcan al país donde surgió el club.

En vista de lo anterior, a continuación, se exponen algunos datos relevantes sobre el hábito lector en Chile y Argentina, debido a que los CLVSP que se analizaron surgieron en dichos países. También se consideraron cifras referentes a México con el objetivo de ofrecer un panorama de la lectura del país en el que se desarrolla esta investigación.

Según el Informe de hábitos y percepciones lectoras en Chile (2022), la mitad de la población lee libros por gusto. No obstante, las lecturas más comunes son de redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, le siguen las páginas web y finalmente los libros.

Por otra parte, el Programa para la Evaluación Internacional de los Estudiantes (PISA, 2022) examinó la competencia lectora de chilenos de 15 años, lo que dio luz a lo siguiente: Chile logró el mejor puntaje en lectura de AL con 448 puntos. A pesar de esto, la comprensión lectora del país estuvo por debajo de la media que es de 487 puntos.

En Argentina, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Consumos Culturales (2022), casi 8 de cada 10 chicos de 13 a 17 años alegan haber leído un libro en el último año. En cambio, únicamente el 46% de los adultos de 30 a 64 años dice haber leído un libro. Los números continúan empeorando, ya que apenas el 40% de los mayores de 65 años admite leer libros. En resumen, al terminar la educación formal obligatoria, menos de la mitad de los argentinos conserva el hábito de la lectura.

En lo que respecta a México, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2023), sostiene que 40.8 % de personas mayores de 18 años lee libros, es decir,

en promedio consumen 3.4 ejemplares en un año. Se destaca que la cifra ha disminuido, pues en 2022 fue de 3.9 libros.

En lo que se refiere a las personas que más leen, estas se encuentran entre la población de 18 a 24 y de 25 a 34 años, siendo el Internet, los foros, blogs y por último los libros, los materiales que más consumen. Al igual que en Argentina, en México los lectores se reducen conforme avanza la edad.

A pesar de las cifras no siempre positivas sobre los hábitos lectores, han surgido espacios que, de forma premeditada o no, han motivado a las personas a leer. Estos espacios, que no son nada menos que lo CLV, se han popularizado en los últimos años gracias al auge de internet y a que son “un campo de encuentro y diálogo para la promoción, el contagio y la socialización de la lectura” (Torres, 2023, p. 131).

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.  
México.

### **1.3. Objetivos**

A continuación, se exponen los objetivos que rigen la investigación, los cuales fueron redactados teniendo en cuenta las bases teóricas, el diseño metodológico, la investigación documental y las características del objeto de estudio.

#### **1.3.1. General**

Determinar los estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales) que se generan en la retroalimentación de las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía blanca”.

#### **1.3.2. Específicos**

- 1) Identificar los estímulos y sub-estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales) que más influyen en la retroalimentación de las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía blanca”.
- 2) Reconocer de qué forma se desarrolla el proceso comunicativo en las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía blanca” de acuerdo con el modelo de Hennings (1975).
- 3) Analizar las coincidencias y divergencias de la retroalimentación que se genera en las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía blanca”, con relación a los estímulos y sub-estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales).

#### 1.4. Preguntas de investigación

Acto seguido, se muestran las preguntas que rigen la investigación, las cuales fueron redactadas teniendo en cuenta las bases teóricas, el diseño metodológico, la investigación documental y las características del objeto de estudio.

##### 1.4.1. General

¿Cuáles son los estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales) que se generan en la retroalimentación de las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía blanca”?

##### 1.4.2. Específicas

- 1) ¿Cuáles son los estímulos y sub-estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales) que más influyen en la retroalimentación de las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía blanca”?
- 2) ¿De qué forma se desarrolla el proceso comunicativo en las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía blanca” de acuerdo con el modelo de Hennings (1975)?
- 3) ¿Cuáles son las coincidencias y divergencias de la retroalimentación que se genera en las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía blanca”, con relación a los estímulos y sub-estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales)?

## 1.5. Hipótesis

Después de la observación directa de algunos CLVSP y de haber indagado en los estudios existentes sobre la problemática, se plantea la siguiente hipótesis:

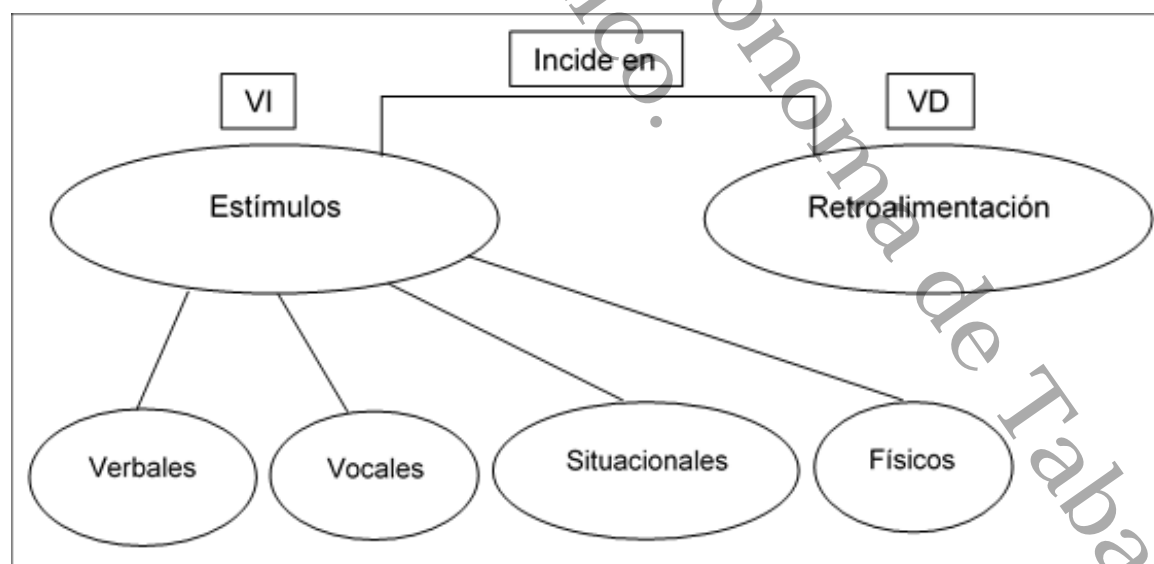
La escasa presencia de estímulos (verbales, vocales, físicos, situacionales) incide en la retroalimentación generada en las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía blanca”.

### 1.5.1. Esquema de hipótesis

De igual manera, se realizó una representación visual de la hipótesis utilizando los conceptos de variable independiente (VI) y variable dependiente (VD) propuestos por Amiel (2007): la independiente es la causa del fenómeno o problemática, mientras que la dependiente es la consecuencia, es el resultado de la VI y la que debe explicarse.

**Figura 1**

*Variable dependiente e independiente de la hipótesis*



*Nota.* Elaboración propia.

## 1.6. Justificación

Rivas (2022) aclara que la justificación en investigación consiste en sustentar las razones que han motivado el estudio de cierto fenómeno o problemática. Fernández (2020) identifica siete tipos de justificación, de los cuales este proyecto tomó en cuenta tres: metodológica, teórica y social, además de dos tipos más propuestos por Hernández (2015): institucional y personal/profesional.

**Justificación metodológica:** Se destaca que a partir de una de las técnicas de recolección de información elegida (análisis de contenido) se elaboraron cuatro instrumentos de investigación (matrices de análisis) que ofrecen un panorama detallado de las categorías y subcategorías que componen los cuatro estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales) propuestos por Hennings, por lo que estos pueden ser útiles para la recolección de datos en otras investigaciones que pretendan explorar los estímulos comunicativos en espacios similares o incluso totalmente diferentes a los CLVSP.

Por otra parte, el alcance exploratorio de la investigación permitirá mostrar formas de investigación novedosas en el campo de la lectura, puesto que, si bien se han estudiado los clubes de lectura de forma significativa, la búsqueda documental arrojó que se ha hecho sobre todo desde disciplinas como la Educación, la Didáctica de la Lengua y la Literatura. En ese sentido, aquí se propone un enfoque novedoso al abordarlo desde la Comunicación.

**Justificación teórica:** La investigación está respaldada por el Modelo comunicativo de Hennings (1975), en el que la autora presenta y desarrolla los estímulos verbales, vocales, físicos y situacionales que intervienen en el proceso de comunicación, por tanto, su implementación enriquecerá la Teoría general de la comunicación (se profundizará más en este aspecto en el Capítulo III. Marco teórico).

De igual manera, la implementación de dicho modelo permitirá ampliar los conceptos que envuelven cada estímulo y sus subcategorías. Además, se brindará un nuevo enfoque del modelo al reajustarlo para ser aplicado en un entorno virtual, cuando originalmente fue concebido con el objetivo de comprender el fenómeno comunicativo en entornos presenciales.

También se recalca que, después del análisis de 20 documentos sobre CLVSP, no se encontraron estudios que recurrieran a modelos comunicativos como respaldo teórico, en consecuencia, se marcará un precedente en este aspecto. En general, se espera que el uso del Modelo comunicativo de Hennings (1975) propicie la reflexión y la discusión académica sobre el análisis de Clubes de Lectura Virtuales.

**Justificación social:** Primero es necesario entender a las sesiones de discusión de un Club de Lectura como procesos comunicativos. Así pues, Morales (2024) define al proceso comunicativo como una serie de acciones que tienen el propósito de transmitir un mensaje de forma eficaz, cuyo dinamismo depende de ciertos elementos que varían según el autor y la época en la que se formularon (esto se explorará más a fondo en el Capítulo III. Marco teórico).

No obstante, hay un elemento reconocible en la mayoría de los modelos comunicativos debido a que es vital para que ocurra el intercambio de mensajes: la retroalimentación.

Extrapolado al campo del Club de Lectura, la poca o nula retroalimentación podría desencadenar consecuencias negativas, dado que los participantes estarían tentados a abandonar el club al no existir interacción significativa que los motive a continuar en las sesiones, o en última instancia, a seguir cultivando el hábito de la lectura. En el peor de los escenarios, el club podría cerrar temporal o definitivamente.

Los Clubes de Lectura son concebidos como estrategias de fomento lector (Dirección General de Educación Superior para el Magisterio, 2022), por lo que no es descabellado inferir que su fracaso repercutiría en mayor o menor medida en los ya problemáticos índices de lectura. En pocas palabras, esta investigación es relevante a nivel social ya que es necesaria en un contexto en el que la lectura se encuentra en una situación crítica. Asimismo, podría ayudar a los CLVSP existentes a entender su dinámica para que puedan crear mecanismos y estrategias que potencien la participación de los integrantes en sus sesiones.

**Justificación institucional:** Se brindará un aporte significativo al acervo investigativo de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Juárez Autónoma de

Tabasco, abriendo el camino a futuros estudiantes que deseen seguir una línea de investigación similar. Al mismo tiempo, considerando que la División Académica de Educación y Artes de la UJAT cuenta con su propio Club de Lectura presencial, este estudio podría orientar a los responsables de dicho club si en algún momento deciden establecerlo de forma virtual.

En concreto, teniendo en cuenta lo establecido en la Guía básica del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación (2018), esta investigación contribuye a:

- a) Lograr parte de la Visión institucional, la cual consiste en que la universidad realice aportes relevantes en materia de ciencia, tecnología o promoción de la cultura.
- b) Alcanzar la Misión divisional que coloca el énfasis en que los profesionales apliquen sus conocimientos para intervenir en fenómenos sociales.
- c) Conseguir el objetivo de la licenciatura de formar comunicólogos que examinen, planteen y promuevan estrategias comunicativas con la intención de estudiar o incluso resolver problemáticas sociales, empresariales o mediáticas.

**Justificación personal/profesional:** La elección del tema de investigación se debió principalmente a tres motivos:

- El interés personal por el mundo de la lectura y los Clubes de Lectura, por tanto, este estudio fue la oportunidad de profundizar en el fenómeno de forma seria y rigurosa.
- La preocupación por la situación endeble de la lectura en distintos niveles de la sociedad.
- La detección de algunos problemas en el proceso comunicativo de los CLVSP a los que la autora había asistido con anterioridad.

Finalmente, se espera que este acercamiento académico permita poner en práctica los conocimientos adquiridos en la Licenciatura en Comunicación, los desafíe y los enriquezca, dado que “la investigación estimula el pensamiento crítico, la creatividad y es a través de ella, que el proceso de aprendizaje se vitaliza” (Ruiz, 2010, p. 125).

## Capítulo II. Marco histórico

En las siguientes páginas se muestra la evolución de los Clubes de Lectura a lo largo de la historia, desde los espacios de discusión en la Grecia antigua (el antecedente más conocido) hasta su auge en internet durante la cuarentena por Covid-19. Esto con el propósito de facilitar la comprensión del tema investigado, lo que permitirá situar el período del desarrollo en el que se encuentra el objeto de estudio.

### 2.1. Primera etapa: de las discusiones filosóficas en Grecia a las discusiones religiosas en Estados Unidos

La lectura colectiva puede rastrearse hasta la antigua Grecia, cuando los filósofos practicaban la dialéctica, una actividad que consistía en discutir un tema del que se formulaban opiniones contradictorias, a lo que cada individuo presentaba argumentos para defender su postura (Kojève y Alfaro, 2013).

Se destaca también a la épica griega, un género literario que consistía en “narrar acontecimientos de un pasado mítico, los cuales bien pueden ser de guerra, como en el caso de la Ilíada, bien de aventura, como ocurre con la Odisea” (Morales, 2016, p.151).

Para dicho género eran de relevancia las capacidades orales de quien narraba, pues este debía cuidar el ritmo, el tono de voz y atender a la retórica. Era común que el orador realizaría preguntas con el propósito de empatizar con el público (Edwards, 2012). En resumen, los griegos se reunían para escuchar y discutir obras mitológicas y fábulas, una actividad que no dista mucho del concepto actual de Club de Lectura.

Durante la Edad Media, los libros fueron objetos únicos cuyas letras e imágenes conformaban un trabajo artístico. No obstante, la población general no tenía acceso a ellos, pues estaban destinados a los nobles y al clero. Así pues, los libros se convirtieron en símbolo de privilegio (Ferrer, 2018).

En las iglesias de la Alta Edad Media (siglos V al XI), los lectores principiantes de los textos sagrados debían leer en voz alta para alcanzar la fluidez de la palabra en latín ante los maestros (Parkes, 2004), por lo que el disfrute de la trama y su compartir con otros no eran los motivos principales para la lectura y su socialización.

Más tarde, en la Baja Edad Media (siglos XI al XV), era común que la lectura colectiva se concibiera como una actividad de diversión en la corte, donde se solían leer textos épicos o históricos durante los banquetes con el objetivo de “asentar la memoria histórica y enaltecer el ánimo de los caballeros” (Pérez, 2018, p.518).

A pesar de sus inicios elitistas, la lectura compartida no se restringió a la vida religiosa y cortesana, pues también fue llevada a cabo en los niveles menos favorecidos de la sociedad (entre quienes no sabían leer ni escribir) cuando la naturaleza del ser humano de escuchar y contar historias se impuso a la escasez de libros y al analfabetismo:

Bastaba que una persona supiera leer y reunía en su alrededor a un grupo de oyentes que participaban así en la lectura sin leer ellos directamente; en los testimonios recogidos por los historiadores de la lectura, este hecho queda atestiguado por el uso de la palabra “leer” en el sentido de escuchar la lectura en la voz de otro. (Palacio, 2014, p.31).

Sin embargo, la lectura compartida comenzó a ser relegada por la lectura individual dentro de la sociedad medieval debido en parte a los textos monásticos, uno de ellos fue la *Regla de San Benito* escrita a comienzos del siglo VI como una forma de guiar la conducta de los monjes. En dicho texto, se recomienda la lectura en silencio para propiciar la relajación, evitar la distracción y así no molestar a los demás (Parker, 2004).

Por el contrario, Sánchez y Yubero (2015) ubican el comienzo de la lectura individual con la invención de la imprenta en 1440, dado que inicia la circulación de una mayor cantidad de libros entre la población y se pasa de la lectura intensa de las mismas obras a la lectura extensa de la oferta editorial.

No obstante, la necesidad de diálogo se impuso durante la época moderna gracias a la Academia europea: en el Renacimiento, las disciplinas artísticas estaban en apogeo, por lo que en la segunda mitad del siglo XV surgieron lugares para conversar sobre arte y la vida social de la época conocidos como Academias del Renacimiento Italiano. Una de las más relevantes fue la Academia de San Lucca en Roma que alojaba pintores (Montagut, 2017).

Conviene destacar que la emancipación de la mujer favoreció la creación de los primeros espacios parecidos a los Clubes de Lectura actuales. En Francia e Inglaterra algunas mujeres de la alta sociedad fundaron salones, instituciones y casas que fungieron como sitios educativos para las mujeres. El salón literario y de debate de la Marquesa de Rambouillet, por ejemplo, destacó por su contribución al desarrollo del pensamiento literario (García, 2015).

Al igual que en Europa, en Estados Unidos se gestó un antecedente crucial de los Clubes de Lectura protagonizado por mujeres: el círculo literario de Anne Hutchinson del siglo XVII. Anne fue una líder espiritual que predicaba que no hacía falta la intervención de la iglesia para acercarse a Dios, como resultado, comenzó a realizar sesiones llamadas conventículos, conformadas sobre todo por mujeres, con el fin de leer e interpretar la biblia (Mark, 2021).

## **2.2. Segunda etapa: de la Revolución lectora a los primeros Clubes de Lectura en el mundo**

La lectura ha pasado por diversas revoluciones que han marcado la historia del libro, Chartier (1999) enfatiza la revolución del siglo XVIII en la que las personas leían de forma casi compulsiva. En vista de lo anterior, se crearon espacios de conversación intelectual.

No obstante, fue hasta comienzos del siglo XIX en Estados Unidos que surgieron los primeros Clubes de Lectura como tal, conformados en su mayoría por mujeres. Este fenómeno, según Sánchez y Yubero (2015), se debe a que, al no tener acceso a la universidad, las mujeres vieron en los Clubes de Lectura la oportunidad de mejorar su educación y llenar su sed de conocimiento.

Un avance significativo de los clubes en Estados Unidos se dio en la primera mitad del siglo XX con el surgimiento del *Great Books*. De acuerdo con Carreño (2015), esta fue una iniciativa asistida por el profesor John Erskine de la Universidad de Columbia, la cual consistió en fomentar la lectura de obras clásicas entre los jóvenes universitarios por medio de la discusión grupal.

Sin embargo, no fue hasta la década de 1990 que los Clubes de Lectura se popularizaron. Tales fueron los alcances que, en 1996, la famosa conductora de televisión Oprah Winfrey inició su propio club: el *Oprah's Book Club*. Hasta 2010 la conductora eligió y leyó un total de 70 libros, en torno a las cuales realizó dinámicas como dramatizaciones de las obras y entrevistas a los autores (Seth, 2019).

### 2.2.1. Clubes de Lectura en Chile

En 1993, surge el Programa Nacional de Fomento a la Lectura (PNFL), cuyo objetivo principal es “estimular los hábitos lectores y mejorar los niveles de lectura de los chilenos” (Ramos, 2009, p.9) por medio de la implementación de una serie de estrategias expuestas por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes et al. (2011), entre las que se destacan:

- Vivir Leer (1999): divulgó los beneficios de la lectura entre niños y jóvenes.
- El libro cambia tu vida (2002) resignificó al libro como un medio de entretenimiento atractivo y enriquecedor.
- Nacidos para Leer (2008-2010): otorgó bibliotecas a jardines infantiles e instruyeron como mediadores de lectura al personal de las instituciones.

Lo anterior dio paso a la implementación del Plan LEE CHILE LEE (2010-2014), que buscó fomentar la lectura a nivel nacional y regional a través de actividades como talleres de escritura, concursos literarios y Clubes de Lectura.

Por ejemplo, un caso exitoso fue el “Desafío saga” llevado a cabo en la Región Metropolitana, allí se reunieron fans de series de libros como *Harry Potter* y *Crepúsculo* con el propósito de charlar sobre sus lecturas y realizar talleres de maquillaje e ilustración de los personajes (Araus, 2014).

Asimismo, se destaca la iniciativa del Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas de Chile que consistió en crear las Redes Regionales de Clubes de Lectura que, según el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (s.f), están integradas tanto por clubes independientes como por los pertenecientes a las bibliotecas públicas. Estas

Redes Regionales tienen el objetivo de fortalecer los espacios de discusión literaria y compartir experiencias.

Por su parte, Soffia (2023) señala que, al formar parte de dichas Redes, los clubes (presenciales o virtuales) acceden a:

- Colecciones de libros para su lectura y discusión.
- Manuales sobre el manejo de Clubes de Lectura.
- Un curso online para mediadores de clubes.

### **2.2.2. Clubes de Lectura en Argentina**

Las políticas y programas destinados a fomentar la lectura en Argentina, afirma Turiaci (2020), comenzaron a desarrollarse sobre todo a principios del siglo XXI. A partir de entonces, se han presentado cinco Planes Nacionales de Lectura (PNL) impulsados por el Ministerio de Educación de la Nación, cada uno con diferentes objetivos, sin embargo, según la UNESCO (s.f), en general los cinco planes han apuntado a lo siguiente:

- Asegurar el derecho a la lectura y el acercamiento a los libros.
- Mejorar la alfabetización y el aprendizaje.
- Aumentar y fortificar las bibliotecas y lugares no convencionales de lectura.
- Promover la formación de mediadores de lectura entre bibliotecarios, maestros, familiares, etc. que estimulen el acercamiento a los libros.

**Tabla 2***Planes de Lectura en Argentina del 2000 a la actualidad*

2000-2001	2003-2007	2008-2015	2017-2019	2019-
Plan Nacional de Lectura	Plan Nacional de Lectura	Programa Educativo Nacional para el Mejoramiento de la Lectura	Plan Nacional de Lectura y Escritura	Plan Nacional de LecturaS
Concienciación sobre la importancia de la lectura.	Se concibió al docente como lector y mediador.	Realización de: Lecturas en voz alta. Reuniones con escritores. Lecturas comunitarias.	Creación de las Semanas de la lectura y la escritura.  Integración de la lectura y la escritura en otras expresiones artísticas.	Rescate del hábito lector con ayuda de soportes y plataformas tecnológicas.  Creación de la Red Federal de Mediadores y Comunidades de Lectura en escuelas, bibliotecas, etc.

*Nota.* Elaboración propia basada en Turiaci (2020) y Mihal et al. (2020).

Los planes de lectura fueron adaptados teniendo en cuenta las necesidades de cada provincia del país, por ejemplo, de 2004 a 2008 y de 2017 a 2019, en la provincia de Mendoza se implementó el Plan de Lectura y de Escritura Mendoza (PLEM) en escuelas de nivel primario con el objetivo de crear y fortalecer el hábito de la lectura, para lo cual se capacitaron a los bibliotecarios y docentes y se realizaron Clubes de Lectura entre los chicos.

Igualmente, se destaca la Red de Clubes de lecturas “Leer y conversar” del Fondo de Cultura Económica (FCE), un proyecto integrado actualmente por 34 clubes presenciales y virtuales que se reúnen periódicamente. Cada tres meses, el FCE les dona un paquete de libros, les brinda acompañamiento virtual e intercambios virtuales entre clubes para compartir experiencias lectoras.

### **2.2.3. Clubes de Lectura en México**

En México, los Clubes de Lectura encuentran un antecedente en 1995 con la fundación del Programa Nacional Salas de Lectura (PNSL) coordinado por Conaculta. Este proyecto consistió en la creación de espacios de socialización de la lectura, donde un grupo de personas se reunía cada cierto tiempo para conversar principalmente de libros, aunque el diálogo también podía extenderse a otros temas como cine o problemas sociales.

En este sentido, Vizcarra et al. (2012) aseguran que en las Salas de Lectura “no sólo se trata de prestar libros o leer en voz alta, sino de conocer las problemáticas del entorno y de incidir en la vida de los otros” (p.186).

El impacto del programa fue tal que, en 2010 y 2012, el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC- Unesco) lo reconoció como un modelo para la difusión de la lectura en Latinoamérica (Prado, 2012).

Y es que las Salas de Lectura crecen con el paso de los años, pues de acuerdo a la Secretaría de Cultura, en 2015 habían más de 2 mil salas en el país (alrededor de 70 en cada estado) mientras que para 2018 habían casi 4 mil (alrededor de 118 en cada estado). El programa se destaca por compartir una función similar a la de los Clubes de Lectura, aunque la diferencia fundamental es que las salas tienen un carácter más comunitario.

### **2.3. Actualidad: Clubes de Lectura virtuales y su auge en la cuarentena por Covid-19**

Uno de los sitios web más populares en los comienzos del siglo XXI fueron los blogs. Según Bolina (2018), el primero fue creado en 1984, pero no es hasta el 2000 que los blogs se volvieron, en sus palabras, “una verdadera manía”, Con el tiempo, surgieron los blogs exclusivos para dialogar sobre libros: alguien subía la reseña de un libro y otras personas emitían su opinión.

En este sentido, los blogs fueron los primeros CLVA, donde cualquiera podía comentar sin importar la hora, el día y el sitio en el que se encontrara. Por ejemplo,

[Encuentros de lecturas](#) y [El Corral de la Lectura](#), desde 2005 y 2013 respectivamente, albergan reseñas de libros y fomentan la conversación sobre ellos.

Otros espacios en internet que albergaron la discusión literaria fueron las redes sociales. De acuerdo a Naveira (2020), en 2006, Facebook se volvió global al disminuir sus restricciones. En consecuencia, surgieron comunidades cada vez más grandes interesadas en un tema particular. A saber, [Quelibroleo.com](#) fue un CLVA que creó su página de Facebook en 2012 para que los usuarios comentaran semanalmente un libro en un post específico.

Debido a que las redes sociales convencionales parecieron no ser suficientes para las comunidades lectoras, nacieron las redes sociales literarias. La más conocida entre los hispanohablantes es [Lecturalia](#), que desde 2006 permite reseñar las últimas novedades literarias, difundir artículos, eventos, presentaciones y concursos.

Al igual que Lecturalia, en 2006 surgió Goodreads, una aplicación para lectores frecuentes y no frecuentes que, de acuerdo con Nuño (2023), en un principio fue considerada “el futuro de las reseñas literarias”. La aplicación cuenta con su propio catálogo de libros, los usuarios pueden criticarlos y puntuarlos, además de crear clubes de lectura de conversación asincrónica, entre otras funciones.

Un evento que revolucionó la conversación a distancia y dio pie al crecimiento de los CLVS, fue la introducción de las plataformas de videoconferencia o videollamadas. Según Baudot (2018), antes de la década de los noventa, dichas plataformas tenían un costo tan elevado que sólo las grandes empresas podían permitírselas.

Por su parte, Carranza y Zamora (2020) recomienda Skype, Zoom y Jitsi meet para las sesiones sincrónicas de los clubes, mientras que, para la conversación asincrónica, aconseja utilizar WhatsApp, Telegram y páginas o grupos de Facebook.

Es importante destacar que, tal como indica Gigena (2021), la llegada de la pandemia de coronavirus delató cuánto habían cambiado las formas de leer libros desde comienzos del siglo XXI hasta la actualidad. Tal vez se consideró que la conversación

en torno a los libros iba a desaparecer con la invención de internet y las redes sociales, sin embargo, los Clubes de Lectura encontraron en internet un medio para popularizarse.

Barrera (2020) teoriza que el auge de la popularidad de las plataformas de videollamada durante la cuarentena se debe a la necesidad del ser humano de relacionarse con los otros, aunque sea a través una pantalla.

En síntesis, el incremento de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos podría deberse a dos motivos principales:

- A la necesidad de contacto y espacios de recreación propiciados por el encierro.
- A la migración de Clubes de Lectura presenciales a la virtualidad, una estrategia que tuvieron que realizar si no querían desaparecer o tomar un largo receso, incluso algunos que no tenían páginas de Facebook o Instagram las crearon para darse a conocer.

Para concluir este apartado, se hace hincapié en la capacidad de los Clubes de Lectura para adaptarse a cada época a pesar de haber sido nombrados de forma distinta a lo largo de los años. Sus características actuales incluso pueden rastrearse hasta la Grecia antigua con el acto de contar historias en la plaza pública, y es que durante la contingencia se presencié un ágora virtual que reunió a miles de lectores de todo el mundo, pues las herramientas para generar diálogo cambian constantemente, pero la necesidad de compartir permanece.

### **Capítulo III. Marco teórico**

A continuación, se presenta la evolución de los procesos comunicativos más destacados, no sin antes abordar el término de Teoría de la Comunicación, puesto que en ella se enmarcan los distintos modelos que han analizado los procesos de la interacción humana, entre ellos, el modelo que guía la presente investigación. Finalmente, se abordará el concepto de comunicación.

#### **3.1. Teoría de la comunicación**

La Teoría de la Comunicación no es más que la suma de modelos y teorías de la comunicación, lo que García (2015) denominó “teoría de teorías” con el propósito de agrupar los distintos ángulos con los que se ha analizado un mismo fenómeno, es por ello que autores como Natta et al. (2008) no hablan de una teoría sino de Teorías de la Comunicación.

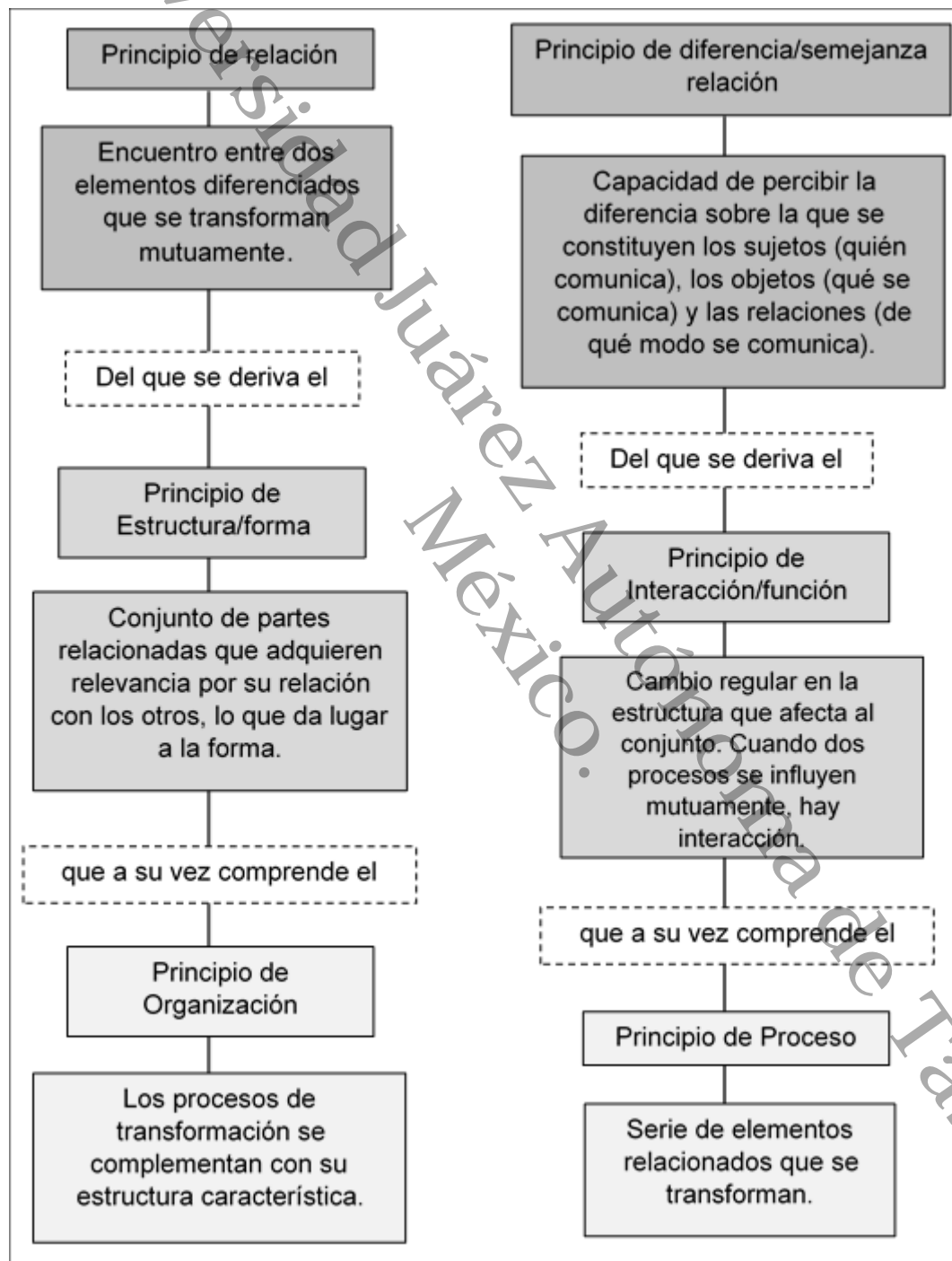
Por otro lado, Galeano (1997), como se citó en Fernández y Hernández (2013), expresa que la Teoría de la Comunicación no existe, en su lugar, postula que sólo se trata de un sinfín de resultados de investigaciones y no de un modelo que las unifique.

Dentro de esa misma línea de pensamiento, Sánchez y Campos (2009) agregan que el intento de englobar los estudios en una sola teoría podría deberse a la pretensión de explicar la comunicación, un concepto que nunca ha estado claramente definido al estar marcado por la ambigüedad y la polisemia.

Por su parte, Aguado (2004) señala que, si se aspira a desarrollar una perspectiva de la Teoría de la Comunicación teniendo en cuenta los enfoques de diversas disciplinas, primero es necesario diseñar un concepto general de comunicación. Para ello, el autor plantea dos principios básicos para construir el término de comunicación: Principio de relación y Principio de diferencia/ semejanza, asimismo, de estos se derivan otros principios.

Figura 2

*Principios para un concepto de Comunicación*



Nota. Elaboración propia basada en los conceptos de Aguado (2004).

Teniendo en cuenta los principios lógicos, se creó un concepto de comunicación (no excepto de abstracción) para todos los contextos en los que sea necesario emplearlo: Un encuentro entre dos o más elementos diferenciados que se transforman e influyen entre sí (dando lugar a la interacción) y que forman un conjunto de partes relacionadas, es decir, una estructura con cambios predecibles según su organización. La comunicación es un proceso.

### **3.1.1. El proceso comunicativo**

Un proceso es definido por la Real Academia Española (RAE) como la “acción de ir hacia delante” (Acepción 1) y como el “conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial” (Acepción 2).

De lo anterior se extrae que un proceso es avance, desarrollo y transcurso, todo aquello que implique movimiento. Es precisamente este último elemento, según Santa María (2010), la cualidad básica de la comunicación. Asimismo, señala que la comunicación es un proceso no sólo porque es la única forma de entenderla como un todo, sino por cuatro razones más:

- Por su carácter dinámico, cambiante y transformador.
- Por su relación con otros fenómenos.
- Por la necesidad de explicar sus elementos e interrelaciones.
- Por las contradicciones presentes en determinadas circunstancias.

En el presente estudio, por ejemplo, se analizan individualmente los estímulos verbales, vocales, físicos y situacionales de dos clubes de lectura virtuales, los cuales son entendidos como procesos comunicativos al ser espacios de movimiento en los que los miembros interactúan e intercambian mensajes, por ende, los estímulos son elementos de la comunicación que en la práctica existen de forma conjunta, sin posibilidad de separación.

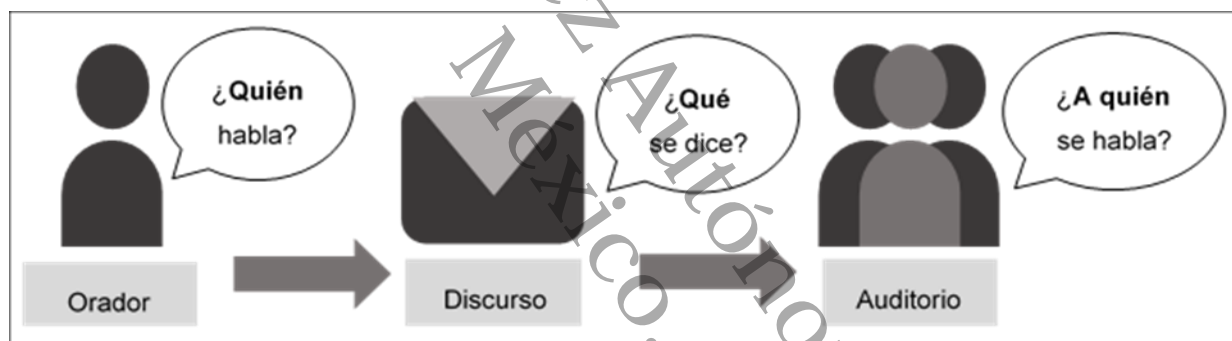
### 3.2. Modelos representativos del proceso comunicativo

Diversos autores han desarrollado modelos de procesos de comunicativos en un intento de enriquecer la llamada Teoría de la Comunicación, cada uno con elementos particulares que pueden o no repetirse entre ellos.

El modelo más antiguo conocido se encuentra en la obra “Retórica” del filósofo griego Aristóteles, publicada en el siglo IV a. C. Este modelo se centra en la figura del Orador que, de acuerdo a la conceptualización de Casternao (2022), necesita trabajar tres elementos en su discurso si quiere lograr una comunicación efectiva: 1) ethos (credibilidad), 2) pthos (emoción) y el 3) logos (razón).

#### Figura 3

*Modelo Comunicativo de Aristóteles*

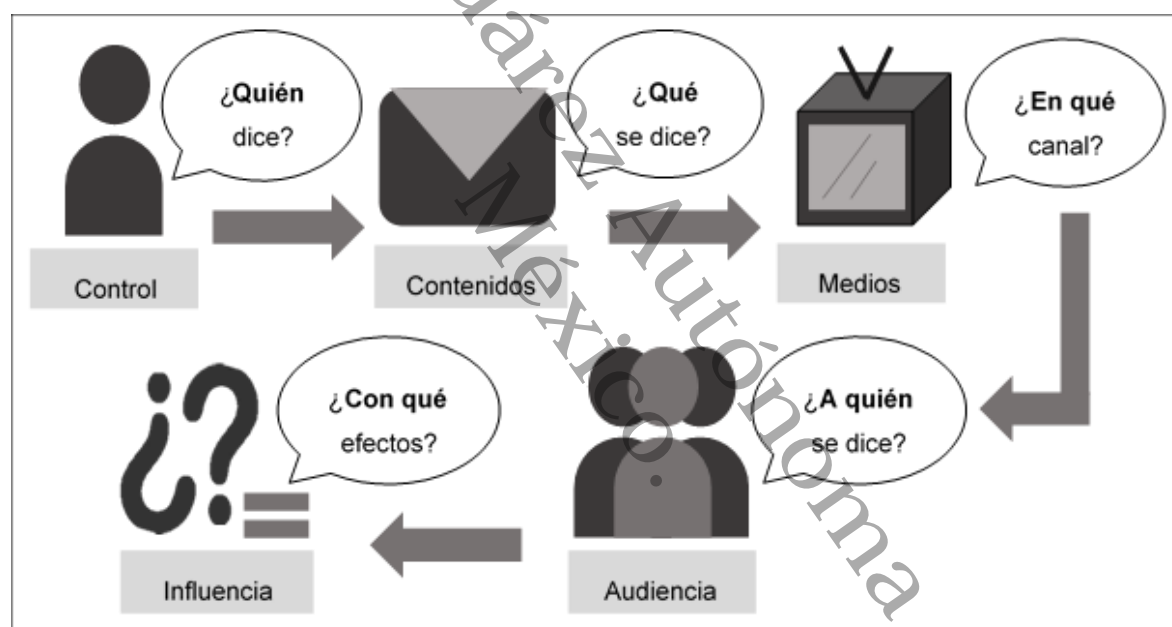


*Nota.* Elaboración propia basada en Martínez (2017).

Se da un salto significativo al siglo XX, periodo de auge para los estudios sobre comunicación de masas, debido a que durante la Primera Guerra (1914-1918) y Segunda Guerra Mundial (1939-1945) se emplearon medios masivos que influyeron en las opiniones de la sociedad (Schulze, 2013) y llamaron la atención de los académicos, entre ellos destaca el norteamericano Harold Lasswell, que en 1948 presenta un modelo que intenta responder las preguntas: ¿Quién, dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto? (Fernández y Hernández, 2013).

#### Figura 4

*Modelo Comunicativo de Lasswell*



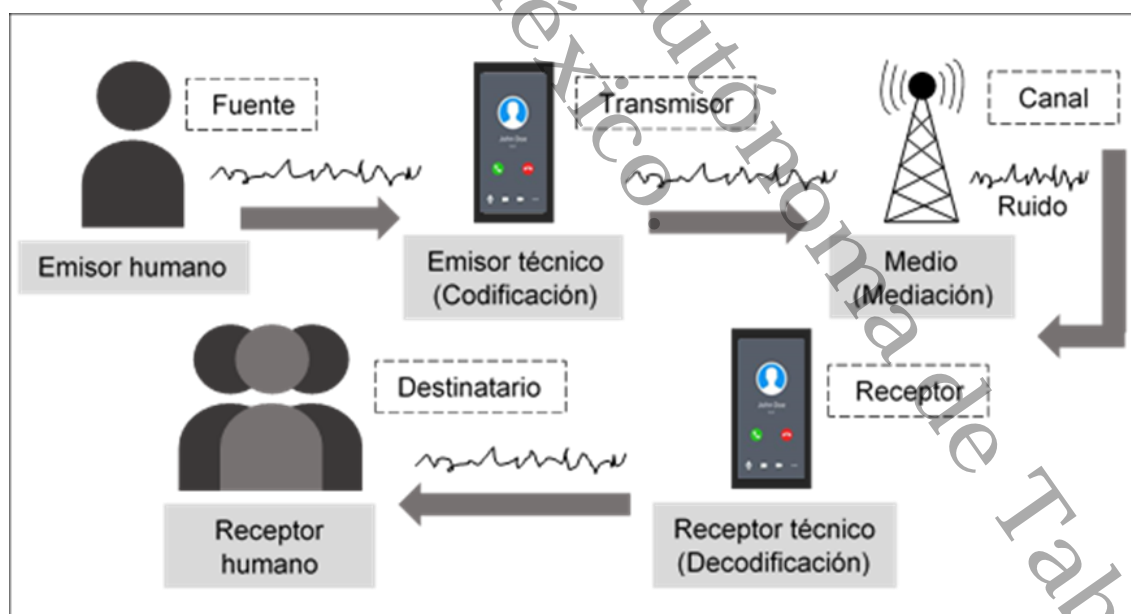
Nota. Elaboración propia basada en Aguado (2004) y Fernández y Hernández (2013).

En 1949, los ingenieros estadounidenses Claude Shannon y Warren Weaver lanzan un modelo novedoso: la comunicación inicia con una fuente que produce mensajes, después un transmisor codifica la información (convierte el mensaje en los códigos adecuados para el medio encargado del traslado de datos, es decir, el canal), posteriormente, la información es recibida por un receptor que decodifica los datos (transforma el mensaje para la comprensión humana) y por último llega a la(s) persona(s) a la(s) que va dirigido el mensaje, es decir, al destinatario (Layús 2020).

Asimismo, este modelo introduce un elemento que no se había tomado en cuenta dentro del proceso comunicativo: el ruido, el cual es descrito por Peiró y López (2021) como un componente que impide el desarrollo claro y fluido del mensaje, siendo un obstáculo para que el receptor lo capte.

### Figura 5

*Modelo comunicativo de Shannon y Weaver*

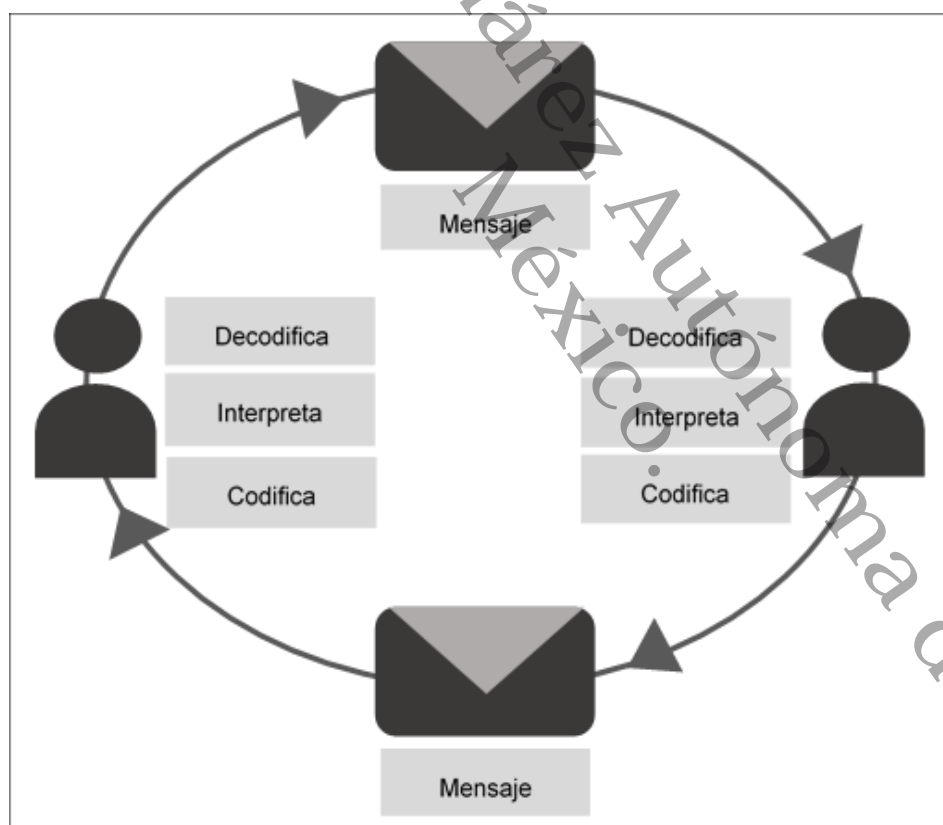


*Nota.* Elaboración propia basada en Layús, 2020.

Por su parte, el comunicólogo estadounidense Wilbur Schramm presenta en 1954 un modelo que destaca de los anteriores por concebir la comunicación como un proceso bidireccional. En 1957, su modelo es complementado con los aportes del psicólogo estadounidense Charles Osgood. Fernández y Hernández (2013), sostienen que Osgood y Schramm entienden la comunicación de manera circular (sin principio ni fin). Además, colocan el foco en los sujetos, los cuales realizan funciones idénticas de codificación, decodificación e interpretación.

### Figura 6

*Modelo comunicativo de Osgood y Schramm*

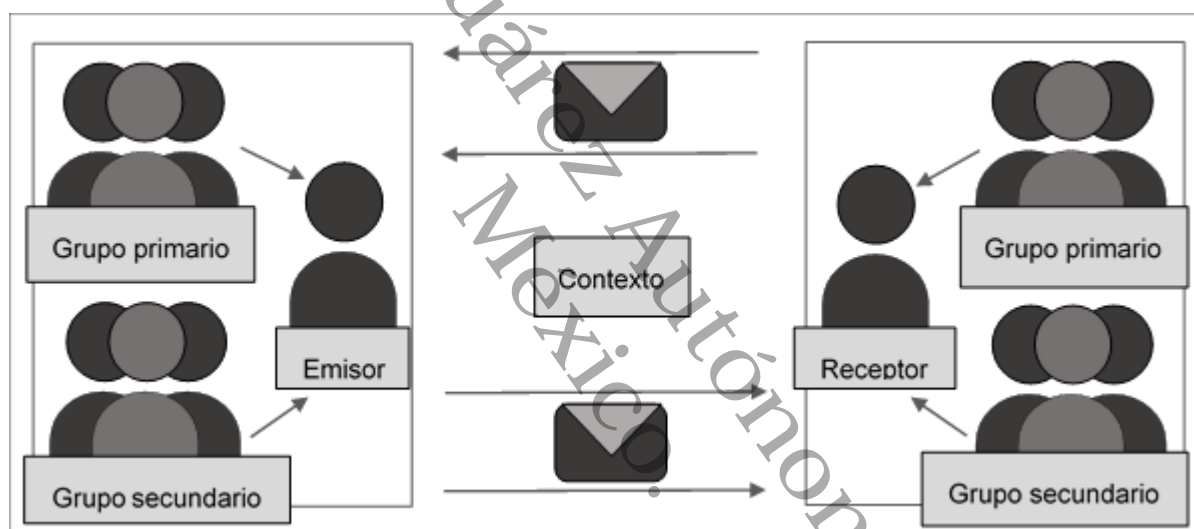


*Nota.* Elaboración propia basada en Fernández y Hernández (2013).

En 1959, los sociólogos estadounidenses John y Matilda W. Riley exponen un modelo que incluye la dimensión social: la sociedad se compone de grupos primarios y secundarios (Entorno Comunicativo, 2018). En el primero, los miembros son pocos, lo que les permite desarrollar relaciones afectivas intensas (familia y amigos). En cambio, en el segundo grupo los miembros entablan relaciones impersonales, se ven obligados a convivir para satisfacer necesidades y objetivos y tienden a regularse por reglas y contratos (compañeros de trabajo y escuela) (Quiñones y Díaz, 2007).

### Figura 7

*Modelo comunicativo de Riley y Riley*



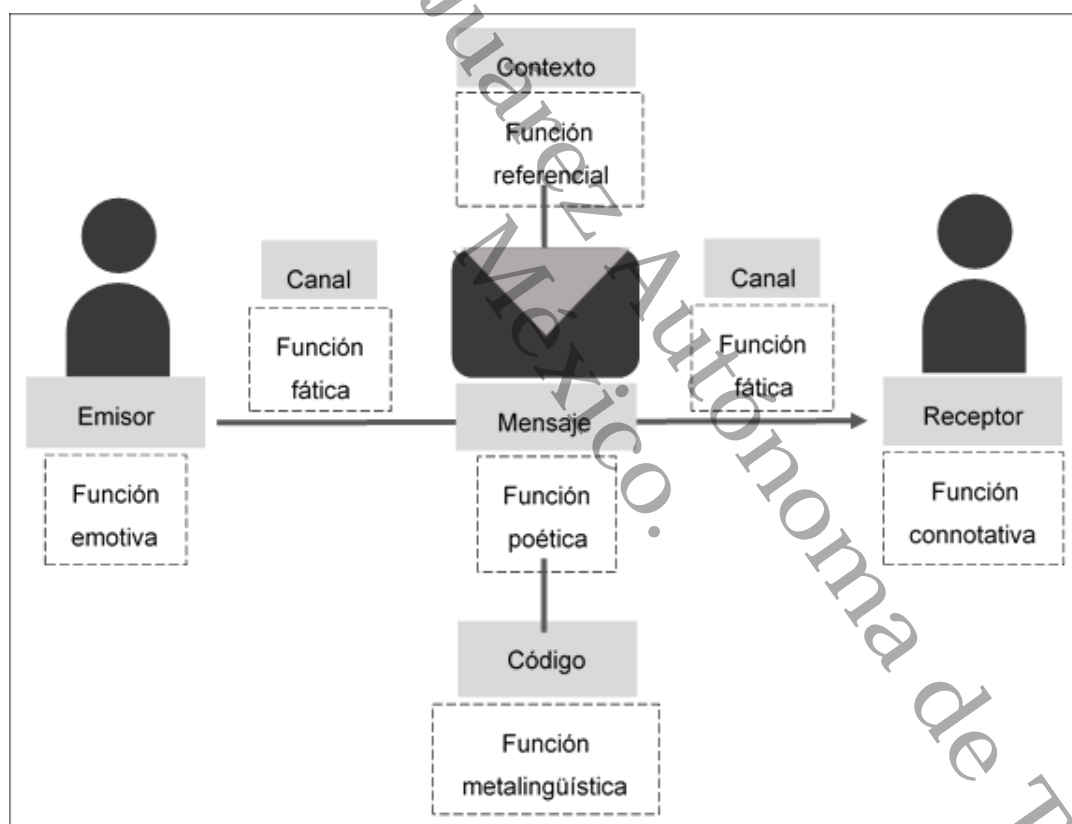
*Nota.* Elaboración propia basada en Galeano (1988) y Entorno Comunicativo (2018).

A inicios de 1960, el lingüista ruso Roman Jakobson retoma los elementos de su teoría de la información, conformada por emisor, receptor, referente, canal, mensaje y código (Centro Virtual Cervantes, s.f.) para establecer las funciones del lenguaje: función referencial (relación entre mensaje y referente), función emotiva (relación entre mensaje y emisor), función connotativa (relación entre mensaje y receptor), función poética (relación del mensaje con el mensaje), función fática (establece, conserva o suspende la comunicación) y función metalingüística (le da sentido a las palabras) (Jakobson, 1963, como se citó en Guiraud, 1979).

Jakobson también integra el código en su proceso comunicativo, el cual es descrito por Caggiani (1999) como los “elementos sintácticos utilizados para la organización de los significados” (p.5), es decir, son las reglas que permiten combinar y ordenar unidades con significado con el propósito de establecer un significado más complejo. Asimismo, es necesario un referente: “un contexto o punto de referencia compartido entre los participantes” (Vargas, 2015, p.146).

### Figura 8

*Modelo comunicativo de Jakobson*

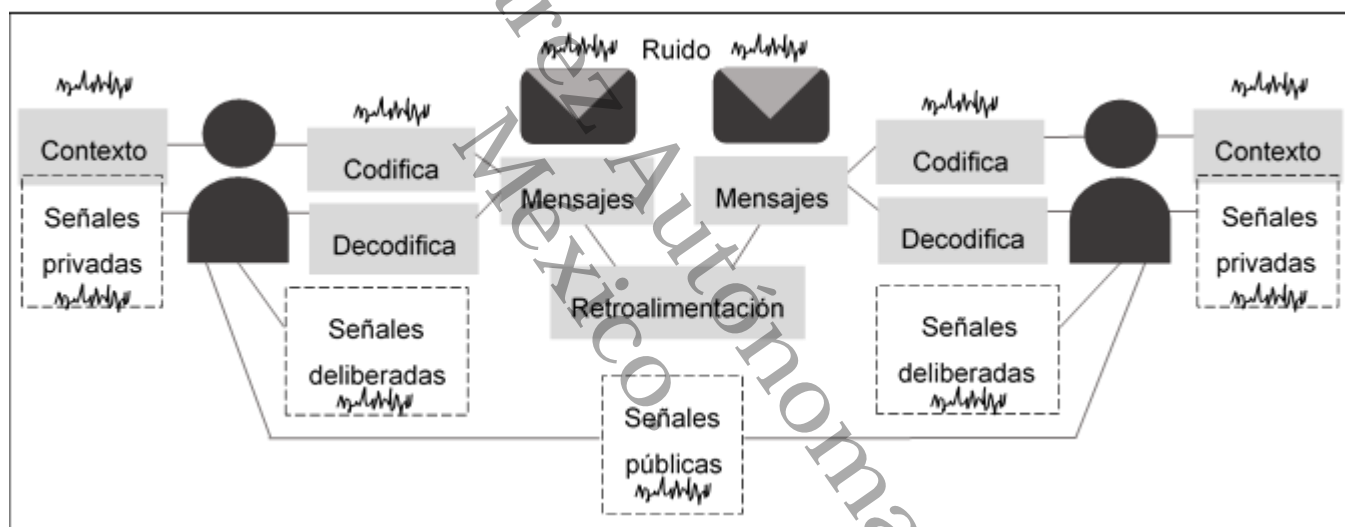


*Nota.* Elaboración propia basada en los conceptos de Guiraud (1979).

Por otro lado, en el modelo transaccional de 1970 del académico estadounidense Dean C. Barnlund, tanto el emisor como el receptor envían y reciben mensajes al mismo tiempo de forma verbal o no verbal (Avalos, 2016). Este modelo añade dos elementos novedosos: la retroalimentación y las señales, las cuales tienen la función de complementar la comunicación. Según Zapata (2004), existen las señales públicas (forman parte del entorno: muebles, ventanas, plantas, etc.), privadas (otorgan identidad a las personas: lentés, pulseras, collares y etc.) y deliberadas (comportamientos verbales y no verbales que la persona controla).

**Figura 9**

*Modelo comunicativo de Barnlund*

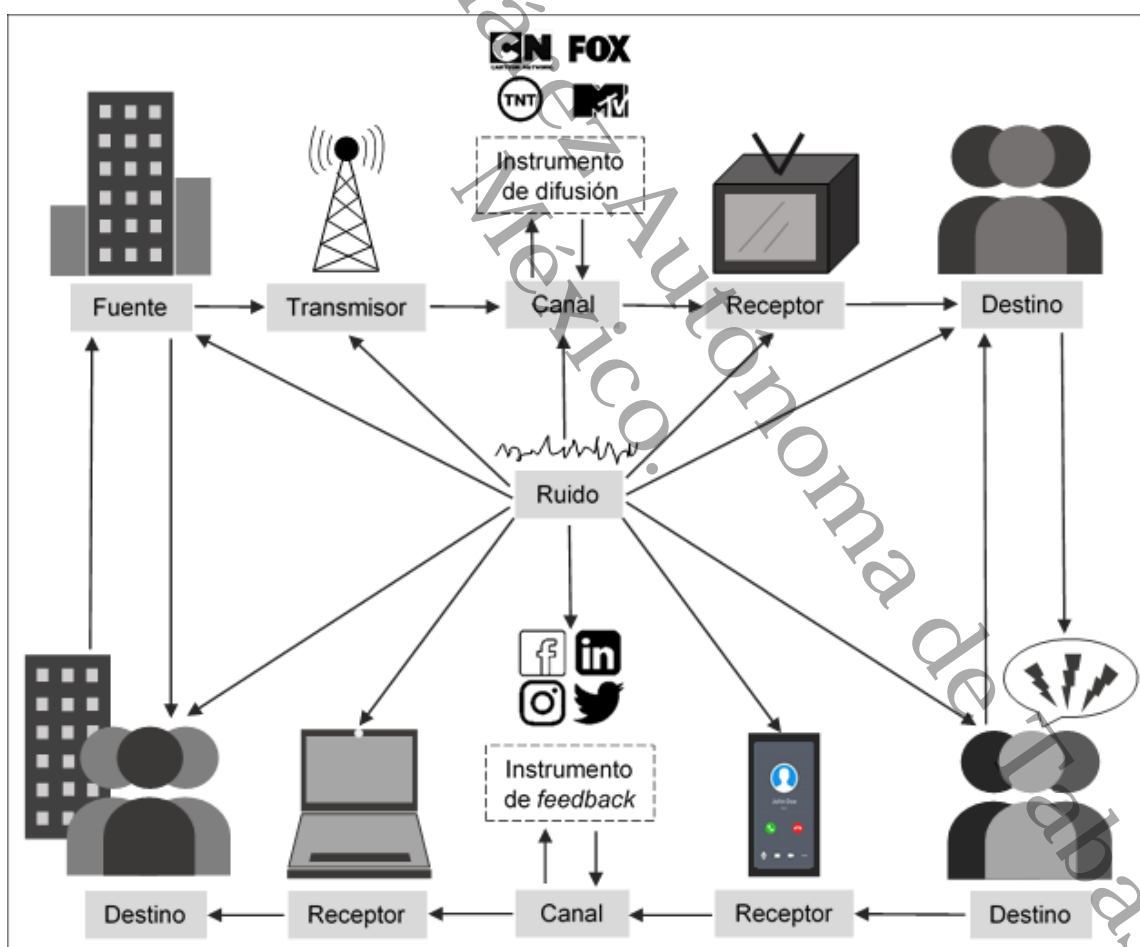


Nota. Elaboración propia basada en LibreTexts (2022) y Zapata (2004).

En la segunda mitad de la década de 1970, el psicólogo estadounidense Melvin De Fleur presenta un modelo que inicia con una fuente institucional (una empresa de producción de contenido) que envía mensajes a millones de personas por medio de antenas de telecomunicaciones (transmisores). El contenido se propaga por estaciones emisoras (instrumentos de difusión) que se transmiten por el canal (Instituto Peruano de Publicidad, 2020). Por su parte, el receptor es el aparato físico con el que el público cuenta para ver y reaccionar al contenido (instrumentos de *feedback*) (Aguado, 2004).

**Figura 10**

*Modelo comunicativo De Fleur*



*Nota.* Elaboración propia basada en Fernández y Hernández (2013).

### 3.3. Modelo comunicativo de Hennings

Dorothy Grant Hennings es una profesora estadounidense que ha publicado diversos libros y artículos sobre enseñanza y lenguaje, entre ellos se encuentra *Mastering classroom communication: what interaction analysis tells the teacher* (1975), en el que la autora se centró en tres áreas:

- 1) El proceso comunicativo (expande el concepto de comunicación y muestra los elementos para una comunicación efectiva y los elementos que la impiden).
- 2) El profesor como receptor/decodificador (los mensajes verbales y no verbales que recibe de los estudiantes).
- 3) El profesor como codificador (los mensajes verbales y no verbales que envía a los estudiantes y el diseño de un entorno que propicie la interacción en el aula).

En dicho libro, Hennings presentó cuatro estímulos comunicativos: verbales, vocales, físicos y situacionales. Asimismo, los estímulos se pueden clasificar según su correspondencia con los cuatro elementos que influyen en la comunicación: 1) Control de las palabras, 2) Control corporal y vocal 3) Control de la situación y 4) Control de la distancia.

En primer lugar, los estímulos del proceso comunicativo de Hennings se refiere a las múltiples formas que emplean los individuos para comunicarse basadas en las palabras a las que recurren al hablar y la manera en la que las pronuncian, así como el lenguaje corporal que utilizan y las situaciones del ambiente en el que se desarrolla el intercambio de mensajes (Hennings, 1975, como se citó en Hernández, 2019).

### 3.3.1. Control de las palabras: Estímulos verbales

Se refiere a las palabras que se dicen durante la comunicación. Cuando el emisor/codificador controla sus palabras significa que está utilizando cierto vocabulario dependiendo del contexto y el tipo de receptor/decodificador (Hennings, 1975, como se citó en Hernández, 2019). Al haber consciencia de lo que se pronuncia, el mensaje tiene más probabilidades de ser comprendido y se estimula a los interlocutores a participar.

**Tabla 3**

*Estímulo verbal y sus subcategorías*

Subcategoría 1	Subcategoría 2	Descripción
Connotación  Aquello que tiene más de un significado de forma simultánea. Representan algo primariamente y otra secundariamente.	Positiva	Son las expresiones que podrían revelar los sentimientos positivos del emisor/decodificador hacia un tema, situación o persona. Ej. Decir “hay más de 100 familias de bajos recursos viviendo aquí.”
	Negativa	Son las expresiones que podrían revelar los sentimientos negativos del emisor/decodificador hacia un tema, situación o persona. Ej. Decir “hay más de 100 familias muertas de hambre viviendo aquí.”
Léxico  Es el grupo de unidades léxicas, mejor conocidas como palabras, que conforman una lengua.	Lenguaje especializado	También conocido como “lenguaje técnico”, es utilizado en un campo específico del conocimiento, por lo que sólo es hablado y entendido por personas instruidas en esa área.
	Lenguaje cotidiano	También conocido como “lenguaje común”, es utilizado en la vida cotidiana, por lo que es hablado y entendido por cualquier persona sin importar su estatus o educación.
Expresiones  Son específicamente las expresiones verbales, lo que	Recuerdo	Los hablantes repiten ideas y términos que aprendieron en el pasado.

comunicamos empleando la palabra hablada.	Reflexión	Los hablantes hacen una recapitulación con sus propias palabras sobre el contenido que consumieron.
	Relación	Los hablantes exponen las similitudes entre dos o más ideas o términos, identificando los puntos que las relacionan.
	Deducción	Los hablantes realizan predicciones sobre "x" tema o situación a partir del conocimiento del que disponen. Abordan un material conocido para proponer algo nuevo/desconocido.
	Valoración	Los hablantes dan su opinión personal sobre un tema, por ejemplo, elogiándolo calificándolo o recomendándolo. Por un lado, existe la valoración que se apoya en subjetividades y sentimientos, y por otro, la valoración respaldada con lógica y argumentos.
	Invencción	Los hablantes emplean su creatividad para crear contenido nuevo a partir de algo ya existente.
	Pregunta	Los hablantes plantean interrogantes sobre el tema comentado.
	Animación	Los hablantes ofrecen palabras de aliento con la intención de motivar la retroalimentación.

*Nota.* Elaboración propia basada Hennings (1975), como se citó en Hernández (2019), Garza (1978), Guarín (2018), Savignano (2024) y Sánchez (2004).

### 3.3.2. Control vocal: Estímulos vocales

Abarca la forma en la que se dicen las palabras. Está determinada no sólo por el contexto sino también por el estado de ánimo de los involucrados en la comunicación, por ejemplo, una persona enojada tendera a hablar con un volumen alto (Hennings, 1975, como se citó en Hernández, 2019). El emisor/codificador que tiene control vocal controla el modo en el que pronuncia su mensaje con el propósito de mantener la atención del receptor/decodificador.

**Tabla 4**

*Estímulo vocal y sus subcategorías*

Subcategoría 1	Subcategoría 2	Descripción
Volumen  Es la fuerza con la que se expresa el sonido. Es un aspecto vital para transmitir emociones con la voz, la cual puede presentarse de tres maneras distintas en una conversación.	Alto	Elevación de la voz. Se recomienda cuando se busque emitir una idea emocionante o apasionada.
	Medio	Voz intermedia. Es un poco más alta que la emitida en una conversación normal. Este es el tipo de volumen más empleado, además del más adecuado para lograr un alcance significativo. No se recomiendan los extremos, ni una voz demasiado baja ni una demasiado alta.
	Bajo	Descenso de la voz. Se recomienda cuando se busque dar importancia a una idea, debido a que los oyentes suelen prestar atención inconsciente e instintivamente a un mensaje en volumen bajo.

Velocidad	Rápida	Se presenta cuando se pronuncian más de 190 palabras por minuto. No se recomienda emplearla cuando la información transmitida es compleja, ya que podría ocasionar la falta de comprensión por parte del receptor/decodificador.
Es la rapidez con la que un individuo pronuncia las palabras. Para descubrir el nivel de velocidad de una persona, es necesario contar la cantidad de palabras que articula por minuto.	Media	Se presenta cuando se pronuncian entre 170 y 190 palabras por minuto. Mientras más rápido se hable, menos complejo debe ser el mensaje para su correcta comprensión.
	Lenta	Se presenta cuando se pronuncian menos de 170 palabras por minuto. Al emplear este tipo de velocidad, se corre el riesgo de que el receptor/decodificador pierda el interés en la conversación.
	Coherencia	Destreza de construir y emitir ideas verbales con sentido, es decir, de forma organizada, clara y precisa.
Fluidez	Repetición	Reiteración de una idea. Es reproducir, en parte o completamente, un mensaje emitido con anterioridad con posibles cambios en la velocidad, fluidez, volumen, tono, etc.
Es la habilidad de mantener un diálogo claro y confiado a través de la conexión entre frases de forma espontánea sin que haya una interrupción prolongada o incómoda de las ideas.	Muletillas	Palabras que distraen al receptor/decodificador de la conversación al ser repetidas constantemente. Son palabras "muletillas" en la comunicación oral debido a que ayudan al emisor/codificador a hilar frases e ideas, no obstante, abusar de ellas puede causar que el mensaje se pierda. Algunos ejemplos son: este, ahhh, eh, o sea, bien, etc.

	Pausas	Son pausas silenciosas en el habla. Conocidas también como momentos de transición que determinan algún cambio en la conversación.
Tono	Formal	Es cortés, educado y profesional. Tiende a recurrir a la seriedad y la calma.
	Informal	Es relajado, amistoso y desenvuelto. Tiende a recurrir al humor y a la emotividad, por ejemplo, hablar con exclamaciones.
	Dominio	Es el descenso de la voz. Transmite firmeza y seguridad.
	Indecisión	Es el ascenso de la voz. Transmite interrogación y duda.

*Nota.* Elaboración propia basada en Hennings (1975), como se citó en Hernández (2019), León (2019), Centro Virtual Cervantes (s.f.), Bayo (2022), como se citó en Rodero (s.f.), Castellero (2017), Farías (2024), Garcés (2004), Juegas (2019), Rebollo (1997), English Al Fresco (2023) y Pérez, H.M., Pérez, J.M., López, L. y Caballero, C. (2013).

### 3.3.3. Control corporal: Estímulos físicos

Comprende las expresiones corporales y faciales que complementan y refuerzan los significados a nivel emocional y cognitivo de la comunicación verbal. Los movimientos y gestos deben ser espontáneos, puesto que si se planean se pierde la autenticidad del mensaje (Hennings, 1975, como se citó en Hernández, 2018). El emisor/codificador con control corporal mantiene una correspondencia entre su lenguaje verbal y no verbal para evitar disonancia en el receptor/decodificador.

**Tabla 5**

*Estímulo físico y sus subcategorías*

Subcategoría 1	Subcategoría 2	Subcategoría 3	Descripción
Expresión corporal  Es un lenguaje no verbal consciente o inconsciente que busca expresar a través del cuerpo humano pensamientos, estados de ánimo y sentimientos que no se pueden o quiere demostrar con palabras.	Posturas	Apertura	Posición abierta. Cuando una persona se abre en la comunicación sin interponer obstáculos corporales al emplear posturas como mostrar el rostro o mantener la espalda recta.
	Demuestra el modo en que el cuerpo se comporta en relación con su ambiente.	Represión	Posición cerrada. Cuando una persona se cierra en la comunicación al emplear obstáculos corporales como cubrir parte del rostro o cruzar los brazos.
	Movimientos de manos	Positivos	Expresiones de sentimientos, emociones y pensamientos positivos por medio de los gestos manuales.
	Gestos que muestran lo que la mente piensa. Es una representación física de lo		

	psíquico. Dan una pista de los sentimientos y emociones y del hablante.	Negativos	Expresiones de sentimientos, emociones y pensamientos negativos por medio de la gestualidad manual.
		Sincronización	Cuando dos acciones ocurren al mismo tiempo o se ajustan a cierto orden.
	Movimientos de cabeza  Comunican emociones, las cuales suelen entenderse únicamente incluso sin contar con información verbal o de otras expresiones no verbales.	Refuerzo	Es la presencia o ausencia de un estimulante que aumenta o reduce la posibilidad de que un comportamiento ocurra.
		Estímulo	Aquello que induce a una acción determinada. Es la incitación para realizar una acción.
		Desánimo	Disminuir o quitar por completo las ganas o motivaciones de una persona de llevar a cabo cierta acción.
Expresión facial	Mirada		
Es la principal vía de transmisión del lenguaje no verbal. Es la representación física y externa de las emociones a través del	Involucra la observación por medio de la vista de un hecho, objeto o persona.	Atenta	Implica prestar atención a algo o alguien, lo cual lleva a percibir ciertos aspectos que enriquecen la conversación.

rostro, brindado o bloqueando información a los interlocutores.	Distraída	Implica evitar el contacto visual con los interlocutores, lo que da la sensación de que no se es capaz de mantener la atención en la conversación.
Gestos Movimientos, en este caso del rostro, que ayudan a revelar o potenciar un pensamiento o emoción.	Inexpresivo	Ausencia de movimientos físicos en el rostro que delaten emociones.
	Expresivo	Manifestación física de los afectos en el rostro, logrado gracias a la intención de dar a conocer un mensaje.

*Nota.* Elaboración propia basada en Hennings (1975), como se citó en Hernández (2019), Campaña et al. (2016), García (2012), Cerrada (2007), Bang (2020), Livingstone y Palmer (2015), Pérez (2022), Clínica Universidad de Navarra (2023), Real Academia Española (s.f.), El Colegio de México (s.f.), Olvera et al. (2019), Ucha (2012), Mateos (2016), Lora (s/f), Gudiña (2023) y Ministerio de Educación (s.f.).

### 3.3.4. Control de la situación: Estímulos situacionales

Involucra el contexto y el aspecto en el que se origina la comunicación, ofreciendo información sobre el ambiente y los individuos en el (Hennings, 1975, como se citó en Hernández, 2019). El emisor/codificador que tiene control de la situación es consciente de los elementos que lo rodean y de las herramientas y materiales con los que cuenta para dinamizar su entorno y potenciar su mensaje.

**Tabla 6**

*Estímulo situacional y sus subcategorías: Aspecto*

Subcategoría 1	Subcategoría 2	Subcategoría 3	Descripción
Aspecto  Apariencia del que se habla (el sujeto y los objetos que lo rodean). Ayuda a que el receptor obtenga información del emisor.	Ambiente de fondo (Espacio)	Natural abierto	Lugares amplios sin límites específicos como parques o plazas.
		Natural cerrado	Lugares con dimensiones limitadas como habitaciones, salones de clases, cubículos de trabajo, bibliotecas, etc.
	Entorno (real o artificial) que se puede presenciar detrás del interlocutor.	Artificial abierto	Plantillas establecidas por la plataforma de videollamada. Son simulaciones de espacios abiertos como bosques, playas o parques.
		Artificial cerrado	Plantillas establecidas por la plataforma de videollamada. Son simulaciones de espacios cerrados como aulas de clase, recámaras, salas de estar, oficinas, etc.
		Artificial de fondo neutro	Plantillas establecidas por la plataforma de videollamada. Son simulaciones de fondos de un sólo color o con patrones de diseño.

	Difuminación	Sólo se visualiza la figura de la persona frente a la cámara, ya que el espacio detrás está desenfocado e indefinido.
	Excelente	La imagen es perfectamente clara y nítida durante el tiempo que la cámara permanece prendida.
Calidad de imagen  Nivel de nitidez y claridad de la imagen de los interlocutores al prender su cámara.	Buena	La imagen es clara y nítida la mayor parte del tiempo que la cámara permanece prendida.
	Regular	La imagen oscila entre ser clara/nítida y borrosa durante el tiempo que la cámara permanece prendida.
	Mala	La imagen se traba y es borrosa durante el tiempo que la cámara permanece prendida.
	Propio	Nombre real de la persona que entra y participa en la videollamada.
Nombre de usuario  Nombre con el que la persona se da a conocer a través de su cuenta en línea. Aparece junto a la imagen de perfil.	De otra persona	Nombre real de una persona distinta a la que entra y participa en la videollamada.
	Empresa o institución	Nombre de un organismo que puede compartir o no relación con la persona que entra y participa en la videollamada.
	Sobrenombre	Apodo de la persona que entra y participa en la videollamada.

Imagen de perfil	Persona	Fotografía de una persona real que puede o no ser la persona que entra y participa en la videollamada.
Fotografía, dibujo, pintura, ícono, etc. que aparece en una cuenta en línea que sirve como reconocimiento visual de la persona detrás de la pantalla.	Objeto	Artefacto o instrumento. Un algo inanimado.
	Paisaje	Escenario abierto como un cumulo de edificios o un campo de flores que puede ser real o no.
	Personaje ficticio	Figura perteneciente a alguna historia ficticia.
	Animal	Imagen real o creada de un animal.
	Predeterminado	Sin imagen de perfil.
Micrófono	Encendido	Micrófono prendido. Indica que el emisor se encuentra activo en la comunicación.
Estado en el que se encuentra el micrófono durante la videollamada. La función se sitúa en la parte baja de la pantalla.	Apagado	Micrófono desactivado. Indica que el emisor opta un papel pasivo en la comunicación. Se convierte en receptor al ceder la palabra.
Sonidos de fondo	Silencio	Es el “arte de callar” o la capacidad de saber escuchar. Es una parte esencial del proceso comunicativo al ser inherente al lenguaje humano.
Son ondas acústicas que viajan por el aire y son captadas por el oído humano. Al estar de fondo, ocurren al mismo tiempo que un sonido principal, que en este caso es la voz conversacional.	Música	Manejo de los sonidos siguiendo parámetros de ritmo, armonía y melodía con el propósito de conseguir composiciones estéticas.

---

Ruido

Interferencia que dificulta el intercambio claro de información y el entendimiento del mensaje. Existen 4 tipos de ruido: físico, psicológico, fisiológico y semántico, siendo sólo de interés el primero, el cual es una obstrucción externa al emisor y receptor.

---

*Nota.* Elaboración propia basada en Hennings (1975), como se citó en Hernández (2019), Biblioteca Complutense (2020), Coluccio (2022), Taípe (2016), Pirela (2024) y Rojas (2023).

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.  
México.

Tabla 7

*Estímulo situacional y sus subcategorías: Contexto*

Subcategoría 1	Subcategoría 2	Subcategoría 3	Descripción
Contexto  Elementos que rodean el mensaje y por ende lo complementan. Ofrece información del entorno en el que se desarrolla la comunicación.	Uso de plataforma  Comprende la utilización de las funciones que brinda la plataforma de videollamada.	Compartir pantalla	de Consiste en ofrecer una vista del contenido de la pantalla del dispositivo con todos los participantes de la videollamada.
		Comentarios	Expresiones escritas realizadas a través del chat virtual de la plataforma.
		Emojis	Símbolos pequeños que tienen la función de representar visualmente las ideas, pensamientos, emociones, situaciones, etc. del emisor.
		Reacciones	Insignias que se presentan de forma temporal en la pantalla al resto de participantes con el objetivo de comunicar ciertas ideas, por ejemplo, suele utilizarse el signo de una mano levantada para indicar que se está pidiendo la palabra.
		Pizarras digitales	Recurso tecnológico interactivo y colaborativo que permite escribir y dibujar sobre la pantalla, fungiendo a modo de pizarrón a distancia para todos los participantes en la videollamada.

	PowerPoint	Programa de Microsoft que permite crear presentaciones, ya sea desde cero o a partir de plantillas prediseñadas.
	Word	Programa de Microsoft de procesamiento de texto que sirve para crear documentos de texto.
Herramientas	Excel	Programa de Microsoft de hojas de cálculo destinado para crear cálculos, gráficos, tablas dinámicas, etc.
Instrumentos (en este caso programas) que permiten realizar ciertas actividades o mejora su procedimiento. Su objetivo es facilitar el desarrollo de un trabajo <sup>44</sup> .	PDF	Formato de documento portátil que se utiliza para visualizar todo tipo de documento electrónico.
	EPUB	Formato de archivo que permite visualizar documentos electrónicos con los que se puede interactuar fácilmente.
	Hipervínculos	Mejor conocidos como links, enlaces o vínculos, son las redirecciones unidireccionales a otros documentos digitales o a diferentes partes del mismo.
Materiales		
Recursos físicos o electrónicos (producidos, distribuidos y aplicados con Tics) que facilitan la comprensión significativa de un tema.	Textos	Formato para presentar contenido digital escrito compuesto por signos alfabéticos y numéricos.
	Videos	Formato para presentar contenido digital audiovisual compuesto por secuencias de imágenes en movimiento acompañadas de sonido.

Imágenes	Formato para presentar contenido digital visual compuesto por píxeles que establecen el nivel de calidad de la fotografía, dibujo, etc.
Audios	Formato para presentar contenido digital sonoro compuesto por música, grabaciones de voz, podcasts, etc.

*Nota.* Elaboración propia basada en Hennings (1975), como se citó en Hernández (2019), Biblioteca Complutense (2020), Del Campo (2023), Soporte de Google (2024), Ciller (2022), Pérez (2021), Microsoft (2023), Infobae (2022), IONOS (2019), Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (INTEF, 2014) y Centro de Investigación para el Aprendizaje Digital (CIAD, s.f.) y Uribe (2023).

Conviene subrayar que los estímulos abordados anteriormente están entrelazados en el proceso de comunicación; si uno se presenta, es probable que, al mismo tiempo, también lo haga al menos uno más. Hennings (1975), como se citó en Hernández (2019), señala que la comunicación no verbal (estímulo físico y situacional) complementa y potencia la comunicación verbal (estímulo verbal y vocal).

Si no se presta atención a ambos tipos de comunicación, se estará perdiendo una cantidad considerable de información que el interlocutor transmite de forma consciente o inconsciente.

Por otra parte, Hennings no sólo plantea la presencia de cuatro estímulos en su Modelo comunicativo. Además, a su propuesta teórica añade tres elementos que autores como Osgood y Schramm (1954) y Barnlund (1970) ya habían establecido: el mensaje, el emisor como decodificador y el receptor como decodificador.

**Tabla 8***De emisor a decodificador*

<b>Codificador</b>	<b>Emisor</b>	<b>Receptor</b>	<b>Decodificador</b>
Escoge los signos propicios para componer el mensaje.	Envía el mensaje.	Recibe el mensaje.	Interpreta los signos que componen el mensaje.
<b>Emisor-Codificador</b>		<b>Receptor-Decodificador</b>	
Crea y expresa información mediante palabras, imágenes, gestos, sonidos, etc.		Obtiene y descifra información presentada en forma de palabras, imágenes, gestos, sonidos, etc.	

*Nota.* Elaboración propia basada en López (2017).

En resumen, siguiendo la descripción de Comunicare (2019), el emisor codifica un mensaje y lo envía por medio de estímulos verbales, vocales, físicos y situacionales a un receptor, quien, de igual manera, decodifica y responde al mensaje (se convierte en emisor) por medio de los estímulos ya mencionados. Así pues, Hennings declara que los estímulos comunicativos determinan la forma en la que se emite y recibe el mensaje.

## **Capítulo IV. Referentes del objeto de estudio**

En este apartado se presenta información detallada de los CLVSP “Ribeyro Virtual” y “Bahía Blanca” dividida en cuatro partes: Antecedentes, Funcionamiento, Características y Organigrama. Esto debido a que, antes de analizar al objeto de estudio de forma práctica, primero es necesario conocer la historia que lo rodea y que constituye su identidad para comprender con más precisión las razones de su comportamiento.

### **4.1. Club de Lectura Virtual Sincrónico Público: Ribeyro Virtual**

El Club de Lectura Ribeyro Virtual es un espacio en internet con presencia en redes sociales cuyos integrantes se reúnen cada semana de forma sincrónica por medio de la plataforma de videollamada Google Meet para comentar un cuento previamente leído que sigue una temática determinada. Las sesiones tienen una duración aproximada de una hora o una hora y media y son de entrada libre y gratuita.

#### **4.1.1. Origen y evolución**

En 2021, surgió en Perú La Red de Bibliotecas Ayacucho, una institución sin fines de lucro con el propósito de conectar a las bibliotecas de la zona para “estandarizar procesos y acuerdos en pro del fomento de la lectura y brindar mapeo, diagnóstico, asesoramiento, equipamiento de bibliotecas, ludotecas, archivo, etc., contribuyendo el fomento de investigaciones, reconstrucción de la identidad y revaloración del patrimonio cultural material e inmaterial” (Pebe, 2022, párr.7).

En vista de lo anterior, La Red de Bibliotecas Ayacucho ofrece desde su fundación una serie de cursos, talleres, tertulias y clubes de lectura, entre los que se encuentra el Club de Lectura Ribeyro, creado el 8 de octubre del 2018 en la Biblioteca Luis Guillermo Lumberras del Centro Cultural de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga (UNSC), aunque después fue anexado a La Red junto a la Fundación de Educación y Desarrollo de España.

Tiempo después de su surgimiento presencial en Perú, el club comenzó actividades en línea coordinadas desde Chile y con el apoyo del Grupo de Conversación

Literaria “Más allá de las letras” (MAL), dando lugar al Club de Lectura Ribeyro Virtual, el cual obtuvo su auge durante la pandemia por Covid-19.

Hasta el momento, el club ha estado conformado principalmente por usuarios de Perú, Chile, Bolivia, Argentina, México, Paraguay, Colombia, Ecuador, Brasil, El Salvador y Costa Rica.

#### **4.1.2. Conformación de una identidad**

El Club de Lectura Ribeyro Virtual cuenta con una serie de elementos que conforman su identidad. Si bien no se encontró información recabada en un solo lugar al respecto, a continuación, se presenta la que pudo recogerse a partir de diversas búsquedas en internet. Al final, se logró conocer el significado del nombre del club, la evolución de sus logos y el objetivo de sus actividades.

#### **4.1.3. Significado del nombre**

El club lleva su nombre en honor al escritor peruano Julio Ramón Ribeyro (1929-1994), personaje importante de la Generación del 50 (escritores que abordaron en sus textos literarios el impacto de la modernización en la Lima de aquellos años). Igualmente, es reconocido como uno de los mejores cuentistas hispanoamericanos del siglo XX, a tal punto que en 1994 recibió el Premio de Literatura Latinoamericana y del Caribe Juan Rulfo (Fernández y Tamaro, 2004).

#### **4.1.4. Logo**

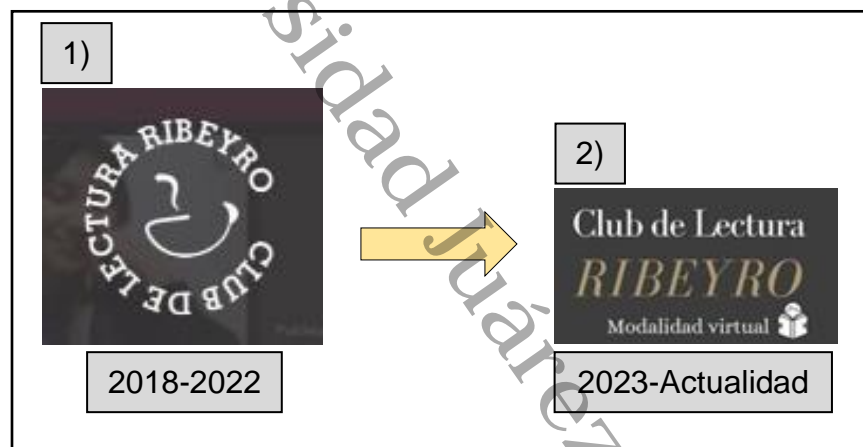
Desde su fundación, el club ha contado con dos logos, los cuales representaron el paso del formato presencial al virtual:

- 1) Del 2018 al 2022, el diseño fue un semicírculo conformado por las letras en mayúsculas “CLUB DE LECTURA RIBEYRO” y dentro se encontraba una taza de café de estilo minimalista.
- 2) Del 2023 hasta el día de hoy, el diseño es un rectángulo en el que predominan las letras por sobre la imagen. Contiene las palabras “Club de Lectura”, “RIBEYRO”

y “Modalidad virtual” en distintos tamaños junto a un icono pequeño minimalista de una persona leyendo.

**Figura 11**

*Logo del Club Ribeyro Virtual*



*Nota.* Elaboración propia.

#### 4.1.5. Objetivo

El objetivo del club, de acuerdo a un post de Facebook de la página [Red de Bibliotecas Ayacucho](#), consiste en:

Recuperar espacios de comunicación y promover el acceso a la educación, donde la narración, el debate, coloquios y talleres serán el hilo conductor hacia la iniciación, motivación y aprendizaje de las humanidades, en el que se puede disfrutar de lectura individual y grupal, así como de dinámicas y tertulias artísticas basadas en piezas literarias, cine, música y conversaciones espontáneas que amplían nuestro conocimiento.

#### 4.1.6. Funcionamiento

- El coordinador realiza la selección de tres a cuatro cuentos de acuerdo a una temática determinada que se discutirán a lo largo de un mes, en un día entre semana (en su mayoría los miércoles) y en horario vespertino.

- Se difunden las actividades del club a través de flyers publicados en las redes sociales del grupo MAL: [Mas Alla Letras Latinoamerica](#) en Facebook, [grupo mal](#) en Instagram, [Grupo de Conversación Literaria M.A.L.](#) en Twitter y [grupo mal](#) en Tik Tok. Los flyers suelen contener la siguiente información:

**Figura 12**

*Elementos de un Flyer del Club Ribeyro Virtual*

**PROGRAMA JULIO 2023**  
**Relatos PERUANOS 1**

SA 01-07-23 15:00 horas  
 Conversatorio con Teresa Ruiz Rosas Premio nacional de literatura 2020

MI 05-07-23 20:00 horas  
 Análisis del relato "De color modesto" de Julio Ramón Ribeyro

MI 12-07-23 20:00 horas  
 Análisis del relato "La casa muerta" de Alina Gadea

MI 19-07-23 20:00 horas  
 Análisis del relato "Duelo de caballeros" de Ciro Alegría

MI 26-07-23 20:00 horas  
 Análisis del relato "La muñeca" de Jennifer Thorndike

SA 29-07-23 15:00 horas  
 Conversatorio con Karina Pacheco Medrano Premio nacional de literatura 2022

CONDUCE:  
 EDUARDO  
 IGNACIO  
 OPAZO

1. Mes, año y temática

2. Día, mes, año, hora, lectura a comentar y autor de la misma

3. Mediador y coordinador

4. QR con los links a las sesiones virtuales

5. Logos de:  
 a) Club Ribeyro Virtual  
 b) Grupo MAL  
 c) La Red de Bibliotecas Ayacucho

*Nota.* Elaboración propia.

- Se envía información relevante (link a una carpeta de Google Drive con los archivos de las lecturas, contenido sobre los autores a comentar, links a las sesiones de Google Meet, etc.) por medio del grupo de WhatsApp del club.
- Los integrantes y el coordinador entran y participan en las sesiones virtuales de la plataforma Google Meet.
- El coordinador graba las sesiones virtuales para su transmisión en vivo a través del canal de YouTube [Grupo de Conversación Literaria M.A.L.](#) Cabe resaltar que, en un inicio, las sesiones se subían al canal de [Bibliotecas Ayacucho](#), por lo que allí se pueden encontrar las primeras sesiones grabadas que abarcan todo el año de 2022.

#### 4.1.7. Características

- **Temáticas definidas:** Cada mes, se leen y comentan cuentos que se entrelazan a partir de un denominador común, el cual puede ser desde el género literario o la región geográfica en la que fueron escritos hasta un tema muy específico, por ejemplo, en agosto de 2022 la temática fue “Relatos estilo flujo de la consciencia”, en mayo de 2023 fue “Relatos brasileños” y en julio de 2024 fue “Relatos de avaricia”.
- **Ampliación de las opiniones:** En una charla virtual con el coordinador, este señaló que durante las sesiones “se justifican las opiniones de los sentimientos que causan los textos” y se “politiza la discusión”.
- **Publicación de las sesiones virtuales:** A diferencia de otros CLVSP, en Ribeyro Virtual las sesiones están abiertas a quien quiera que desee escucharlas y/o verlas. Esto con el propósito de dar difusión al club y motivar a las personas a participar, así como para tener constancia de las actividades y brindar una opción de participación a los integrantes que no pudieron asistir a una determinada sesión.
- **Poca rigidez:** Si bien es el coordinador quien elige las temáticas, las lecturas y los horarios, el resto de los integrantes del club puede hacer sugerencias sobre dichos aspectos que serán tomadas en cuenta. Asimismo, no hay compromiso para leer y participar, puesto que, si los integrantes no pudieron realizar la lectura, son libres de entrar como oyentes. También son libres de salirse de las sesiones cuando lo deseen.
- **Actividades adicionales:** A parte de las sesiones de discusión de las lecturas, se han llevado a cabo presentaciones de libros y encuentros virtuales con autores de habla hispana cuya obra se ha abordado con anterioridad en el club para conversar sobre las mismas.

**Figura 13**

*Flayer de conversación con autora del Club Ribeyro Virtual*

Club de Lectura  
**RIBEYRO**  
Modalidad virtual

**CONVERSACIONES DESDE EL M.A.L.**

Te esperamos  
**sábado 03 de junio**

A las **17:00 horas** (Hora de Perú)

Vía Meet

**INVITADA ESPECIAL**  
*La destacada escritora brasileña*  
**NATALIA BORGES POLESSO**

CONDUCE:  
EDUARDO  
IGNACIO  
OPAZO

Logo: Grupo de Conversación Literaria "MAL" (Más Allá de las Letras)

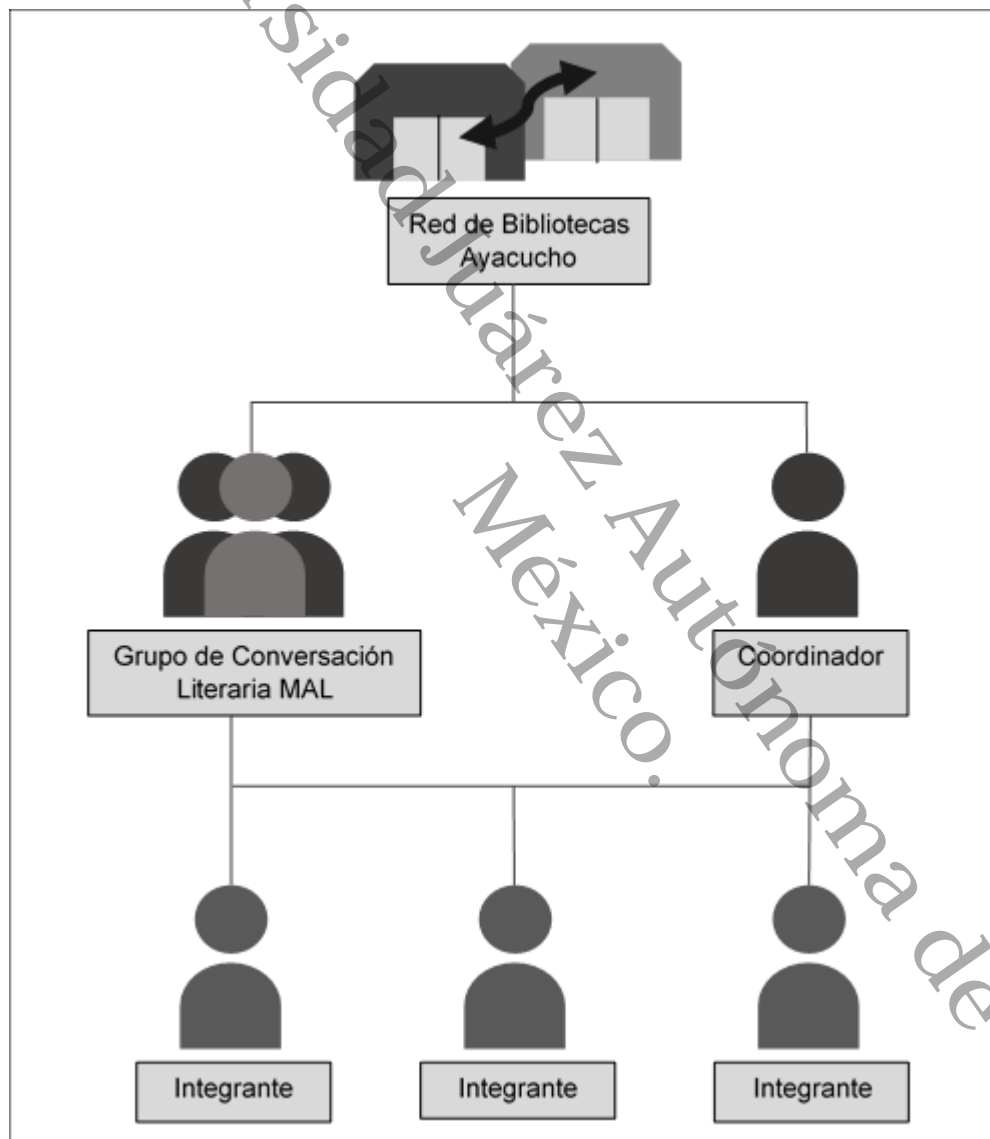
QR code

*Nota.* Las charlas con los autores se realizan los sábados en un horario vespertino para no interferir con las actividades normales del club. Imagen extraída de la página de Facebook del club.

#### 4.1.8. Organigrama

Figura 14.

Organización del Club Ribeyro Virtual



Nota. Elaboración propia.

## **4.2. Club de Lectura Virtual Sincrónico Público: Bahía Blanca**

El Club de Lectura Bahía Blanca es un espacio en internet con presencia en redes sociales cuyos integrantes se reúnen cada mes de forma sincrónica por medio de la plataforma de videollamada Zoom para comentar un texto de ficción o no ficción previamente leída. Las sesiones tienen una duración aproximada de dos horas y son de entrada libre y gratuita.

### **4.2.1. Origen y evolución**

En julio de 2020, surge en Argentina el Club de Lectura Bahía Blanca a raíz de un post en Facebook en el que una usuaria invitaba a participar a quien quisiera a un encuentro gratuito de conversación literaria online con el propósito de, en sus palabras: “generar un espacio de cercanía en pandemia” (el digital de bahía, 2023, párr.3). A partir de ese momento, los integrantes aumentaron en cantidad, crearon sus propias dinámicas y se consolidaron como una comunidad virtual que siempre está abierta a recibir a personas nuevas sin condiciones salvo el respeto mutuo.

Para 2021, el club contaba con quince integrantes constantes durante las sesiones virtuales (el digital de bahía, 2021), no obstante, la cifra en 2023 pasó a ser de entre cinco a 10 integrantes (el digital de bahía, 2023), esto debido probablemente al levantamiento de la pandemia por covid-19 que sucedió en ese año y que liberó a la sociedad del confinamiento y por ende, de sus actividades virtuales.

Luego del levantamiento del confinamiento, el club contempló la posibilidad de realizar sesiones presenciales, aunque la idea no se ha concretado hasta la fecha. Actualmente, los encuentros virtuales han permitido la reunión de personas sobre todo de distintos lugares de Argentina y de otros países latinoamericanos como Chile, México, Nicaragua, Brasil e incluso de otros sitios más alejados como Ucrania.

#### **4.2.2. Conformación de una identidad**

El Club de Lectura Bahía Blanca cuenta con una serie de elementos que conforman su identidad. Si bien no se encontró información recabada en un solo lugar al respecto, a continuación, se presenta la que pudo recogerse a partir de diversas búsquedas en internet. Al final, se logró construir el significado del nombre del club, su logo y el objetivo de sus actividades.

#### **4.2.3. Significado del nombre**

A pesar de ser un espacio virtual, el club lleva el nombre del sitio geográfico en el que radicaban los primeros integrantes al momento de su creación: Bahía Blanca, una ciudad portuaria, comercial, industrial, deportiva y cultural de la provincia de Buenos Aires (suroeste de Argentina) fundada en 1828. El lugar alberga centros importantes a nivel nacional como la Biblioteca Popular Bernardino Rivadavia o la Casa de la Cultura. Así pues, Bahía Blanca es considerada apta para encuentros culturales, deportivos y comerciales (Universidad Católica de La Plata, [UCALP], 2018).

#### **4.2.4. Logo**

Desde su fundación, el club ha contado con un diseño equilibrado que fusiona la tipografía conformada por el nombre del club en letras mayúsculas y en distintos tamaños junto a un símbolo sencillo de un libro abierto. Ambos elementos se encuentran separados, sin embargo, funcionan como un todo armonioso.

**Figura 15**

Logo del Club Bahía Blanca



Nota. Elaboración propia.

#### 4.2.5. Objetivo

El objetivo principal del club, de acuerdo a lo expuesto en el digital de bahía (2021), consiste en: “generar un espacio de encuentro, donde podamos hablar de libros y compartir esta experiencia que casi siempre es privada, construyendo un lugar donde socializar” (párr.3).

#### 4.2.6. Funcionamiento

- Los integrantes del club proponen libros y votan por ellos a través de la plataforma Padlet, el cual es un muro, de acuerdo a García (2019), donde las personas pueden escribir, subir archivos y, en general, trabajar de forma colaborativa. El libro más votado es el elegido para ser leído y discutido una vez al mes en horario vespertino.
- Se difunden los *flyers* con información de las próximas lecturas y los horarios de reunión por medio del grupo de WhatsApp del club y sus redes sociales: [clubdelectura.bahia](https://www.instagram.com/clubdelectura.bahia) en Instagram y [Club de lectura Bahía](https://www.facebook.com/Club.de.lectura.Bahia) en Facebook.

Figura 16

Elementos de un Flyer del Club Bahía Blanca

The flyer is titled 'PRÓXIMO ENCUENTRO' and features a background illustration of a coastal scene with a boat and a house. It includes a portrait of the author, Guadalupe Nettel, and the book cover for 'El matrimonio de los peces rojos'. The meeting is scheduled for '01 de abril 19 hrs' and will be held 'Por Zoom'. A 'CLUB DE LECTURA' logo is also present.

1. Nombre de la autora
2. Día, mes, hora y plataforma de reunión
3. Foto de la autora
4. Título de la obra
5. Portada del libro
6. Logo

Nota. Elaboración propia.

Figura 17

Cuenta de Instagram del Club Bahía Blanca

The screenshot shows the Instagram profile for 'clubdelectura.bahia'. The profile has 306 publications, 2979 seguidores, and 7551 seguidos. The bio identifies it as a 'Club social' that is 'Autogestivo, horizontal y gratuito', with the purpose of 'Hablar de literatura, colectivizar las experiencias, aprender de los demás es lo que... más'. The website link is 'linktr.ee/clubdelectura.bahia'. Below the bio, there are seven featured posts with circular thumbnails: 'Libros viajeros', 'Matate amor', 'La hija única', 'Las cosas...', 'Las primas', 'Distancia', and 'Temporada'. The main feed shows three posts: a book cover for 'Isabel Zapata Alberca vacía', a painting by Agustina Bazterrica titled 'Las indígenas', and a painting by Juan José Saer titled 'Creatrices'.

Nota. Imagen extraída de la página de Facebook del club.

- Se envía información relevante (link a una carpeta de Google Drive con los archivos de las lecturas, contenido sobre los autores a comentar, links a las sesiones de Zoom o Google Meet, etc.) al grupo de WhatsApp del club.
- Los integrantes entran y participan en las sesiones virtuales de la plataforma Zoom o Google Meet.
- Una vez dentro de la sesión, esta es grabada por uno de los miembros del club para su transmisión en vivo en el canal de YouTube [Club de lectura Bahía](#).

#### 4.2.7. Características

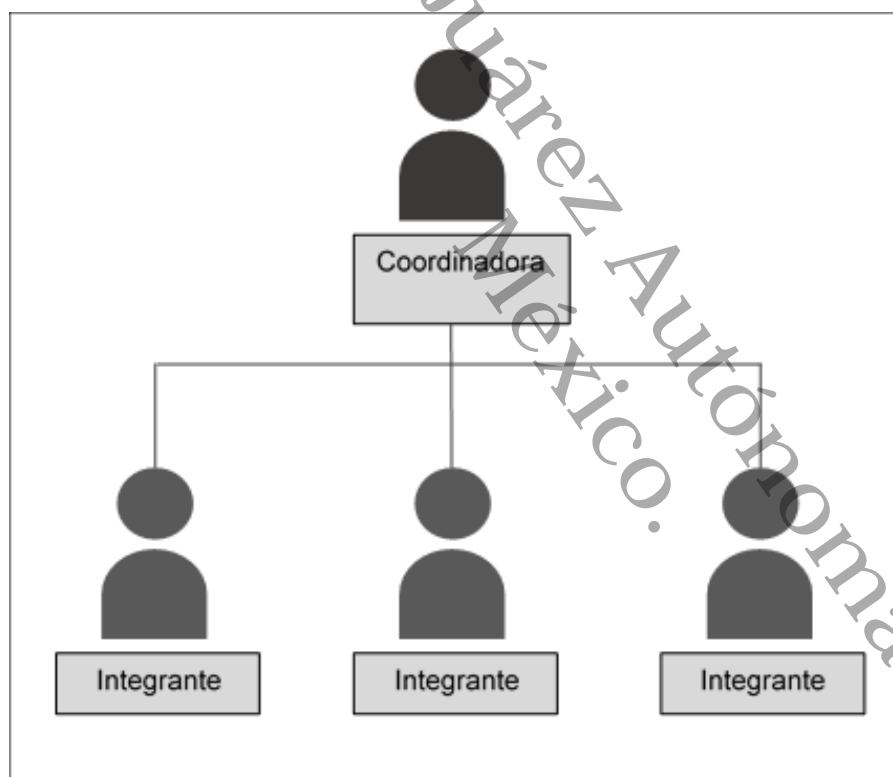
- **Diversidad de lecturas:** En el club se leen y discuten libros de todos los géneros, tanto de ficción como de no ficción. Aunque los integrantes suelen leer sobre todo novelas, no obstante, han discutido relatos cortos con el objetivo de explorar otros textos.
- **Autogestivo:** El club Bahía se gestiona a sí mismo, es decir, no está afiliado a ninguna institución política o cultural.
- **Impulsa la dinámica horizontal:** No existen los rangos jerárquicos (la creadora del club es la que tiene cierto liderazgo al coordinar las actividades), cualquier integrante es libre de proponer nuevas rutas y actividades para el club, las cuales se consideran a nivel grupal para su ejecución.
- **Publicación de contenido adicional:** Por medio de su cuenta de Instagram, el club publica contenido más allá de los *flyers* de las próximas lecturas, como las propuestas de lecturas, tops de los mejores libros del año o las frases más significativas de lo que se leyó en el mes.
- **Publicación de las sesiones virtuales:** En Bahía Blanca las sesiones virtuales son compartidas al público en su cuenta de YouTube, esto con el propósito de compartir y difundir las actividades que realizan desde el Club de Lectura, darle mayor visibilidad, fomentar la participación y la lectura compartida de textos literarios (Club de lectura Bahía, 2020).
- **Actividades adicionales:** A parte de las sesiones de discusión literaria, se han realizado encuentros virtuales con autores de habla hispana cuya obra se ha

abordado con anterioridad en el club, por ejemplo, en 2020 hicieron una charla con la autora argentina Agustina Bazterrica sobre su novela *Cadáver exquisito*, misma que fue grabado y subida a su cuenta de YouTube.

#### 4.2.8. Organigrama

**Figura 18**

*Organización del Club Bahía Blanca*



*Nota.* Elaboración propia.

### 4.3. Comparación entre Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos: Ribeyro Virtual y Bahía Blanca

A continuación, se presenta una tabla comparativa con los elementos principales que conforman cada Club de Lectura a analizar con el propósito de visualizar con más facilidad sus semejanzas y diferencias.

**Tabla 9**

*Clubes de lectura virtuales a analizar*

<b>Nombre</b>	Ribeyro Virtual	Bahía Blanca
<b>Espacios virtuales</b>	Facebook Instagram Twitter/X Tik Tok YouTube	Facebook Instagram YouTube
<b>Plataforma para encuentros virtuales</b>	Google Meet	Google Meet Zoom
<b>Miembros por sesión</b>	5-10 integrantes	5-10 integrantes
<b>Lapso de reunión</b>	Semanal	Mensual
<b>Temática de lecturas</b>	Cuentos	Libros de todo tipo. Principalmente novelas
<b>Duración de los encuentros virtuales</b>	De una hora a una hora y media	De dos horas a dos horas y media

*Nota.* Elaboración propia.

## Capítulo V. Diseño metodológico

En este apartado se fundamenta la metodología implementada para dar un orden lógico a los datos, por tanto, se detalla el tipo de investigación según los objetivos, el enfoque, el alcance, la temporalidad, el objeto de estudio, las técnicas e instrumentos de recolección de información, las técnicas de análisis de información y los protocolos correspondientes a cada técnica.

### 5.1. Tipo de investigación: objetivos del estudio, enfoque, alcance y temporalidad

Según los objetivos del estudio, este fue de tipo básico, el cual consiste en ampliar los saberes científicos de un fenómeno sin intervenir en la realidad para cambiarla (Muntané, 2010). Bajo esta lógica, tanto la pregunta general como las preguntas específicas de la investigación fueron planteadas con el propósito de averiguar ciertos aspectos del objeto de estudio, ya que no se pretendió utilizar los hallazgos con el propósito de aplicarlos.

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, que de acuerdo con Pita y Pértegas (2002), consiste en medir los datos recabados, estudiar la relación de las variables e inferir sobre toda la población al generalizar los resultados obtenidos de una muestra. En este sentido, el enfoque cuantitativo permitió alcanzar los objetivos debido a que la información fue recabada mediante técnicas que se centran en las tendencias y la probabilidad para brindar datos concretos.

En cuanto al alcance, la investigación fue de tipo exploratoria y correlacional. Por su parte, Hernández-Sampieri y Mendoza (2008) sostienen que la investigación exploratoria es el estudio de un fenómeno que se ha abordado poco o nada, por tanto, existen muchas interrogantes e investigaciones vagas sobre el tema. De igual manera, abarca problemáticas que son analizadas desde ángulos novedosos.

En este marco, se resalta que los estudios sobre CLVSP han sido insuficientes, e incluso dentro de estos, la mayoría se centran en indagar Clubes de Lectura Asincrónicos. Asimismo, suelen acercarse al fenómeno desde una perspectiva educativa, en cambio, esta investigación lo hizo desde la comunicación.

En lo que respecta a la investigación correlacional, Cazau (2006) indica que esta indaga si existe o no dependencia entre dos o más variables, de qué tipo son y hasta qué grado se impactan mutuamente. Es por esto que el alcance correlacional se ajustó al carácter causal de la hipótesis, la cual planteó que la escasa presencia de estímulos incide en la retroalimentación generada en las sesiones de dos CLVSP.

La temporalidad fue transversal, la cual, según Hnaire (2019), es aquella que recaba información en una única ocasión, pues su objetivo es “describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.16). A saber, los datos para analizar los estímulos de los CLVSP fueron recogidos por medio de dos técnicas que se implementaron en un tiempo único y determinado.

## 5.2. Objeto de estudio

En lo que respecta al objeto de estudio, Leyva y Guerra (2020) lo describen como aquello en lo que recae la investigación, eso que se va a indagar y del que se desprenderán los resultados. En este caso, los objetos de estudio fueron los CLVSP “Ribeyro virtual” (CLVSP 1) y “Bahía Blanca” (CLVSP 2), los cuales se seleccionaron a partir de una serie de cuatro criterios:

- 1) **Presencia en internet:** Los clubes de lectura cuentan con un espacio virtual que permite a los integrantes interactuar, estar al tanto de las dinámicas, enterarse de las próximas reuniones virtuales, votar por las próximas lecturas, etc. Es común que los administradores de los clubes recurran a la creación de páginas en redes sociales como Facebook o Instagram para darse a conocer.
- 2) **Uso de servicios de videollamada:** Los integrantes se reúnen cada cierto tiempo para discutir las lecturas de forma sincrónica a través de servicios como Zoom, Jitsi Meet, Discord o Google Meet.
- 3) **Registro de las sesiones:** los clubes graban y suben algunas de sus sesiones virtuales a la web, en este caso, los objetos de estudio cuentan con un espacio en YouTube para mostrar sus encuentros a futuros interesados y dejar constancia de sus actividades, lo cual permitirá un mejor control al momento de implementar el análisis de contenido.

- 4) **Constancia:** Los clubes se mantienen activos desde su creación, sólo teniendo leves períodos de descanso entre lecturas largas o en fechas conmemorativas. Este requisito es indispensable ya que muchos clubes son abandonados después de un tiempo, hecho que no sucede con los clubes a indagar.

### 5.3. Técnicas de investigación

Chodkowski et al. (2004) define a la técnica de investigación como un “método para recoger o para procesar la información una vez que se ha recogido” (p.107). Por su parte, Solórzano (2003) las divide en dos tipos:

- 1) Técnicas primarias: recaban la información directamente de las personas relacionadas con el tema de estudio.
- 2) Técnicas secundarias: obtienen datos de investigaciones hechas por otras personas y que mantienen relación con el fenómeno.

En la presente investigación se implementaron las técnicas primarias, específicamente el censo y el análisis de contenido, puesto que permitieron el acercamiento al objeto de estudio.

#### 5.3.1. El censo

Nicolini (2022) señala que un censo puede ser un instrumento concebido desde dos perspectivas: como política pública (el censo que se realiza a los integrantes de un país para conocer aspectos demográficos) y como interés científico (el censo aplicado al ámbito académico). En vista de lo anterior, este estudio recurrió a la segunda perspectiva.

Así pues, López y Fachelli (2015) describen el censo como el estudio de todas las unidades de la población, lo que disminuye la distorsión de la información, en otras palabras, se presenta el valor cierto.

No obstante, al considerar la compilación de los datos de cada unidad, el censo tiene como desventaja la inversión considerable de tiempo y recursos económicos, es por ello que se recomienda implementarlo en poblaciones pequeñas. De ahí que se haya

elegido para esta investigación, ya que, como se explicará más a detalle en el apartado 5.10. *Universo, población y muestra*, se decidió aplicar la técnica a todos los integrantes de las sesiones de los CLVSP.

### **5.3.2. El análisis de contenido**

López (2002) indica que el estudio de las ideas, significados, temas, frases, etc. en un documento se conoce como análisis de contenido. La información obtenida se intenta medir con el objetivo de constatar frecuencias en las dinámicas del objeto de estudio.

Esta técnica, según Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista (2014), puede ser de dos tipos: cualitativa o cuantitativa. Esta última fue la elegida para esta investigación debido a su enfoque, la cual es definida como aquella “que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, y los somete a análisis estadístico” (p.251).

Por otra parte, Andréu (2000) establece que existen tres tipos de análisis de contenido: temático, semántico y de redes. Este proyecto recurrió al primer tipo, entendido por el ya mencionado autor como un análisis de contenido que consiste en seleccionar ciertos conceptos o términos de un material según su frecuencia, intensidad, clasificación temática, etc., para luego contextualizarlos e interpretarlos.

### **5.4. Instrumentos de investigación**

Por cada una de las técnicas se hizo uso de un instrumento de investigación, definido por Chodkowski et al. (2004) como el medio físico que permite extraer los datos del objeto de estudio. Igualmente, Medina et al. (2023) concibe al instrumento como una herramienta que concibe cuatro objetivos:

- 1) Facilitar la recolección de información.
- 2) Afirmar la precisión y confiabilidad de lo obtenido.
- 3) Garantizar que los datos sean recogidos de forma consistente.
- 4) Incrementar la validez de las conclusiones.

En cuanto a la relación entre técnica e instrumento que suele generar confusiones al momento de plantear los límites de cada una, Herrera et al. (2020) afirma que los instrumentos son el complemento de las técnicas: “la técnica de investigación es el procedimiento (teoría) que se debe observar para elaborar el instrumento de investigación, y, el instrumento (aplicación), es la parte operativa en la cual el investigador recoge la información” (p.440).

#### **5.4.1. Cuestionario**

El instrumento empleado para llevar el censo a la práctica fue el cuestionario. Casas et al. (2003) expresa que el cuestionario es un formulario compuesto por las interrogantes que son destinadas a los sujetos de interés de la investigación. El objetivo de este instrumento es “traducir variables empíricas, sobre las que se desea información, en preguntas concretas capaces de suscitar respuestas fiables, válidas y susceptibles de ser cuantificadas” (p.152).

En concreto, el cuestionario de la presente investigación fue diseñado a partir de los elementos del Modelo Comunicativo de Hennings (1975), sin embargo, al estar destinado a grupos que desconocen dichos elementos en su dimensión teórica, tuvo que ser adaptado a las características del contexto, de modo que se sustituyeron palabras técnicas por palabras de uso cotidiano con el propósito de facilitar su comprensión.

#### **5.4.2. Matriz de análisis**

La matriz de análisis es un esquema en el que los datos se interpretan a través de la identificación de descripciones, significados, patrones, tendencias, fragmentos de testimonios, descubrimientos importantes, sugerencias de cambio, etc. La información se engloba en temáticas o categorías y se establecen relaciones (Hernández-Sampieri, et al., 2014).

Para esta investigación se construyeron cuatro matrices de análisis: una por cada estímulo comunicativo (verbal, vocal, físico y situacional), las cuales, a diferencia del cuestionario, permanecieron con los componentes técnicos propios del modelo teórico

de Hennings (1975), puesto que su llenado no estuvo a cargo de los integrantes de los clubes, sino del investigador que ya conoce la teoría.

## **5.5. Análisis de información**

Simao (2010) refiere que el análisis de información implica la organización de datos por medio del establecimiento de unidades descriptivas y categorías que permiten dar sentido a lo recabado, detectar relaciones y crear inferencias.

En particular, el análisis de información para esta investigación se realizó bajo la perspectiva de la estadística descriptiva e inferencial, lo que requirió del uso del programa Excel y la creación de tablas de frecuencia y gráficas circulares.

### **5.5.1. Estadística descriptiva e inferencial**

Según Ochoa y Molina (2018), la estadística descriptiva se limita a detallar y ordenar un grupo de datos, mientras que la inferencial da un paso más allá al extraer conclusiones del objeto de estudio a partir de la información obtenida de la muestra.

En otras palabras, “la estadística descriptiva resume la información contenida en los datos recogidos y la estadística inferencial demuestra asociaciones y permite hacer comparaciones entre características observadas” (Seoane, et al., 2007, p.466).

En este caso, la estadística descriptiva abarcó desde la organización hasta la cuantificación de los resultados en tablas y gráficos clasificados de acuerdo con los cuatro tipos de estímulos comunicativos y sus subcategorías. Esto facilitó la estadística inferencial, que comprendió la interpretación de las representaciones gráficas de la información, así como la comparación de los resultados de las dos técnicas de investigación empleadas.

### 5.5.2. Excel para el procesamiento de la información

La herramienta que se utilizó para el tratamiento de la información fue el programa Microsoft Excel. Peña (2017), señala su importancia y valor en el ámbito de la investigación, dado que permite:

- El almacenamiento de grandes cantidades de datos.
- La sistematización minuciosa de información cuantitativa.
- El ingreso, manejo y análisis de información de forma ordenada y jerarquizada.
- La elaboración de fórmulas sencillas y complejas.
- La presentación atractiva y amigable de los datos.
- La compatibilidad con otros programas.

En esta investigación, Excel permitió simplificar la implementación de la estadística descriptiva e inferencial. A pesar de no ser un programa especializado como SPSS, Excel cuenta con un grado de complejidad, además, de acuerdo con la Pontificia Universidad Javeriana (2019), es recomendable utilizarlo por sobre otros programas si el investigador todavía está adquiriendo experiencia en el procesamiento de información cuantitativa.

### 5.5.3. Identificación de variables

Núñez (2007) describe a las variables como “los constructos, propiedades o características que adquieren diversos valores. Es un símbolo o una representación, por lo tanto, una abstracción” (p.166).

Bajo dicho criterio se construyeron los instrumentos de investigación y se analizó la información recabada, debido a que los datos necesitaban ser condesados y expresados en elementos que facilitarían su entendimiento.

De igual manera, fue preciso definir en qué tipo de variable se categorizaría la información según su función. En este sentido, Cuestas (2009) sostiene que las variables pueden ser:

- Cuantitativas; datos que tienen la capacidad de ser medidos y representados con números, como la edad o el peso.
- Cualitativas; cualidades de los objetos/sujetos que no pueden ser medidos con números; en su lugar, se establece la presencia o ausencia de ellas, a saber, el género (masculino o femenino) de un grupo de alumnos.

Las variables que caracterizaron al objeto de estudio de esta investigación fueron de orden cualitativo. Asimismo, siguiendo las concepciones de Espinoza (2016) y Cienfuegos y Cienfuegos (2016), las variables cualitativas se dividen en:

- Ordinales; siguen un orden implícito entre ellas, lo que permite inferir relaciones a partir de la utilización de los signos de “mayor que” ( $>$ ) y “menor que” ( $<$ ).
- Nominales; se les otorgan códigos de identidad que corroboran o descalifican su presencia, es decir, son mutuamente excluyentes, puesto que, si una se presenta, la otra no se puede presentar.

Por ejemplo, la mayoría de las variables que se utilizaron en el cuestionario para identificar los niveles de aparición de los estímulos comunicativos en los CLVSP fueron ordinales: Siempre  $>$  Casi siempre  $>$  A veces  $>$  Rara vez  $>$  Nunca.

En cambio, la matriz de análisis estuvo conformada por variables nominales, dado que las categorías de las matrices se referían a los estímulos y sus subtipos, los cuales, al momento de la implementación del instrumento se iban seleccionando, dependiendo si estaban presentes o no en las sesiones de los clubes.

Cabe aclarar que, aunque la investigación sea cuantitativa, las variables pueden ser cualitativas (tal es el caso del presente estudio), debido a que las características de dichas variables son compatibles con la naturaleza del enfoque cuantitativo que ya se estableció en el apartado 5.3 de este capítulo a raíz de la definición de Pita y Pértegas (2002), misma que se retoma a continuación:

- Conlleva el análisis de cantidades y números: la variable cualitativa nominal implica realizar frecuencias, porcentajes y conteos en tablas (Cienfuegos y Cienfuegos, 2016).

- Estudia la relación de las variables: la variable cualitativa ordinal identifica relaciones de orden.
- Generaliza los resultados: la categorización de los datos en variables ordinales y nominales facilita la extensión de las conclusiones obtenidas a partir de una muestra a toda la población.

De igual manera, autores como Mellado (2010) y Torres (2019) incluyen a la variable cualitativa en su tipificación de variables de la investigación cuantitativa.

#### **5.5.4. Presentación de resultados: tablas de frecuencia**

Una vez recolectada la información, se procedió a ordenarla en tablas de frecuencias, definidas por Gallardo y Moreno (1999) como un medio para clasificar y sintetizar los datos que componen un subgrupo teniendo en cuenta el número de veces que se presenta cada valor.

En específico, en esta investigación se utilizaron las tablas de frecuencia para datos no agrupados, las cuales según Mayorga (2023), son aquellas que demuestran “con qué frecuencia se muestran las estadísticas sin cambiar los tamaños de las unidades originales. En estas distribuciones, cada elemento de datos conserva su identidad después de que se crea la distribución de frecuencia” (s.p.).

En cuanto a la estructura de las tablas, estuvieron sujetas a dos aspectos: 1) al tipo de variable cualitativa (ordinal o nominal) que se estaba analizando y 2) a los tipos de frecuencias que existen. En términos generales, las tablas quedaron conformadas de la siguiente manera:

**Tabla 10**

*Categorías de la tabla de frecuencias para datos no agrupados*

<b>Título</b>					
$X_i$	Frecuencia (f)	Frecuencia acumulada (fa)	Frecuencia relativa (fr)	Frecuencia relativa acumulada (fra)	Frecuencia porcentual (fp)
Cualidad que se busca analizar de forma estadística y que determina si la variable es ordinal o nominal.	Número de veces que aparece cierta cualidad en una investigación.	Suma de las frecuencias absolutas de todos los datos menores o iguales al dato estimado.	División de la frecuencia absoluta de cada dato entre el número total de datos.	Suma de las frecuencias relativas de todos los datos menores o iguales al dato estimado.	Multiplicación de la frecuencia relativa por 100.

*Nota.* Elaboración propia basada en Cabral et al. (2021).

Las tablas con cinco frecuencias, como la mostrada anteriormente, correspondieron a las variables cualitativas ordinales. Por otra parte, las tablas para las variables cualitativas nominales estuvieron constituidas sólo por tres frecuencias, en vista de que este tipo de variable no requiere de la obtención de las frecuencias acumuladas (fa) y relativas acumuladas (fra), ya que, según Aquino y Moreno (2022), al no haber un orden establecido entre los datos, no tiene sentido calcular de forma acumulada la distribución de las categorías.

### **5.5.5. Presentación de resultados: Gráficos**

Los gráficos aplicados a la investigación son “una representación visual de datos estadísticos por medio de puntos, líneas, barras, polígonos o figuras asociadas a escalas de medición, que permite una fácil comprensión de la información en su conjunto” (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2009, p.13).

La concepción anterior deja ver que existen diversos tipos de gráficos, sin embargo, la utilización de uno u otro no es arbitraria, sino que dependerá de la naturaleza de los datos y las variables.

Bajo dicho criterio, Rivas et al. (2020) señala que para la representación de variables cualitativas nominales y ordinales se recurre al gráfico circular o “de pastel”, el cual define como un “círculo que se divide en fragmentos; se presentan tantos fragmentos como categorías tiene la variable, tales fragmentos representan la parte proporcional a la frecuencia relativa o absoluta de cada uno de los atributos de la variable” (p.385).

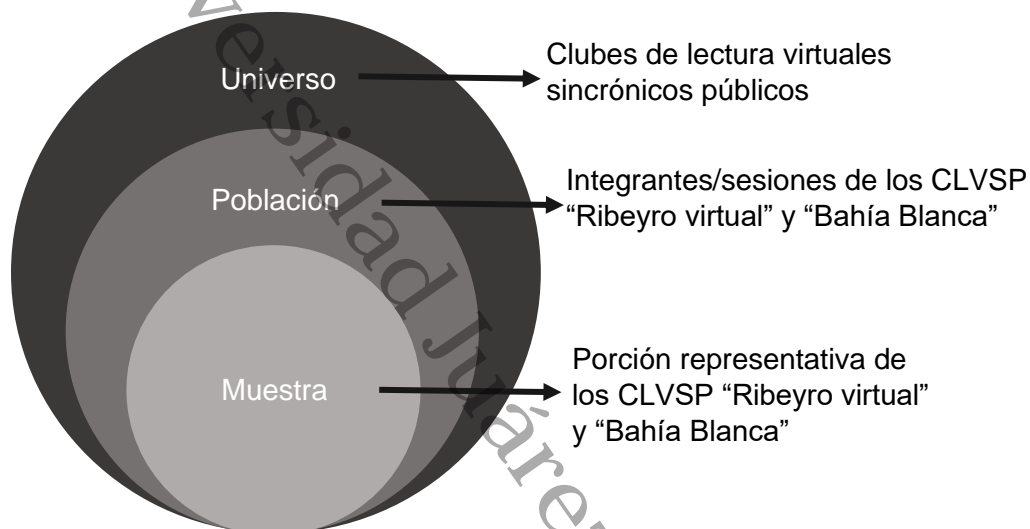
En síntesis, los gráficos circulares fueron los elegidos para representar de forma visual las tendencias de los estímulos comunicativos de los CLVSP estudiados, para lo que se recurrió a los datos de la frecuencia porcentual (fp). El apartado de presentación de resultados consistió en una tabla de frecuencias para datos no agrupados, un gráfico circular y una breve interpretación para cada variable.

## **5.6. Universo, población y muestra**

Condori (2020) hace una distinción entre universo, población y muestra: al primero lo entiende como un ente general conformado por elementos (personas, objetos, acontecimientos, sistemas, etc.) que comparten ciertas características; al segundo como una unidad de análisis que se encuentra dentro del ámbito especial que aborda la investigación; y al tercero como una porción particular de la población, un segmento con dinámicas y factores específicos.

**Figura 19**

*Universo, población y muestra del presente estudio*



*Nota.* Elaboración propia basada en Condori (2020).

### **5.6.1. Muestreo para la aplicación del análisis de contenido**

Para obtener la muestra de una población se debe llevar a cabo el muestreo, señalado por López (2004) como una técnica empleada con el objetivo de elegir una fracción del total de la población. Existen dos tipos principales de muestreo: el probabilístico y el no probabilístico, siendo este último el más adecuado para la presente investigación, mismo que se divide en diversos subtipos, de los cuales se recurrió al muestreo no probabilístico discrecional.

Westreicher (2022) explica que el muestreo no probabilístico se presenta cuando el investigador no elige aleatoriamente la muestra, lo que implica que no todos los integrantes tendrán la misma posibilidad de ser seleccionados. A saber, el muestreo no probabilístico discrecional consiste en agrupar a sujetos específicos con rasgos comunes que resultan más aptos para el estudio que el resto (Editorial Grudemi, 2019).

Para facilitar la aplicación de dicho muestreo, se conformó una tabla con las características (lectura comentada, fecha de publicación y total de duración) de todas las

sesiones publicadas de los clubes “Ribeyro virtual” y “Bahía Blanca” en sus respectivos canales de YouTube: [Bibliotecas Ayacucho](#) y [Club de lectura Bahía](#).

**Tabla 11**

*Características de las sesiones de los CLVSP “Ribeyro virtual” y “Bahía Blanca”*

<b>Ribeyro virtual (CLVSP 1)</b>			<b>Bahía Blanca (CLVSP 2)</b>		
Lectura	Fecha	Duración	Lectura	Fecha	Duración
El vestido nuevo de Virginia Woolf	11/08/22	1:30:13	Las Malas de Camila Sosa Villada	30/12/20	2:00:07
Una nubecilla de James Joyce	17/08/22	1:39:30	Temporada de huracanes de Fernanda Melchor	10/01/21	2:25:24
Una rosa para Emily de William Faulkner	25/08/22	1:52:34	Flores que se abren de noche de Tomás Downey	02/10/21	1:36:56
El calmante de Samuel Beckett	31/08/22	1:27:51	Almendra de Wonpyung Sohn	31/01/22	2:20:42
En el bosque de Ryunosuke Akutagawa	07/09/22	1:23:57	Panza de burro de Andrea Abreu	27/02/22	1:39:50
Los superjuguetes duran todo el verano de Brian Aldiss	21/09/22	1:03:34	Turistas de Hebe Uhart	28/02/23	1:55:37
De qué hablamos cuando hablamos de amor de Raymond Carver	28/09/22	2:06:30	Pelea de gallos de María Fernanda Ampuero	28/02/23	1:48:06
Una fotografía antigua de Naguib Mahfuz	05/10/22	41:23	El matrimonio de los peces rojos de Guadalupe Nettel	09/04/23	2:43:25

*Nota.* Elaboración propia.

Actualmente, el club “Ribeyro virtual” cuenta con ocho reuniones virtuales publicadas en su canal de YouTube, siendo la primera del 11 de agosto de 2022 y la última del 05 de octubre del mismo año.

Por otro lado, “Bahía Blanca” tiene un total de siete sesiones, siendo la primera del 30 de diciembre de 2020 y la última del 09 de abril de 2023.

Así pues, al momento de implementar el muestreo discrecional, se buscó que las sesiones a seleccionar de ambos clubes hubiesen sido publicadas en fechas lo más cercanas entre sí y que, al mismo tiempo, al sumar su duración completaran una cantidad de horas similares. Esto con la intención de obtener una muestra lo más homogénea posible.

Basado en lo anterior, se eligieron las tres últimas sesiones del año 2022 del club “Ribeyro virtual” *Los superjuguetes duran todo el verano de Brian Aldiss* (SLR1), *De qué hablamos cuando hablamos de amor de Raymond Carver* (SLR2) y *Una fotografía antigua de Naguib Mahfuz* (SLR3).

Igualmente se eligieron las primeras dos sesiones del año 2023 del club “Bahía Blanca” *Turistas de Hebe Uhart* (SLB1) y *Pelea de gallos de María Fernanda Ampuero* (SLB2).

Cabe aclarar que las nomenclaturas SLR (Sesión de Lectura Ribeyro) y SLB (Sesión de Lectura Bahía) corresponden a las lecturas según el club en el que se comentaron, mismas que se utilizarán más adelante en esta investigación para facilitar su referencia.

**Tabla 12**

*Implementación del muestreo discrecional según la fecha de publicación de las sesiones*

Lecturas	Fecha	Lecturas	Fecha	Diferencia
SLR1	21/09/22	SLB1	28/02/23	5 meses y 9 días
SLR2	28/09/22	SLB2	28/02/23	5 meses y 2 días
SLR3	05/10/22			4 meses y 26 días

*Nota.* Elaboración propia.

Si bien la diferencia de cinco meses entre las sesiones de uno a otro club puede parecer prolongada, la realidad es que estas fechas fueron las más aptas a considerar teniendo en cuenta que “Ribeyro virtual” comenzó a publicar dos años después que

“Bahía Blanca”, la cual compartió dos sesiones como máximo y una como mínimo en cada año que estuvo presente en YouTube desde 2020 hasta 2023.

Esto quiere decir que ambos clubes nunca coincidieron en momentos de publicación, tal como se puede observar más a detalle en la tabla 12.

**Tabla 13**

*Implementación del muestreo discrecional según la duración de las sesiones*

Lecturas	Duración	Lecturas	Duración
SLR1	1:03:34	SLB1	1:55:37
SLR2	2:06:30	SLB2	1:48:06
SLR3	41:23		
Total	<b>3:51:27</b>		<b>3:43:43</b>

*Nota.* Elaboración propia.

En un principio se eligieron dos sesiones de cada club, sin embargo, la suma de la duración era desigual por una hora de parte de “Ribeyro virtual”, así que, con la intención de eliminar la diferencia, se tomó en cuenta una sesión más de corta duración.

Al final, se analizaron casi cuatro horas de reuniones por club. Cabe aclarar que, de forma no intencionada, las sesiones seleccionadas resultaron ser las más recientes, lo que supuso la ventaja de acercarse a una realidad más actual.

**Tabla 14**

*Población y muestra de las sesiones de los CLVSP 1 y 2*

	Población	Muestra
Ribeyro virtual	8	3
Bahía Blanca	8	2
Total	<b>16</b>	<b>5</b>

*Nota.* Elaboración propia.

En resumen, las sesiones seleccionadas fueron un total de cinco: tres en el caso del CLVSP “Ribeyro Virtual” y dos en el caso del CLVSP “Bahía Blanca”, las cuales fueron publicadas entre los meses de septiembre de 2022 a febrero de 2023 en sus canales de YouTube Bibliotecas Ayacucho y Club de lectura Bahía respectivamente.

### **5.6.2. Muestreo para la aplicación del censo**

Después de obtener la media, la moda y la mediana aproximada de la cantidad de personas que se conectaron a las sesiones publicadas en YouTube de los CLVSP Ribeyro Virtual y Bahía Blanca, se determinó que, debido a la baja afluencia en dichas sesiones, no era posible obtener una muestra representativa.

En consecuencia, se estableció que la mejor opción era recoger las opiniones de toda la población. A continuación, se muestra el proceso que llevó a la decisión de no realizar el muestreo.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.  
México.

**Tabla 15**

*Personas conectadas a las sesiones grabadas de los CLVSP Ribeyro Virtual y Bahía Blanca*

<b>Ribeyro virtual (CLVSP 1)</b>		<b>Bahía Blanca (CLVSP 2)</b>	
Lectura	Cantidad	Lectura	Cantidad
El vestido nuevo de Virginia Woolf	6	Las Malas de Camila Sosa Villada	6
Una nubecilla de James Joyce	10	Temporada de huracanes de Fernanda Melchor	7
Una rosa para Emily de William Faulkner	8	Flores que se abren de noche de Tomás Downey	15
El calmante de Samuel Beckett	8	Almendra de Won-pyung Sohn	7
En el bosque de Ryunosuke Akutagawa	10	Panza de burro de Andrea Abreu	7
Los superjuguetes duran todo el verano de Brian Aldiss	8	Turistas de Hebe Uhart	6
De qué hablamos cuando hablamos de amor de Raymond Carver	11	Pelea de gallos de María Fernanda Ampuero	7
Una fotografía antigua de Naguib Mahfuz	10	El matrimonio de los peces rojos de Guadalupe Nettel	8

*Nota.* Es importante aclarar que la cantidad de asistentes en cada sesión no es absoluta, puesto que, como suele suceder en videollamadas de larga duración, no todas las personas permanecen conectadas de principio a fin por diversas razones. No obstante, para la realización de esta tabla y con el propósito de facilitar la obtención de la media, moda y mediana que sustentó la no aplicación del muestreo, se eligió la cantidad de asistentes que permanecieron por más tiempo conectadas.

Media de personas conectadas en el CLVSP 1

$$6 + 10 + 8 + 8 + 10 + 8 + 11 + 10 = 71 / 8 = \mathbf{8.87}$$

Moda de personas conectadas en el CLVSP 1

$$6, \mathbf{10}, \mathbf{8}, \mathbf{8}, \mathbf{10}, \mathbf{8}, \mathbf{11}, \mathbf{10} = \mathbf{8 \text{ y } 10}$$

Mediana de personas conectadas en el CLVSP 1

$$6, 8, 8, \mathbf{8,10}, 10, 10, 11 = 8 + 10 = 18 / 2 = \mathbf{9}$$

El promedio de personas conectadas a las sesiones grabadas del club Ribeyro Virtual es de 8.87. Por otro lado, las cantidades de integrantes en las reuniones con más frecuencia son de 8 y 10. Y el 50% de las sesiones tiene menos de 9 personas conectadas. En general, el mínimo de asistentes es de 6 y el máximo de 11.

Media de personas conectadas en el CLVSP 2

$$6 + 7 + 15 + 7 + 7 + 6 + 7 + 8 = 63 / 8 = \mathbf{7.87}$$

Moda de personas conectadas en el CLVSP 2

$$6, \mathbf{7}, 15, \mathbf{7}, \mathbf{7}, 6, \mathbf{7}, 8 = \mathbf{7}$$

Mediana de personas conectadas en el CLVSP 2

$$6, 6, \mathbf{7}, \mathbf{7}, \mathbf{7}, 7, 8, 15 = 7 + 7 = 14 / 2 = \mathbf{7}$$

El promedio de personas conectadas a las sesiones grabadas del club Bahía Blanca es de 7.87. Además, la cantidad de integrantes en las reuniones con más frecuencia es de 7. Por último, el 50% de las sesiones presenta 7 o menos personas conectadas, pero si se tiene en cuenta al 100%, el mínimo de asistentes es de 6 y el máximo de 15.

**Tabla 16**

*Población de las personas conectadas a los CLVSP 1 y 2*

	Ribeyro Virtual	Bahía Blanca	Total
<b>Población promedio</b>	8.87	7.87	<b>16.74</b>

*Nota.* Elaboración propia.

Conforme a Gómez (2018) y su concepción sobre las propiedades del uso de métodos de muestreo, se infirió que la aplicación de una técnica de investigación, en este caso el censo, a toda la población, tiene dos ventajas principales: 1) se evita la generalización de la población a partir de los resultados obtenidos de sólo una parte de esta, por lo que 2) se minimiza el margen de error al tener en cuenta todos los datos.

En pocas palabras, luego de realizar las mediciones matemáticas correspondientes, se estimó que el censo se aplicaría a la población total de los CLVSP “Ribeyro Virtual” y “Bahía Blanca”, es decir, a alrededor de 16-17 miembros que tuvieran una permanencia en los clubes de dos a un año, ya que ese es el tiempo aproximado de longevidad de las sesiones grabadas a analizar.

Tabla 17

## Representación gráfica del diseño metodológico

<b>Tipo de investigación según:</b>		
Objetivo del estudio		• Básico
Enfoque		• Cuantitativa no experimental
Alcance		• Exploratoria
		• Correlacional
Temporalidad		• Transversal
<b>Especificidades</b>		
Objeto de estudio		• Ribeyro Virtual (CLVSP1) • Bahía Blanca (CLVSP2)
Técnicas de investigación	de	• Censo • Análisis de contenido
Instrumentos de investigación	de	• Cuestionario • Matriz de análisis
Análisis de información		• Estadística descriptiva • Estadística inferencial
Presentación de resultados	de	• Tablas de frecuencia para datos no agrupados • Gráficos circulares
Muestreo para la implementación del análisis de contenido	de	• No probabilístico discrecional
Muestreo para la implementación del censo	de	• No aplicado.

Nota. Elaboración propia.

## 5.7. Protocolos

Tanto el cuestionario como la matriz de análisis contaron con un protocolo, definido por la Secretaría de Educación Pública (2021) como:

El documento que muestra el plan de trabajo a seguir para el desarrollo de la investigación, así como las ideas básicas que la rigen. En el protocolo se establecen las referencias de la investigación a desarrollar y los parámetros en los que se interpretarán los resultados del proyecto (p.3).

### 5.7.1. Protocolo del cuestionario

En este apartado se profundiza en los aspectos técnicos del cuestionario: se aborda el objetivo de este, la forma en la que se construyó y su estructura, que incluye el tipo de preguntas y la escala de Likert que se implementó. También se explica la manera en la que las subcategorías de los estímulos influyeron en la creación de las preguntas. Finalmente, se detallan los hallazgos de la prueba piloto.

El objetivo del cuestionario fue conocer las opiniones de los participantes a las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía Blanca” sobre los estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales) que influyen en la retroalimentación.

Para la elaboración del cuestionario, se crearon tablas en Excel con el propósito de mantener un orden de la información al momento de crear las preguntas, de ahí que se dividiera en cinco partes según el aspecto al que hacían referencia: la primera parte buscó recoger datos de identificación del interrogado, mientras que el resto abarcaron preguntas relacionadas a los cuatro estímulos comunicativos planteados por Hennings (1975).

En las siguientes imágenes de fragmentos del cuestionario se aprecia que cada pregunta fue construida teniendo en cuenta las subcategorías de los estímulos, mismas que pueden estar presentes de forma directa o indirecta en las preguntas o en las opciones de respuesta. Por ejemplo:

**Figura 20***Subcategorías directas en la pregunta*

ESTÍMULO	SUB-CATEGORÍA 1	SUB-CATEGORÍA 2	SUB-CATEGORÍA 3	ÍTEMS	OPCIONES
Situacional	Aspecto	Micrófono	Encendido	25. ¿Apagas o enciendes el micrófono según se te indica durante las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca
			Apagado		

*Nota.* En la pregunta 25 correspondiente al estímulo situacional, las subcategorías 3 de “encendido” y “apagado” se mencionaron de forma directa.

**Figura 21***Subcategorías directas en las opciones de respuestas*

ESTÍMULO	SUB-CATEGORÍA 1	SUB-CATEGORÍA 2	ÍTEMS	OPCIONES
Vocales	Volumen	Alto	7. ¿Con qué intensidad de volumen hablas durante las sesiones virtuales del club?	a) Alto b) Medio c) Bajo
		Medio		
		Bajo		
	Velocidad	Rápida	8. ¿A qué velocidad hablas durante las sesiones virtuales del club?	a) Rápida b) Media c) Lenta
		Media		
		Lenta		

*Nota.* Elaboración propia. En las preguntas 7 y 8 correspondientes al estímulo vocal, las subcategorías 2 se incluyeron de forma directa en las opciones de respuesta.

**Figura 22***Subcategorías indirectas en la pregunta*

ESTÍMULO	SUB-CATEGORÍA 1	SUB-CATEGORÍA 2	ÍTEMS	OPCIONES
Verbales	Connotación	Positiva	2. ¿Utilizas palabras de aprecio y valoración para referirte a una persona, grupo de personas, temas, movimientos sociales, culturales o políticos, libros, películas, etc. cuando participas en las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca
		Negativa	3. ¿Utilizas palabras descalificantes, irónicas o de desprecio para referirte a una persona, grupo de personas, temas, movimientos sociales, culturales o políticos, libros, películas, etc. cuando participas en las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca

*Nota.* Elaboración propia. En las preguntas 2 y 3 correspondientes al estímulo verbal, las subcategorías 2 no se mencionaron directamente, pero sí se ofrecieron sus definiciones.

**Figura 23***Subcategorías indirectas en las opciones de respuesta*

ESTÍMULO	SUB-CATEGORÍA 1	SUB-CATEGORÍA 2	SUB-CATEGORÍA 3	ÍTEMS	OPCIONES
Físicos	Expresión corporal	Movimientos de cabeza	Sincronización	18. ¿Cuál es el movimiento de cabeza que adoptas frente a la cámara con más frecuencia durante las sesiones virtuales del club?	a) Los movimientos de cabeza que hago cuando hablo están sincronizados con el ritmo y velocidad de mi discurso b) Asiento con la cabeza mientras escucho hablar al otro c) Señalo con la cabeza para indicar quién debe hablar d) Niego con la cabeza mientras escucho hablar al otro
			Refuerzo		
			Estímulo		
			Desalentamiento		

*Nota.* Elaboración propia. En la pregunta 18 correspondiente al estímulo físico, las subcategorías 3 estuvieron de forma implícita en las opciones de respuesta: a saber, en la opción a) se explica en lo que consiste la “sincronización” sin mencionar la palabra, en la opción b) se explica la función del “refuerzo” y así sucesivamente.

De igual manera, se agregaron las interrogantes demográficas que son relevantes en cualquier cuestionario. En total, el instrumento estuvo conformado por 39 interrogantes (contemplando las primeras cinco que no están enumeradas) que se pueden clasificar en tres tipos según las concepciones de Casas et al (2003).

- 1) Interrogantes según la naturaleza del contenido: Buscan recolectar información concreta o hechos objetivos, en especial datos de identificación como edad, sexo, estado civil, nivel de estudios, etc.
- 2) Interrogantes según la respuesta que admitan: Se clasifican en tres tipos.
  - De elección múltiple: Se brinda al interrogado un abanico de respuestas predeterminadas que deben ser mutuamente excluyentes.
  - Abiertas: El interrogado tiene la oportunidad de responder con sus propias palabras.
  - De estimación: Se brindan respuestas graduadas en intensidad. Dentro de esta clasificación se encuentra la escala de Likert, entendida por Pérez (2022) como una técnica cuantitativa que consiste en la evaluación de opiniones y actitudes a través de una serie de oraciones favorables y desfavorables a las que se les concede un valor numérico.

Existen diversos tipos de escala Likert, no obstante, esta investigación utilizó la escala de frecuencia, la cual mide qué tan a menudo se realiza una acción (Hechavarría, 2015). Asimismo, Hammond (2023) plantea que la escala de Likert, independientemente del tipo, suele estar compuesta por 5 opciones de respuesta: dos positivas, una neutra y dos negativas.

#### **Figura 24**

*Escala de Likert tipo frecuencia que se incluyó en el cuestionario*

a) Siempre	} Positivas
b) Casi siempre	
c) A veces	} Neutra
d) Rara vez	
e) Nunca	} Negativa

*Nota.* Elaboración propia.

- 3) Según su función: Son interrogantes con funciones especiales que se clasifican en tres tipos, de los cuales se recurrió a uno.

- De filtro: Pretenden seleccionar a una parte de los interrogados para que respondan preguntas que únicamente fueron formuladas para ellos.

**Figura 25.**

*Primera parte: aspecto de identificación*

DATOS	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIONES
Demográficos	Edad	Edad	a) Menor a 18 años b) 18 a 24 años c) 25 a 34 años d) 35 a 44 años e) 45 a 54 años f) Más de 54 años
	Género	Género	a) Mujer b) Hombre c) Otro d) Prefiero no decirlo
Sobre el CLV	Nombre del CLV	¿Cuál es el nombre del Club de Lectura Virtual al que perteneces?	
	Rol en las sesiones	¿Cuál es tu rol principal durante las sesiones virtuales del club?	a) Mediador/a: coordino las participaciones b) Participante: Comento mis impresiones de la lectura c) Estoy a cargo de la parte técnica y asisto en caso de ayuda, por ejemplo, auxiliando a una persona que no pueda entrar a la sesión
	Antigüedad	¿Cuánto tiempo llevas participando en las sesiones virtuales del club?	a) Dos años o más b) Un año y medio c) Un año d) 6 meses e) 3 meses
Adicional	Participaciones	1. ¿Cuántas veces sueles participar durante las sesiones virtuales del club? Ten en cuenta que la pregunta sólo contempla tus participaciones orales y no las que sueles hacer por el chat.	a) No participo. Prefiero escuchar b) Una vez c) De 2 a 4 veces d) De 5 a 7 veces e) De 8 a 10 veces f) Más de 10 veces

*Nota.* Captura de pantalla tomada de Excel.

La primera parte contempló cinco preguntas no enumeradas y una enumerada. Se decidió no enumerar las preguntas que recogen datos básicos con el objetivo de resaltar el inicio de las que abordan el tema de los estímulos comunicativos y así no confundir al interrogado.

Para empezar, el apartado demográfico estuvo conformado por dos cuestiones que recopilaban la edad y el género, los cuales son datos demográficos que definen estadísticamente a las personas estudiadas, permiten clasificar la información e indagar mejor en la realidad (Sposob, 2024).

Las siguientes tres preguntas abarcaron información básica relacionada con la participación del interrogado en el CLVSP al que pertenece: nombre del club, su rol en las sesiones virtuales y el tiempo que lleva interactuando en las mismas. Después se continuó con una pregunta adicional que aborda directamente al interrogado sobre su frecuencia de participación en las reuniones.

Con relación a la clasificación de las preguntas realizadas, estas son de dos tipos: las primeras cinco pertenecen a las interrogantes según la naturaleza del contenido, asimismo, las seis en conjunto pertenecen a las interrogantes según la respuesta que admitan, en específico de elección múltiple, a excepción de la pregunta *¿cuál es el nombre del Club de Lectura Virtual al que perteneces?* que es abierta.

Figura 26

## Segunda parte: Estímulos verbales

ESTÍMULO	SUB-CATEGORÍA 1	SUB-CATEGORÍA 2	ÍTEMS	OPCIONES
Verbales	Connotación	Positiva	2. ¿Utilizas palabras de aprecio y valoración para referirte a una persona, grupo de personas, temas, movimientos sociales, culturales o políticos, libros, películas, etc. cuando participas en las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca
		Negativa	3. ¿Utilizas palabras descalificantes, irónicas o de desprecio para referirte a una persona, grupo de personas, temas, movimientos sociales, culturales o políticos, libros, películas, etc. cuando participas en las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca
	Léxico	Lenguaje especializado	4. ¿Utilizas palabras y conceptos especializados pertenecientes al ámbito literario cuando participas en las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca
		Lenguaje cotidiano	5. ¿Utilizas palabras de uso cotidiano cuando participas en las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca
	Expresiones	Recuerdo	6. ¿Qué aspectos sueles abordar cuando participas en las sesiones virtuales del club? (elección de hasta 5 opciones)	a) Recomiendo lecturas, películas, series, etc. relacionadas con la lectura que se está comentando b) Comparto experiencias, anécdotas y sucesos personales o de conocidos relacionados con la obra literaria que se está comentando c) Reflexiono sobre el contenido de la lectura que se está comentando (personajes, argumento, estilo de escritura, etc.) y los comentarios del resto de participantes sobre la misma d) Relaciono aspectos de la lectura que se está comentando con otras obras artísticas, ya sean libros, películas, pinturas, fotografías, etc. e identifico la manera en la que se conectan e) Formulo teorías de lo que está pasando en la
		Reflexión		
		Relación		
		Deducción		
		Invencción		
		Valoración		
Pregunta				
Animación				

Nota. Captura de pantalla tomada de Excel.

La segunda parte abarcó cinco preguntas según la respuesta que admitan, siendo de la 2 a la 5 de estimación, es decir, aquí comenzó la escala de Likert tipo frecuencia, sin embargo, la pregunta 6 fue de elección múltiple.

Conviene subrayar que la construcción de las opciones de respuesta de la pregunta 6 se hizo basada en las ocho subcategorías de la subcategoría 1 "Expresiones", sin embargo, en dichas opciones se puede apreciar que hay diez posibles respuestas, esto debido a que las subcategorías de "Recuerdo" y "Valoración", a diferencia del resto, abarcaron dos opciones en lugar de una: a) y b) y g) y h) respectivamente.

Figura 27

Opciones de respuesta de la pregunta 6 (estímulos verbales)

SUB-CATEGORÍA 1	SUB-CATEGORÍA 2	ÍTEMS	OPCIONES
Expresiones	Recuerdo	6. ¿Qué aspectos sueles abordar cuando participas en las sesiones virtuales del club? (elección de hasta 5 opciones)	<p><b>a)</b> Recomiendo lecturas, películas, series, etc. relacionadas con la lectura que se está comentando</p> <p><b>b)</b> Comparto experiencias, anécdotas y sucesos personales o de conocidos relacionados con la obra literaria que se está comentando</p> <p><b>c)</b> Reflexiono sobre el contenido de la lectura que se está comentando (personajes, argumento, estilo de escritura, etc.) y los comentarios del resto de participantes sobre la misma</p> <p><b>d)</b> Relaciono aspectos de la lectura que se está comentando con otras obras artísticas, ya sean libros, películas, pinturas, fotografías, etc. e identifico la manera en la que se conectan</p> <p><b>e)</b> Formulo teorías de lo que está pasando en la historia y comparto mis predicciones de lo que podría suceder</p> <p><b>f)</b> Realizo actividades de creación como la elaboración de collages, dibujos, cuentos, poemas, frases, etc. derivados de la lectura comentada</p> <p><b>g)</b> Opino de la lectura sin respaldo argumentativo teniendo sobre todo en cuenta lo que me hizo sentir, es decir, mi participación tiende a ser subjetiva</p> <p><b>h)</b> Opino de la lectura con respaldo argumentativo teniendo sobre todo en cuenta la lógica y el razonamiento, es decir, intento que mi participación sea lo más objetiva posible</p> <p><b>i)</b> Realizo preguntas específicas sobre algún aspecto que me interesa discutir de la lectura</p> <p><b>j)</b> Utilizo palabras de aliento para motivar la participación entre el resto de integrantes</p>
	Reflexión		
	Relación		
	Deducción		
	Invencción		
	Valoración		
	Pregunta		
	Animación		

Nota. Captura de pantalla tomada de Excel.

Figura 28

Tercera parte: Estímulos vocales

ESTÍMULO	SUB-CATEGORÍA 1	SUB-CATEGORÍA 2	ÍTEMS	OPCIONES	
Vocales	Volumen	Alto	7. ¿Con qué intensidad de volumen hablas durante las sesiones virtuales del club?	a) Alto b) Medio c) Bajo	
		Medio			
		Bajo			
	Velocidad	Rápida	8. ¿A qué velocidad hablas durante las sesiones virtuales del club?	a) Rápida b) Media c) Lenta	
		Media			
		Lenta			
	Fluidez	Coherencia	9. ¿Puedes expresar tus ideas de forma coherente durante las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca	
					Repetición
		Muletillas	11. ¿Utilizas muletillas en tu discurso durante las sesiones virtuales del club? Muletillas: palabras o expresiones repetidas con frecuencia, algunos ejemplos son: eh, em, mmm, este, es decir, o sea, ya que, ajá, y así, pues, etc.	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca	
					Pausas
		Tonos	Formal	14. ¿Qué tono utilizas al hablar durante las sesiones virtuales del club?	
			Informal		
	Dominio				
	Indecisión				

Nota. Captura de pantalla tomada de Excel.

La tercera parte comprendió ocho preguntas según la respuesta que admitan, siendo la 7, 8 y 14 de elección múltiple, mientras que de la 9 a la 13 fueron de estimación-escala de Likert tipo frecuencia.

Figura 29

## Cuarta parte: Estímulos físicos

ESTÍMULO	SUB-CATEGORÍA 1	SUB-CATEGORÍA 2	SUB-CATEGORÍA 3	ÍTEMS	OPCIONES	
Físicos	Expresión corporal	Posturas		15. ¿Enciendes la cámara durante las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca	
			Apertura	Si tu respuesta a la pregunta anterior fue a), b) o c) continúa en el orden establecido, de haber sido d) o e) continúa en la pregunta 23.	a) Sentado(a) b) Parado(a) c) Acostado(a)/semiacostado(a) d) Muestro la cara completa e) Muestro parte del rostro f) Brazos cruzados g) Espalda recta h) Espalda encorvada	
		Movimientos de manos	Represión	16. ¿Cuáles son las posturas físicas que adoptas frente a la cámara con más frecuencia durante las sesiones virtuales del club? (elección de hasta 4 opciones)	a) Escondo las manos b) Señalo con un dedo c) Señalo con la palma abierta d) Mantengo las manos quietas sin cubrir el rostro e) Me cubro parcial o enteramente el rostro con las manos f) Mantengo las manos en movimiento sin cubrir el rostro g) Retuerzo las manos h) Saludo o despedirme con la mano i) Me muerdo las uñas j) Me paso las manos por el cabello	
			Positivos	17. ¿Cuáles son los movimientos de manos que adoptas frente a la cámara con más frecuencia durante las sesiones virtuales del club? (elección de hasta 5 opciones)		
		Movimientos de cabeza	Sincronización		18. ¿Cuál es el movimiento de cabeza que adoptas frente a la cámara con más frecuencia durante las sesiones virtuales del club?	a) Los movimientos de cabeza que hago cuando hablo están sincronizados con el ritmo y velocidad de mi discurso b) Asiento con la cabeza mientras escucho hablar al otro c) Señalo con la cabeza para indicar quién debe hablar d) Niego con la cabeza mientras escucho hablar al otro
				Refuerzo		
				Estímulo		
				Desalentamiento		
		Expresión Facial	Mirada	Atenta	19. ¿Mantienes el contacto visual con la cámara durante las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca
				Distraída		
			Gestos	Inexpresivo	20. ¿Recurre a los gestos faciales frente a la cámara como otra forma de comunicación durante las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca
				Expresivo		

Nota. Captura de pantalla tomada de Excel.

La cuarta parte englobó seis preguntas. Por un lado, la pregunta 15 fue de filtro (del tipo interrogantes según su función), ya que tuvo el propósito de que las siguientes siete fueran respondidas sólo por los participantes que encienden su cámara durante las sesiones virtuales. Igualmente, todas las preguntas de esta parte fueron del tipo según la respuesta que admitan: la 15, 19 y 20 fueron de estimación-escala de Likert tipo frecuencia, pero de la 16 a la 18 de elección múltiple.

Figura 30

Quinta parte: Estímulos situacionales

ESTÍMULO	SUB-CATEGORÍA 1	SUB-CATEGORÍA 2	SUB-CATEGORÍA 3	ÍTEMS	OPCIONES
Situacional	Aspecto	Ambiente de fondo (Espacio)	Natural abierto	21. ¿Qué tipo de fondo te acompaña cuando mantienes la cámara encendida?	<p>a) Espacio natural abierto (lugares amplios sin límites específicos como parques o plazas)</p> <p>b) Espacio natural cerrado (lugares con dimensiones limitadas como habitaciones, salones de clases, cubículos de trabajo, bibliotecas, etc.)</p> <p>c) Espacio artificial abierto (plantillas predeterminadas por la plataforma de videollamada. En este caso, son simulaciones de espacios abiertos como bosques, playas o parques)</p> <p>d) Espacio artificial cerrado (plantillas predeterminadas por la plataforma de videollamada. En este caso, son simulaciones de espacios como aulas de clase, recámaras, salas de estar, oficinas, etc.)</p> <p>e) Espacio artificial de fondo neutro (plantillas predeterminadas por la plataforma de videollamada. En este caso, son simulaciones de espacios como fondos de un sólo un color o con patrones de diseño)</p> <p>f) Difuminación del espacio fondo (se visualiza sólo la figura de la persona frente a la cámara, ya que lo que se encuentra detrás está desenfocado)</p>
			Natural cerrado		
			Artificial abierto		
			Artificial cerrado		
			Artificial de fondo neutro		
			Difuminación		
		Calidad de imagen	Excelente	22. ¿Cómo suele ser la calidad de tu imagen con la cámara prendida durante las sesiones virtuales del club?	<p>a) Excelente</p> <p>b) Buena</p> <p>c) Regular</p> <p>d) Mala</p>
			Buena		
			Regular		
			Mala		
		Nombre de usuario	Nombre propio	23. ¿Qué nombre de usuario muestras durante las sesiones virtuales del club?	<p>a) Nombre propio</p> <p>b) Nombre de otra persona</p> <p>c) Nombre de empresa o institución</p> <p>d) Sobrenombre/Apodo</p>
			Nombre de otra persona		
			Nombre de empresa o institución		
			Sobrenombre		
		Foto de perfil	Persona	24. ¿Qué imagen de perfil muestras durante las sesiones virtuales del club?	<p>a) Fotografía propia</p> <p>b) Fotografía de otra persona</p> <p>c) Objeto</p> <p>d) Paisaje</p> <p>e) Personaje ficticio</p> <p>f) Animal</p> <p>g) Ninguno</p>
			Objeto		
			Paisaje		
			Personaje ficticio		
Animal					
Predeterminada					
Micrófono	Encendido	25. ¿Apagas o enciendes el micrófono según se te indica durante las sesiones virtuales del club?	<p>a) Siempre</p> <p>b) Casi siempre</p> <p>c) A veces</p> <p>d) Rara vez</p> <p>e) Nunca</p>		
	Apagado				
Sonidos de fondo	Silencio	26. ¿Qué sonido de fondo sueles tener cuando participas de forma oral en las sesiones virtuales del club?	<p>a) Ninguno</p> <p>b) Música</p> <p>c) Ruido (martilleo, aparatos electrónicos en funcionamiento, llantos, etc.)</p>		
	Música				
	Ruido				

Situacional	Contexto	Uso de plataforma	Compartir pantalla	27. ¿Compartes pantalla cuando participas en las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca	
			Comentarios	28. ¿Te expresas de forma escrita utilizando el chat de la plataforma de videollamada durante las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca	
			Emojis	29. ¿Envías emojis por medio del chat de la plataforma de videollamada durante las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca	
			Reacciones	30. ¿Haces uso de las reacciones (iconos de levantar la mano, saludar, felicitar, etc.) que ofrece la plataforma de videollamada durante las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca	
			Pizarras digitales	31. ¿Utilizas la pizarra digital que ofrece la plataforma de videollamada durante las sesiones virtuales del club?	a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca	
		Herramientas		32. ¿Compartes recursos y materiales por medio de la plataforma de videollamada durante las sesiones virtuales del club?		a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Rara vez e) Nunca
				Power point	Si tu respuesta a la pregunta anterior fue a), b) o c) continúa en el orden establecido, de haber sido d) o e) puedes saltar las interrogantes 33 y 34 y finalizar el cuestionario.	a) Power point b) Word c) Excel d) PDF e) EPUB f) Links g) Otro
				Word		
				Excel		
				PDF		
				EPUB		
		Hipervínculos				
		Materiales		Textos	34. ¿Qué tipo de materiales compartes por medio de la plataforma de videollamada durante las sesiones virtuales del club? (elección de hasta dos opciones)	a) Textos b) Videos c) Imágenes d) Música e) Audios f) Otros
				Videos		
Imágenes						
Música						
Audios						

Nota. Captura de pantalla tomada de Excel.

Finalmente, la quinta parte incluyó catorce preguntas según la respuesta que admitan: de la 21 a la 24 y la 26, 33 y 34 fueron de elección múltiple, por otro lado, la 25 y de la 27 a la 32 fueron de estimación-escala de Likert tipo frecuencia. De igual manera, la pregunta 32 fue de filtro (del tipo interrogantes según su función), puesto que de su respuesta dependía si el interrogado continuaba con el cuestionario o lo terminaba.

Para validar tanto el cuestionario como las matrices de análisis, se utilizó la técnica de piloteo, que de acuerdo con Salomão (2023), es el experimento preliminar que tiene el propósito de valorar la viabilidad de una investigación e identificar errores como preguntas ambiguas, instrucciones imprecisas o problemas logísticos inesperados. Posteriormente, se corrigen los errores encontrados con el fin de mejorar la confiabilidad del estudio.

Esta se llevó a cabo en el mes de noviembre de 2023 con un mediador de lectura del club “Bahía Blanca” y un participante asiduo a las sesiones virtuales del club “Ribeyro virtual”. A continuación, se muestra el procedimiento que se realizó para la aplicación de la prueba:

- 1) Se contactó a los mediadores de los CLVSP “Ribeyro Virtual” y “Bahía Blanca” por medio de WhatsApp y Messenger respectivamente. Se les solicitó su participación en este estudio explicándoles en qué consistía y su objetivo, tras consultarlo con el resto de los participantes de los clubes, aceptaron sin complicaciones.
- 2) Se envió el enlace del cuestionario en formato Google Forms a los mediadores. En “Ribeyro Virtual” se respondió por un participante constante a las sesiones, mientras que en “Bahía Blanca” fue contestado por el mismo mediador con el que se contactó.
- 3) Se esperó menos de un día para que el cuestionario fuese respondido y se recogieron algunos detalles a corregir que mejoraron la fiabilidad de este.

Tabla 18

## Cambios en el cuestionario después de la prueba piloto

Problemas identificados	Soluciones
<p>Las opciones de respuesta a la pregunta: <i>¿Cuánto tiempo llevas participando en las sesiones virtuales del club?</i>, no abarcaban el tiempo de experiencia suficiente de los integrantes en las sesiones, dado que la opción más antigua era de “un año”.</p>	<p>Se agregó una opción más a esta pregunta, siendo ahora la opción más antigua de “dos años o más”.</p>
<p>Se detectó que la pregunta: 1. <i>¿Cuántas veces sueles participar en una sesión virtual del club?</i>, podría indicar al interrogado que su respuesta contemplaba tanto las participaciones orales como las escritas, cuando sólo se tomó en cuenta al primer tipo.</p>	<p>Se añadió información específica al final: 1. <i>¿Cuántas veces sueles participar durante las sesiones virtuales del club? Ten en cuenta que la pregunta sólo contempla tus participaciones orales y no las que sueles hacer por el chat.</i></p>
<p>Se concluyó que las preguntas: 7. <i>¿Saludas a los integrantes del club antes de comenzar a comentar la lectura?</i> y 8. <i>¿Te despedes de los integrantes del club al terminar la sesión?</i>, no eran necesarias, puesto que, a pesar de que Hennings (1975) no mencionó el aspecto de los saludos y las despedidas en su conceptualización de estímulos comunicativos, se incluyeron como adicionales.</p>	<p>Se eliminaron las preguntas 7 y 8 para no saturar al interrogado con preguntas adicionales, por lo que el cuestionario pasó de tener 36 preguntas a incluir 34, una cantidad adecuada para recoger información suficiente.</p>
<p>Antes de que se plantearan algunas preguntas, se agregaba la especificación “durante las sesiones”, por ejemplo: <i>Durante las sesiones del club, ¿realizas pausas al hablar para ordenar tus ideas?</i> No obstante, se dedujo que esto podría entorpecer la lectura.</p>	<p>Se reformularon las preguntas al eliminarse la especificación del inicio para incluirse en la misma, por ejemplo: <i>¿Realizas pausas al hablar para ordenar tus ideas durante las sesiones virtuales del club?</i></p>
<p>Los incisos <b>c)</b> y <b>d)</b> de la pregunta 24 (que en el cuestionario corregido era la 22) estaban intercambiados, lo que podría haber dificultado la lectura y confundido al momento de hacer las estadísticas.</p>	<p>Se colocaron los incisos en el orden correcto.</p>

Se descubrió que las opciones de respuesta de la pregunta:

*¿Qué tipo de fondo te acompaña cuando mantienes la cámara encendida? No eran suficientes para abarcar la tipología completa.*

Las opciones de respuesta eran tres: **a)** Espacio cerrado, **b)** Espacio abierto y **c)** Espacio artificial, pero se modificaron y agregaron tres opciones más: **a)** Espacio natural abierto, **b)** Espacio natural cerrado, **c)** Espacio artificial abierto, **d)** Espacio artificial cerrado, **e)** Espacio artificial de fondo neutro y **f)** Difuminación del espacio de fondo.

Se observó que las opciones de respuesta de la penúltima pregunta: *¿Qué tipo de recursos/herramientas compartes con más frecuencia a través de la plataforma de videollamada?* estaban incompletas, pues sólo se ofrecían cinco opciones.

Se agregó la opción restante como el inciso **f)** que correspondía a “Links”, de modo que ahora se ofrecían las seis opciones que se contemplaron desde un inicio.

*Nota.* Elaboración propia.

La prueba piloto permitió detectar problemas de diseño como información incompleta en las opciones de respuesta o de formulación de las preguntas. Tras corregirse las fallas tanto en el cuestionario creado en Excel como en el de Google Forms, se acordó con los mediadores la implementación real al resto de participantes.

### Figura 31

*Extracto del cuestionario en Google Forms*

Sección 1 de 7

Estímulos que influyen en la retroalimentación generada en las sesiones de dos Clubes de Lectura Virtuales sincrónicos públicos

Elige la opción conveniente de acuerdo a tu opinión. Las siguientes preguntas abarcan únicamente la experiencia en las sesiones virtuales, es decir, aquel momento en el que los integrantes se reúnen para comentar la lectura.

Edad: \*

- a) Menor a 18 años
- b) 18 a 24 años
- c) 25 a 34 años
- d) 35 a 44 años
- e) 45 a 54 años

*Nota.* Captura de pantalla tomada de Excel.

### 5.7.2. Protocolo de las matrices de análisis

Este apartado ahonda en los aspectos técnicos de las matrices de análisis: presenta el objetivo de dicho instrumento, así como el proceso para su realización y su estructura final, que incluye la forma en la que se determinaron el tema y las unidades de análisis, el sistema de codificación y el sistema de categorías. Por último, se especifican los descubrimientos tras la implementación de la prueba piloto.

El objetivo de las matrices fue indagar en los estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales) que influyen en la retroalimentación de las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía Blanca”.

La construcción de la matriz para el análisis de contenido se realizó siguiendo los tres pasos propuestos por Andréu (2000).

1) Determinación del tema de análisis: Se refiere al hecho, situación o problema que se está investigando. Se encuentra respaldado por un marco teórico y delimitado en las áreas de tiempo, espacio, contexto y objeto de estudio. En este caso, el tema de análisis de la matriz fue:

- Los estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales) que influyen en la retroalimentación generada en tres sesiones grabadas del CLVSP “Ribeyro Virtual” y dos sesiones del CLVSP “Bahía Blanca”, publicadas entre los meses de septiembre de 2022 a febrero de 2023 en los canales de YouTube Bibliotecas Ayacucho y Club de lectura Bahía respectivamente.

Una vez planteado el tema de la matriz, se determinó la unidad de análisis, es decir, los elementos de la comunicación en los que centró el estudio. De acuerdo a Aranguren (1994), la unidad de análisis está compuesta por tres tipos:

- Unidad de muestreo. Son las partes del universo que serán estudiadas. P. ej. De las ocho sesiones publicadas del club “Ribeyro Virtual” se analizaron únicamente tres sesiones.
- Unidad de contexto. Es el fragmento de la unidad de muestreo que tiene que ser analizada para que sea posible encontrar la unidad de registro.

P. ej. La sesión titulada “Una fotografía antigua de Naguib Mahfuz” del club “Ribeyro Virtual” publicada el 05 de octubre de 2022.

- Unidad de registro. Son las mínimas porciones de la unidad de contexto que se pueden estudiar de manera independiente.

P. ej. La participación de un miembro del club “Bahía Blanca” en la sesión titulada “Pelea de gallos de María Fernanda Ampuero” publicada el 28 de febrero de 2023:

*Sí, había comentado que... a mi gusto quedó un poquito corto... eh, sin embargo, justo ahorita escuchando los diversos puntos de vista, dije bueno, pues más bien me quedé corta con mi análisis, con mi... reflexión, ¿no? Definitivamente tengo que hacer una releída. Pero así mi... mi primera impresión fue que se quedó corto. Gracias.* (Del minuto 13:19 al 13:55).

En otras palabras, la unidad de contexto (una sesión virtual completa) está compuesta por una serie de unidades de registro (participaciones individuales de los miembros).

- 2) Determinación del sistema de codificación: La codificación es el proceso en el que se construyen pautas específicas que permiten la interpretación de una idea, conocimiento o concepto (Suárez, 2023). Así pues, la codificación en la construcción de instrumentos de análisis de contenido transforma la información al compactarla y asignarle caracteres numéricos o alfabéticos, esto se logra teniendo en cuenta las reglas de enumeración o de análisis, estas “hacen referencia a la convención bajo la cual se va a desarrollar la medición de las unidades de registro” (Olarte, 2020, p.46). Según Bardin (1996), como se referenció en Ruiz (2021), dichas reglas de enumeración o análisis son 7, de las cuales se aplicaron 5 en esta investigación:

- La presencia o ausencia. Considera ciertos elementos según estén presentes o ausentes. A saber, las matrices de análisis fueron construidas principalmente para registrar la presencia de los estímulos comunicativos en las sesiones virtuales de los clubes.

- La frecuencia. Es el conteo de las apariciones de los estímulos que conforman una unidad de registro. La suposición es que mientras más frecuente sea un elemento, mayor importancia tiene para el estudio.
  - La intensidad. Mide el grado en el que los estímulos se presentaron en las sesiones.
  - La dirección. Determina si los estímulos están orientados a ser positivos (favorables) o negativos (desfavorables).
  - La contingencia. Consiste en registrar la presencia simultánea: la aparición de un estímulo implica la de otro.
- 3) Determinación del sistema de categorías: Convertir los elementos que aparecen en la teoría en categorías que permitan agrupar la información. Esta categorización abarca dos etapas:
- Inventario: Se prestó especial atención a los términos que Hennings (1975) empleó para describir los cuatro estímulos comunicativos. Posteriormente, se realizó una lluvia de ideas con las palabras más relevantes y se buscaron sus definiciones, lo que ayudó a establecer las diferentes subcategorías de los estímulos.
  - Clasificación: Se creó una tabla en Excel con información general sobre los estímulos comunicativos. Esta primera distribución visual de los datos dio pie a que se construyeran las cuatro matrices de análisis correspondientes a cada estímulo.

## Figura 32

Extracto de la primera organización visual de los estímulos comunicativos

Estímulos Vocales		
Forma en que se pronuncian las palabras utilizadas, es decir, la velocidad con la que se dicen, el volumen, la entonación que se utiliza, etc., los cuales transmiten significados emocionales.		
Volumen	Velocidad	Entonación
Normalmente acomodamos el volumen de nuestra voz a la distancia a la que se sitúan nuestros interlocutores. Esto en el caso de la comunicación presencial, sin embargo, en la comunicación virtual las personas tienden a acercarse al micrófono o a su dispositivo. <ul style="list-style-type: none"> <li>° Alto</li> <li>° Medio</li> <li>° Bajo</li> </ul>	Tiende a aumentar o a disminuir dependiendo del estado de ánimo de los participantes en la comunicación. <ul style="list-style-type: none"> <li>° Rápida</li> <li>° Media</li> <li>° Lenta</li> </ul>	Los cambios en este sentido ayudan a mantener la atención, a resaltar ideas importantes, a mantener la intriga de una explicación. Si no varía nunca el tono de voz, se produce un discurso monotonó que aburre a los oyentes con la consiguiente pérdida de atención. <ul style="list-style-type: none"> <li>° Formal</li> <li>° Informal</li> </ul>

*Nota.* Se notará más adelante que la matriz de análisis de los estímulos vocales contuvo subcategorías que esta primera tabla no contempló, puesto que no pretendía ser exhaustiva sino ofrecer un orden visual básico de los datos. Captura de pantalla tomada de Excel.

Mediante la determinación de la unidad de análisis y la implementación del sistema de codificación y el sistema de categorías, las matrices de análisis quedaron estructuradas de la siguiente manera:









Reglas de análisis presentes:

- Presencia o ausencia. Todas las subcategorías.
- Frecuencia. Todas las subcategorías.
- Intensidad. Subcategoría de Calidad de Imagen (Excelente, Buena, Regular y Mala).
- Dirección. Subcategorías de Calidad de Imagen (Excelente, Buena, Regular y Mala) y Sonido de fondo (Silencio, Música y Ruido).
- Contingencia. Subcategorías de Uso de plataforma (Compartir pantalla, Comentarios y Pizarras digitales), Herramientas (Power Point, Word, Excel, PDF, EPUB e Hipervínculos) y Materiales (Texto, Video, Imágenes, Música y Audios). Por ejemplo, si un integrante comparte en pantalla un PDF con imágenes se están dando las tres subcategorías de manera simultánea.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.  
México.

Al igual que con el cuestionario, las matrices fueron sometidas a una prueba piloto, la cual se llevó a cabo en el mes de diciembre de 2023. A continuación, se muestra el procedimiento que se realizó para la aplicación de la prueba:

- 1) Se eligió una sesión grabada del club “Ribeyro Virtual” que no formara parte de la muestra, en específico en la que se comentó el relato Vestido nuevo de Virginia Woolf, y se le aplicó las cuatro matrices de análisis por un período de 8 minutos.
- 2) Se siguió el mismo procedimiento para el club “Bahía Blanca”, dado que se seleccionó la sesión, no contemplada por la muestra, en la que se comentó el libro Panza de burro de Andrea Abreu, y se le implementó las cuatro matrices de análisis por un período de 8 minutos.
- 3) Se anotaron los inconvenientes detectados en las matrices al tiempo que se llevaba a cabo la prueba y se analizaron más a detalle al término de esta.
- 4) Se realizaron los cambios necesarios sobre las matrices de análisis.

**Tabla 19**

*Cambios en las matrices de análisis después de la prueba piloto*

Problemas identificados	Soluciones
<p>Se detectó que, a pesar de que las subcategorías de Saludo y Despedida correspondientes al estímulo verbal son aspectos de estudio relevantes, eran prescindibles para los propósitos de la investigación, sobre todo teniendo en cuenta que Hennings (1975) no tenía contemplado estos elementos en su Modelo comunicativo.</p>	<p>Se eliminaron las subcategorías de Saludo y Despedida.</p>
<p>En el apartado destinado a recabar información básica del club como el nombre de este, el número de participantes, etc., se descubrió que los aspectos de Programación y Grabación de la reunión eran redundantes debido a que la presencia de las sesiones en YouTube ya implicaba que se habían programado y grabado.</p>	<p>Se eliminaron los aspectos de Programación y Grabación de la reunión del apartado de información básica del club.</p>

---

Las matrices iniciales estaban divididas en dos partes: la primera destinada a estudiar las participaciones de los mediadores y la segunda la del resto de integrantes, no obstante, se concluyó que esta segmentación no era necesaria para los objetivos de la investigación y se podía prestar a confusiones al momento de analizar estadísticamente los datos.

Ambas partes se fusionaron en una sola para analizar las intervenciones de todos los integrantes en las sesiones sin importar si eran mediadores de lectura o participantes generales.

---

Se observó que las subcategorías del aspecto Ambiente de fondo (Espacio) pertenecientes al estímulo situacional no eran suficientes para abarcar la variedad de los espacios de fondo que un participante puede tener al prender su cámara.

Se agregaron tres subcategorías al aspecto Ambiente de fondo (Espacio) y se modificaron las que había. En total quedaron seis subcategorías.

---

*Nota.* Elaboración propia.

Como se pudo notar, los cambios en las matrices fueron mínimos, además de que dos de ellos fueron los mismos que se realizaron en el cuestionario (eliminación de las subcategorías de Saludo y Despedida y añadidura de más subcategorías para especificar la variedad de tipos del Ambiente de fondo), esto debido a que ambos instrumentos fueron construidos en base a los mismos conceptos e ideas de Hennings (1975) sobre los estímulos comunicativos.

México: Universidad Autónoma de Tabasco.

## Capítulo VI. Análisis y resultados

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos a través de tablas de frecuencia para datos no agrupados y a los gráficos de pastel construidos en base a la frecuencia porcentual (fp) con el propósito de representar de forma visual los datos estadísticos. Asimismo, se presenta la discusión del tema, las conclusiones y las recomendaciones para futuras investigaciones.

### 6.1. Análisis y resultados: Censo

- **Objetos de estudio:** Ribeyro Virtual (CLVSP1) y Bahía Blanca (CLVSP2)
- **Muestra estimada:** 17
- **Personas que respondieron el cuestionario:** 11
- **Faltante:** 6

Cabe aclarar que, en el caso del CLVSP1 la muestra estimada fue de 9, sin embargo, 5 personas respondieron el cuestionario, mientras que en el CLVSP2 la muestra estimada fue de 8, aunque sólo 6 personas respondieron el cuestionario. A continuación, se muestran las nomenclaturas de cada celda de las tablas de frecuencia, mismas que fueron explicadas a más detalle en el tema 5.9.4. *Presentación de resultados: tablas de frecuencia* del capítulo V.

- **Frecuencia:** f
- **Frecuencia acumulada:** fa
- **Frecuencia relativa:** fr
- **Frecuencia relativa acumulada:** fra
- **Frecuencia porcentual:** fp

### 6.1.1. Datos de identificación

- **Edad**

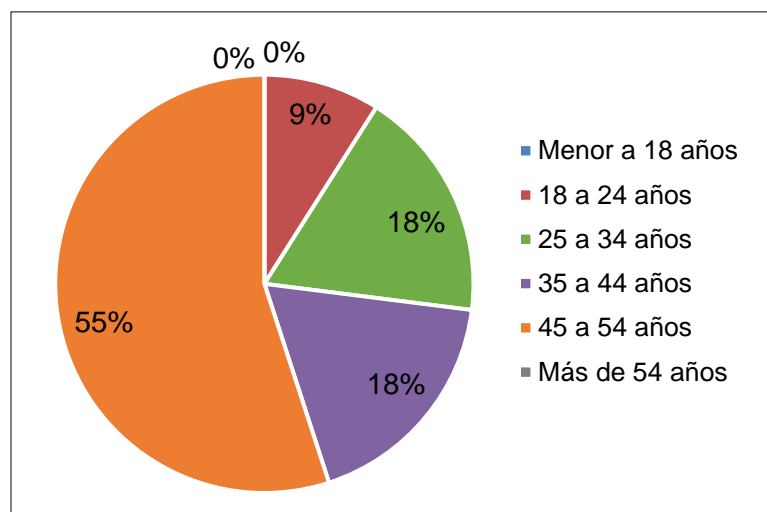
**Tabla 20**

*Edad de los integrantes de los CLVSP*

Edades	f	Fa	fr	fra	fp
Menor a 18 años	0	0	0.00	0.00	0%
18 a 24 años	1	1	0.09	0.09	9%
25 a 34 años	2	3	0.18	0.27	18%
35 a 44 años	2	5	0.18	0.45	18%
45 a 54 años	6	11	0.55	1	55%
Más de 54 años	0	11	0.00	1	0%
Total	11		1		100%

**Figura 37**

*Edad de los integrantes de los CLVSP*



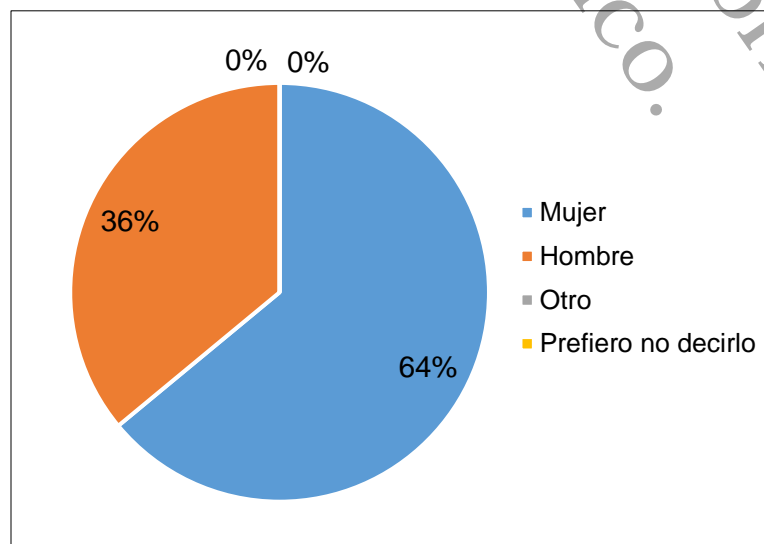
Se observó que 2 de cada 11 personas que ingresan a las sesiones tienen entre 25 y 34 años. No hay presencia de ningún menor de edad ni de personas superiores a los 54 años. No obstante, más de la mitad de los participantes (55%)

tienen entre 45 y 54 años, mientras que menos del 10% se encuentra en el rango etario más joven que es entre los 18 y 24 años.

- **Género**

**Tabla 21***Género de los integrantes de los CLVSP*

<b>Género</b>	<b>f</b>	<b>fr</b>	<b>Fp</b>
Mujer	7	0.64	64%
Hombre	4	0.36	36%
Otro	0	0.00	0%
Prefiero no decirlo	0	0.00	0%
Total	11	1	100%

**Figura 38***Género de los integrantes de los CLVSP*

Se observó que 4 de cada 11 personas que ingresan a las sesiones son hombres, sin embargo, 7 de cada 11 son mujeres. Exactamente, 64% de los participantes en el censo son del género femenino.

- ¿Cuál es el nombre del Club de Lectura Virtual al que perteneces?

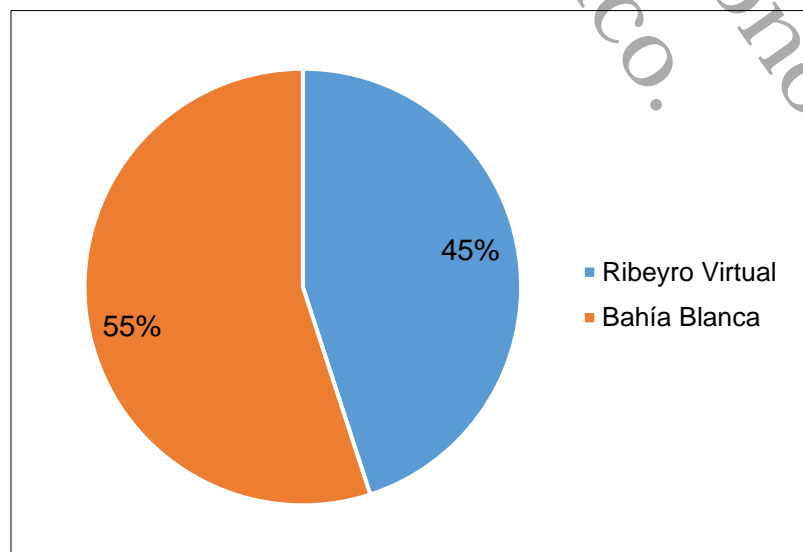
**Tabla 22**

*Club de Lectura Virtual al que pertenecen los censados*

CLVSP	f	fr	Fp
Ribeyro Virtual	5	0.45	45%
Bahía Blanca	6	0.55	55%
Total	11	1	100%

**Figura 39**

*Club de Lectura Virtual al que pertenecen los censados*



Se observó que la mayoría de las personas censadas pertenecen al club virtual Bahía Blanca (55%). Aunque la diferencia de participación entre los clubes no es significativa, puesto que casi la mitad (45%) pertenecen al club virtual Ribeyro Virtual.

- ¿Cuál es tu rol principal durante las sesiones virtuales del club?

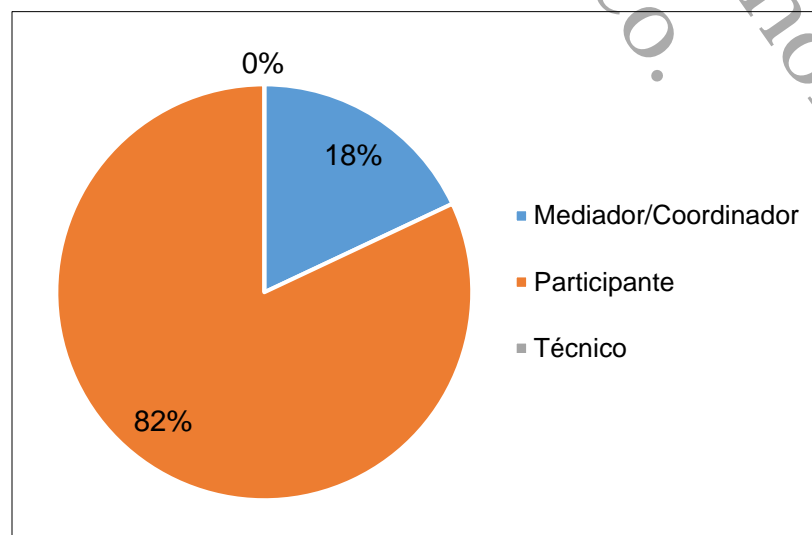
**Tabla 23**

*Roles de los integrantes en las sesiones virtuales*

Roles	f	fr	Fp
Mediador/ Coordinador	2	0.18	18%
Participante	9	0.82	82%
Técnico	0	0.00	0%
Total	11	1	100%

**Figura 40**

*Roles de los integrantes en las sesiones virtuales*



Se observó que 82% de los censados son participantes. Es decir, no forman parte de la organización y control de los clubes, sino que se limitan a disfrutar de las actividades que estos ofrecen. En cambio, 18% son mediadores coordinadores, por lo que están encargados de la

gestión de los clubes. Finalmente, no se contaron con las respuestas de ningún técnico: la persona encargada de brindar apoyo en los inconvenientes relacionados exclusivamente con los equipos, redes y plataformas empleadas.

- ¿Cuánto tiempo llevas participando en las sesiones virtuales del club?

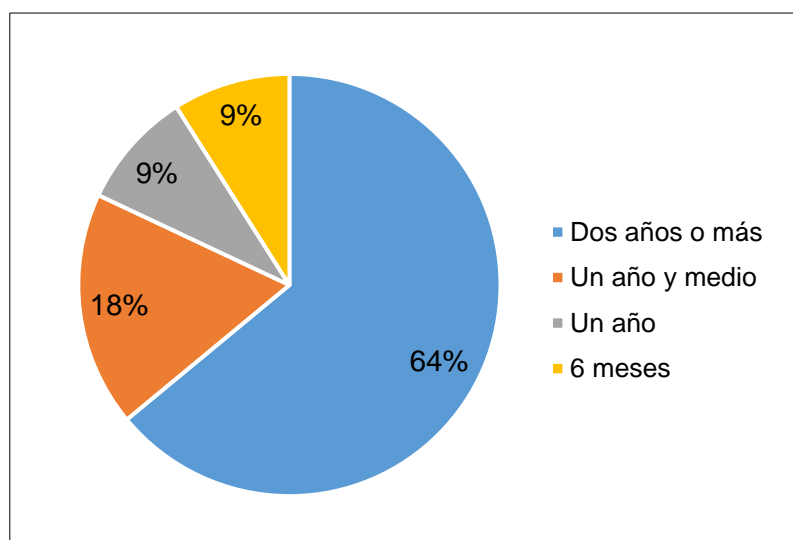
**Tabla 24**

*Antigüedad de los integrantes de los CLVSP*

Antigüedad	f	fa	Fr	fra	fp
Dos años o más	7	7	0.64	0.64	64%
Un año y medio	2	9	0.18	0.82	18%
Un año	1	10	0.09	0.91	9%
6 meses	1	11	0.09	1	9%
Total	11		1		100%

**Figura 41**

*Antigüedad de los integrantes de los CLVSP*



Se observó que 9 personas (82%) de las 11 censadas tienen una antigüedad en el club de mínimo un año y medio y máximo de dos años o más. Mientras que sólo un 9% han estado en el club durante un año o 6 meses.

### 6.1.2. Participaciones

1. ¿Cuántas veces sueles participar durante las sesiones virtuales del club? Ten en cuenta que la pregunta únicamente contempla tus participaciones orales y no las que realizas por el chat de forma escrita.

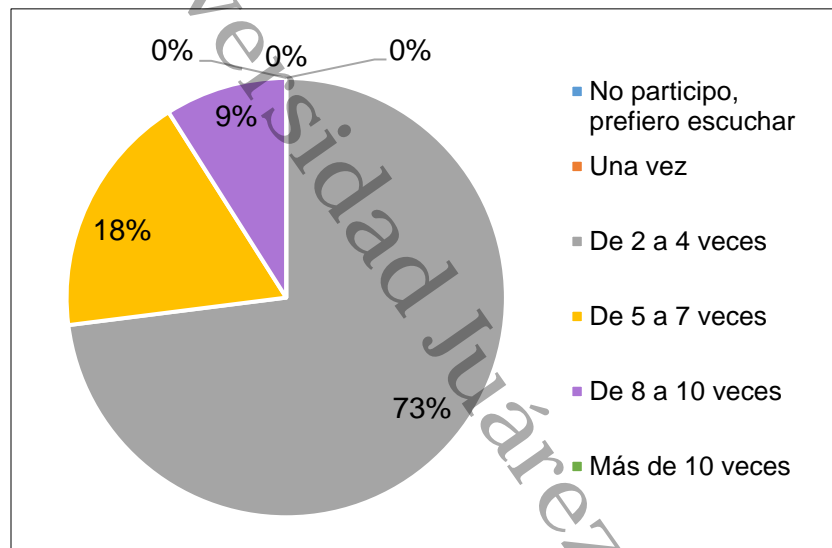
**Tabla 25**

*Participaciones de los integrantes de los CLVSP*

Participaciones	f	Fa	fr	fra	fp
No participo, prefiero escuchar	0	0	0.00	0.00	0%
Una vez	0	0	0.00	0.00	0%
De 2 a 4 veces	8	8	0.73	0.73	73%
De 5 a 7 veces	2	10	0.18	0.91	18%
De 8 a 10 veces	1	11	0.09	1	9%
Más de 10 veces	0	11	0.00	1	0%
Total	11		1		100%

**Figura 42**

*Participaciones de los integrantes de los CLVSP*



Se observó que 2 de cada 11 personas participan de 5 a 7 veces de forma oral en las sesiones virtuales del club. Por otro lado, 73% de las personas participan de 2 a 4 veces, siendo este el rango de participación más usual. Tan sólo 1 persona (9%) asegura participar de 8 a 10 veces, siendo este el rango de participación más alto presente en los clubes. Cabe mencionar que nadie indicó no participar en absoluto, así como tampoco hacerlo más de 10 veces.

### 6.1.3. Estímulos verbales

2. ¿Utilizas palabras de aprecio y valoración para referirte a una persona, grupo de personas, temas, movimientos sociales, culturales o políticos, libros, películas, etc. cuando participas en las sesiones virtuales del club?

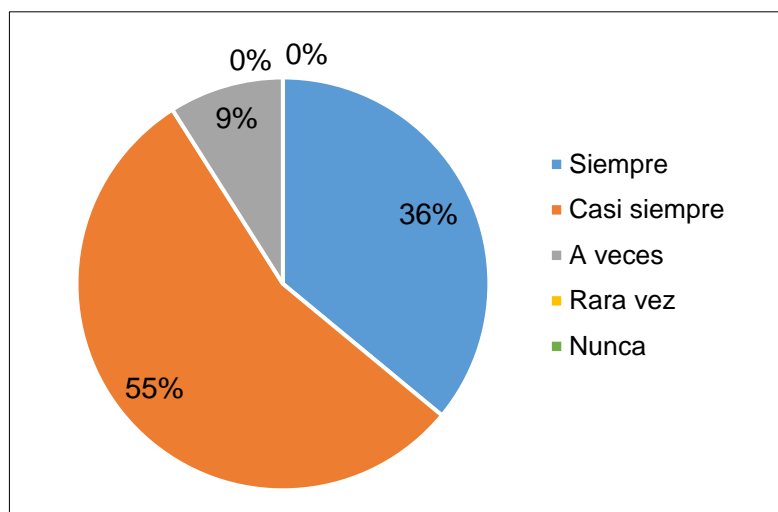
Tabla 26

Connotación: positiva (ej. Palabras como bueno, interesante, entretenido, etc.)

Connotación: positiva	f	Fa	fr	fra	fp
Siempre	4	4	0.36	0.36	36%
Casi siempre	6	10	0.55	0.91	55%
A veces	1	11	0.09	1	9%
Rara vez	0	11	0.00	1	0%
Nunca	0	11	0.00	1	0%
Total	11		1		100%

Figura 43

Connotación: positiva (ej. Palabras como bueno, interesante, entretenido, etc.)



Se observó que 91% Siempre o Casi siempre utilizan palabras de aprecio durante las sesiones. Cabe resaltar que ninguno de los censados señaló no recurrir a este tipo de palabras, siendo un 9% quienes A veces las utilizan.

3. ¿Utilizas palabras descalificantes, irónicas o de desprecio para referirte a una persona, grupo de personas, temas, movimientos sociales, culturales o políticos, libros, películas, etc. cuando participas en las sesiones virtuales del club?

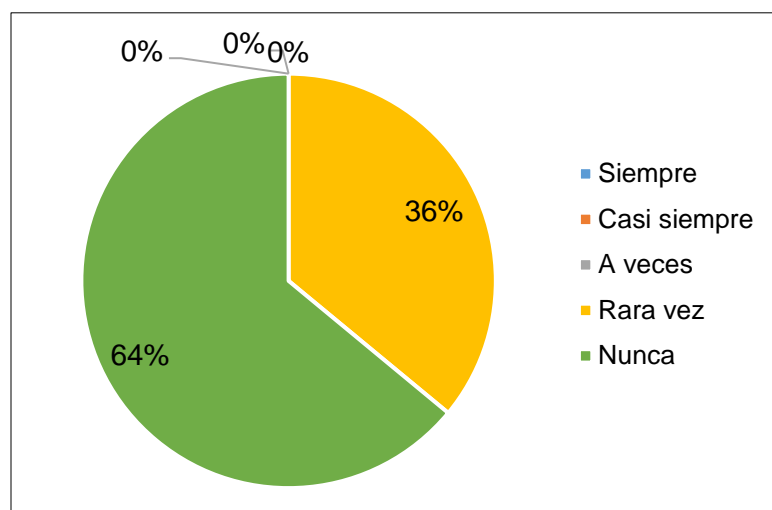
Tabla 27

Connotación: negativa

Connotación: negativa	f	fa	fr	fra	fp
Siempre	0	0	0.00	0.00	0%
Casi siempre	0	0	0.00	0.00	0%
A veces	0	0	0.00	0.00	0%
Rara vez	4	4	0.36	0.36	36%
Nunca	7	11	0.64	1	64%
Total	11		1		100%

Figura 44

Connotación: negativa



Se observó que 64% de las personas Nunca utilizan palabras descalificantes durante las sesiones del club, aunque un 36% asegura hacerlo Rara vez.

4. ¿Utilizas palabras y conceptos especializados pertenecientes al ámbito literario cuando participas en las sesiones virtuales del club?

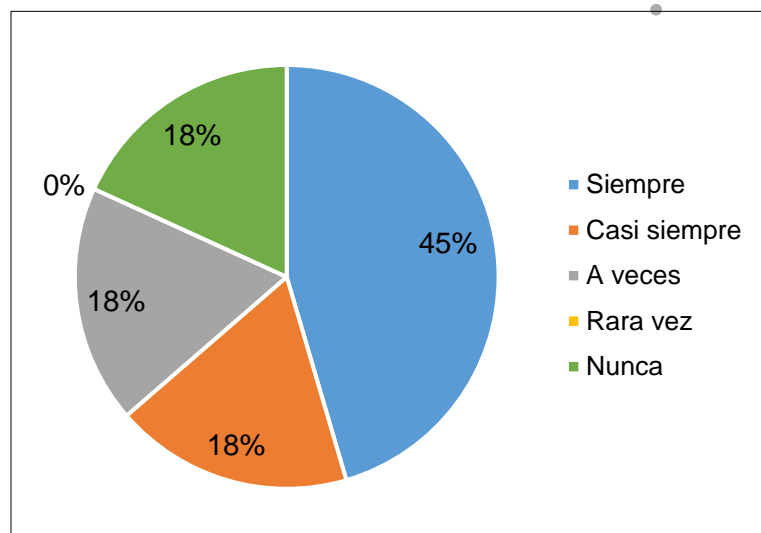
Tabla 28

Léxico: Lenguaje especializado

Léxico: Lenguaje especializado	f	fa	fr	fra	fp
Siempre	5	5	0.45	0.45	45%
Casi siempre	2	7	0.18	0.64	18%
A veces	2	9	0.18	0.82	18%
Rara vez	0	9	0.00	0.82	0%
Nunca	2	11	0.18	1	18%
Total	11		1		100%

Figura 45

Léxico: Lenguaje especializado



Se observó que 64% de las personas Siempre o Casi siempre utilizan palabras especializadas del ámbito literario durante las sesiones. Un 18% A veces lo hace y otro 18% Nunca recurre a este tipo de palabras.

## 5. ¿Utilizas palabras de uso cotidiano cuando participas en las sesiones virtuales del club?

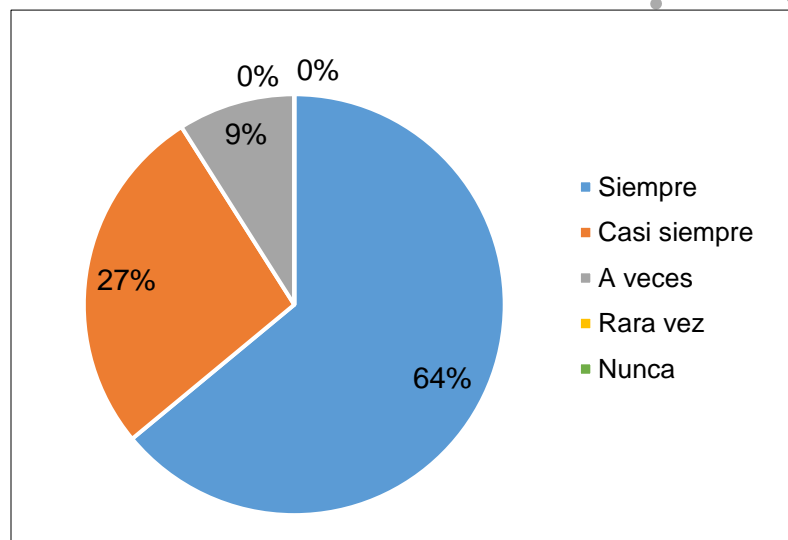
**Tabla 29**

*Léxico: Lenguaje cotidiano*

<b>Léxico: Lenguaje cotidiano</b>	<b>f</b>	<b>fa</b>	<b>fr</b>	<b>fra</b>	<b>fp</b>
Siempre	7	7	0.64	0.64	64%
Casi siempre	3	10	0.27	0.91	27%
A veces	1	11	0.09	1	9%
Rara vez	0	11	0.00	1	0%
Nunca	0	11	0.00	1	0%
Total	11		1		100%

**Figura 46**

*Léxico: Lenguaje cotidiano*



Se observó que 91% de las personas Siempre o Casi siempre utilizan palabras de uso cotidiano durante las sesiones del club. Mientras que el 9% sólo lo hace A veces.

6. ¿Qué aspectos sueles abordar cuando participas en las sesiones virtuales del club? (elección de hasta 5 opciones).

**Tabla 30**

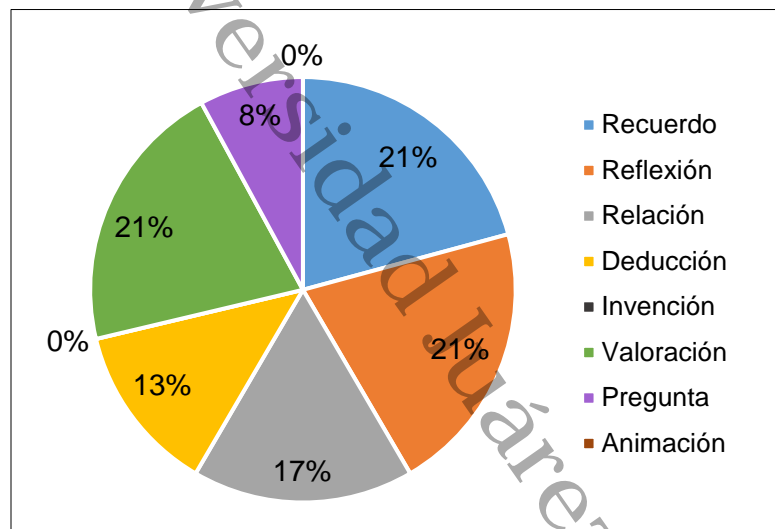
*Expresiones*

<b>Expresiones</b>	<b>f</b>	<b>fr</b>	<b>fp</b>
Recuerdo	10	0.21	21%
Reflexión	10	0.21	21%
Relación	8	0.17	17%
Deducción	6	0.13	13%
Invencción	0	0.00	0%
Valoración	10	0.21	21%
Pregunta	4	0.08	8%
Animación	0	0.00	0%
Total	48	1	100%

Se observó que 21% de los censados recomiendan obras o comparten experiencias personales relacionadas con la lectura comentada (recuerdo), esta misma cifra se repite cuando realizan meditaciones sobre la lectura o las opiniones del resto de participantes (reflexión).

Figura 47

Expresiones



Por su parte, 17% identifica la forma en la que la lectura se conecta con otras obras artísticas (relación), 13% formula teorías de lo que podría suceder en la historia (deducción), 21% opina sobre la lectura con o sin argumentos (valoración) y un 8% realiza preguntas acerca de la historia (pregunta). Ningún censado crea productos derivados de la lectura como *collages* o cuentos (Invención) ni emplea palabras que motiven la participación (animación).

#### 6.1.4. Estímulos vocales

### 7. ¿Con qué intensidad de volumen hablas durante las sesiones virtuales del club?

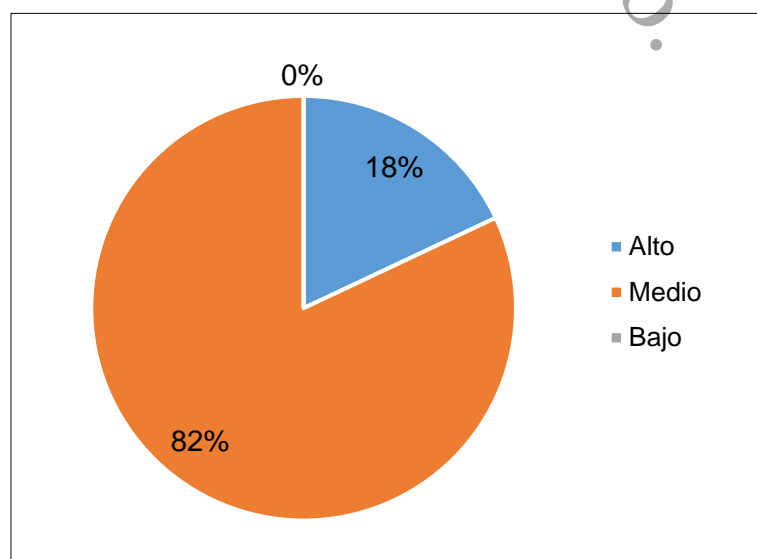
Tabla 31

Volumen

Volumen	f	fa	fr	fra	fp
Alto	2	2	0.18	0.18	18%
Medio	9	11	0.82	1	82%
Bajo	0	11	0.00	1	0%
Total	11		1		100%

Figura 48

Volumen



Se observó que 2 de cada 11 personas aseguran utilizar un Volumen alto durante las sesiones (18%), mientras que 82% indican emplear un Volumen medio. Ningún participante señala recurrir al Volumen bajo.

## 8. ¿A qué velocidad hablas durante las sesiones virtuales del club?

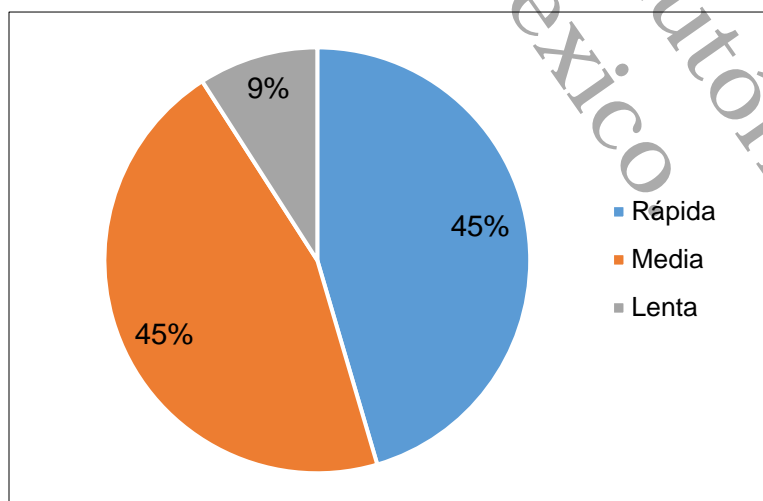
**Tabla 32**

*Velocidad*

Velocidad	f	fa	fr	fra	fp
Rápida	5	5	0.45	0.45	45%
Media	5	10	0.45	0.91	45%
Lenta	1	11	0.09	1	9%
Total	11				100%

**Figura 49**

*Velocidad*



Se observó que 45% de los censados hablan de forma rápida durante las sesiones del club, esta misma cifra se repite en el caso de la Velocidad media. No obstante, sólo el 9% asegura hablar de forma lenta.

### 9. ¿Puedes expresar tus ideas de forma coherente durante las sesiones virtuales del club?

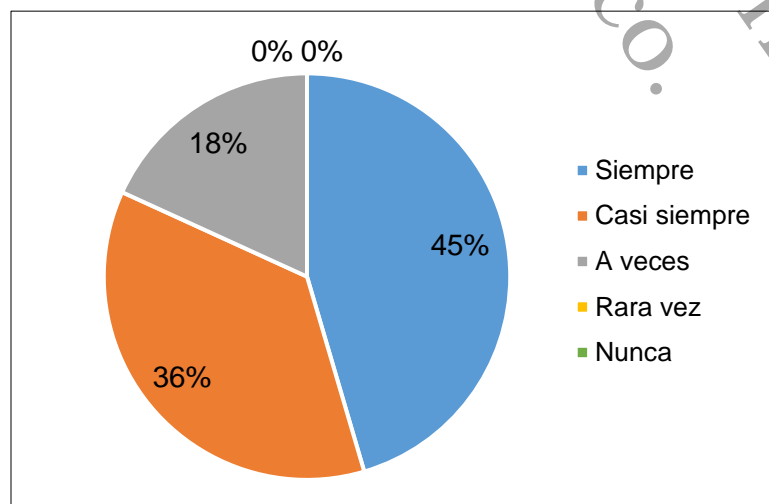
**Tabla 33**

*Fluidez: Coherencia*

Coherencia	f	fa	fr	fra	fp
Siempre	5	5	0.45	0.45	45%
Casi siempre	4	9	0.36	0.82	36%
A veces	2	11	0.18	1	18%
Rara vez	0	11	0.00	1	0%
Nunca	0	11	0.00	1	0%
Total	11		1		100%

**Figura 50**

*Fluidez: Coherencia*



Se observó que 82% de los censados Siempre o Casi siempre pueden expresar sus ideas de forma coherente durante las sesiones, aunque sólo 2 de cada 11 logra hacerlo A veces (18%).

## 10. ¿Repites ideas dos o más veces durante las sesiones virtuales del club?

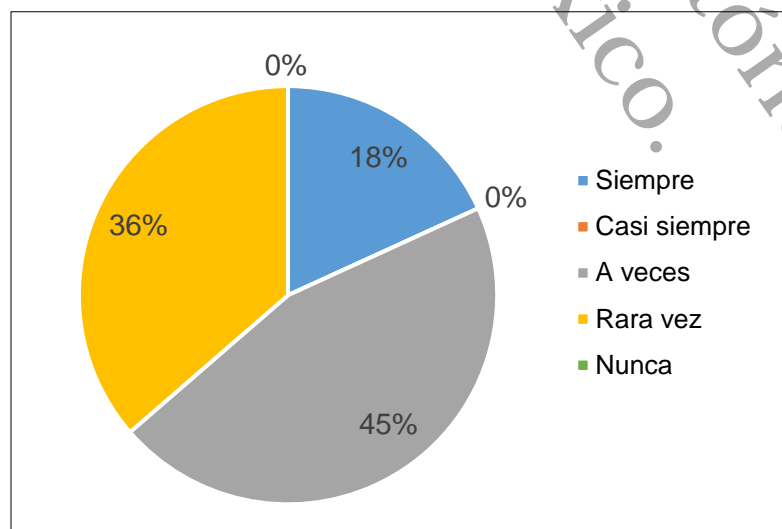
**Tabla 34**

*Fluidez: Repetición*

Repetición	f	fa	fr	fra	fp
Siempre	2	2	0.18	0.18	18%
Casi siempre	0	2	0.00	0.18	0%
A veces	5	7	0.45	0.64	45%
Rara vez	4	11	0.36	1	36%
Nunca	0	11	0.00	1	0%
Total	11		1		100%

**Figura 51**

*Fluidez: Repetición*



Se observó que 2 de cada 11 personas (18%) Siempre repiten ideas durante las sesiones del club, sin embargo, 45% asegura hacerlo A veces y 36% Rara vez.

11. ¿Utilizas muletillas en tu discurso durante las sesiones virtuales del club?

**Muletillas:** palabras o expresiones repetidas con frecuencia, algunos ejemplos son: eh, em, mmm, este, es decir, o sea, ya que, ajá, y así, pues, etc.

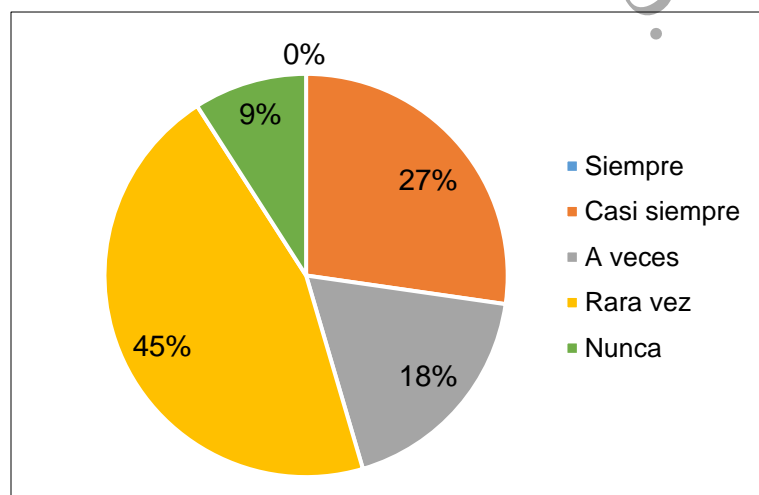
**Tabla 35**

*Fluidez: Muletillas*

Muletillas	f	fa	fr	fra	fp
Siempre	0	0	0.00	0.00	0%
Casi siempre	3	3	0.27	0.27	27%
A veces	2	5	0.18	0.45	18%
Rara vez	5	10	0.45	0.91	45%
Nunca	1	11	0.09	1	9%
Total	11		1		100%

**Figura 52**

*Fluidez: Muletillas*



Se observó que 3 de cada 11 personas (27%) Casi siempre emplean muletillas durante las sesiones del club. Por otro lado, 18% lo hace A veces, 45% Rara vez y sólo 9% asegura Nunca utilizarlas.

## 12. ¿Realizas pausas al hablar para ordenar tus ideas durante las sesiones virtuales del club?

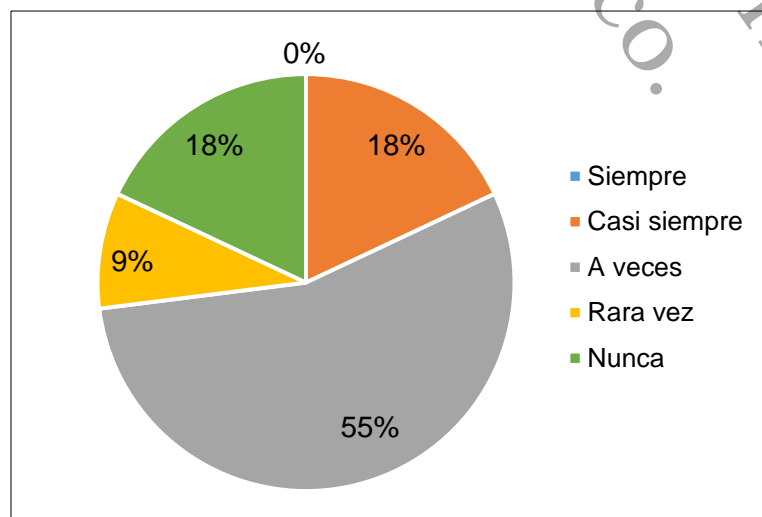
**Tabla 36**

*Fluidez: Pausas 1*

<b>Pausas 1</b>	<b>f</b>	<b>fa</b>	<b>fr</b>	<b>fra</b>	<b>fp</b>
Siempre	0	0	0.00	0.00	0%
Casi siempre	2	2	0.18	0.18	18%
A veces	6	8	0.55	0.73	55%
Rara vez	1	9	0.09	0.82	9%
Nunca	2	11	0.18	1	18%
Total	11		1		100%

**Figura 53**

*Fluidez: Pausas 1*



Se observó que 2 de cada 11 personas (18%) Casi siempre realizan pausas al hablar durante las sesiones del club, 55% lo hace A veces, 9% Rara vez y 18% Nunca. Cabe señalar que nadie indicó hacerlo Siempre.

### 13. ¿Los integrantes del club te interrumpen mientras hablas durante las sesiones virtuales?

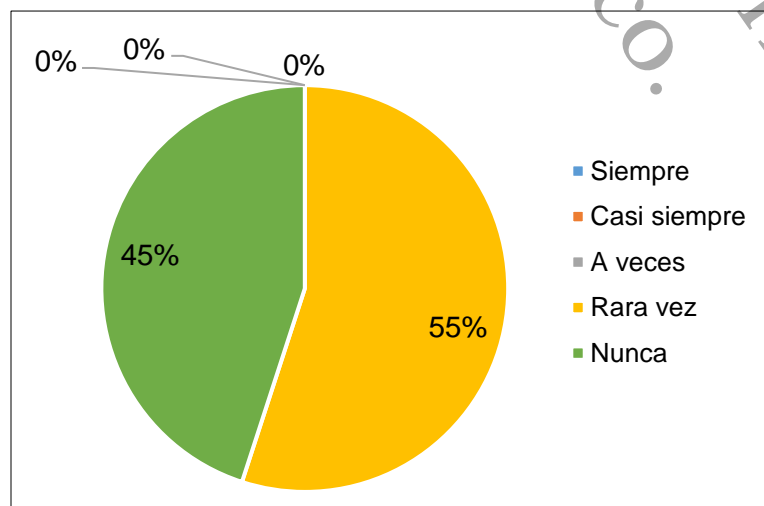
**Tabla 37**

*Fluidez: Pausas 2*

<b>Pausas 2</b>	<b>f</b>	<b>fa</b>	<b>fr</b>	<b>fra</b>	<b>fp</b>
Siempre	0	0	0.00	0.00	0%
Casi siempre	0	0	0.00	0.00	0%
A veces	0	0	0.00	0.00	0%
Rara vez	6	6	0.55	0.55	55%
Nunca	5	11	0.45	1	45%
Total	11		1		100%

**Figura 54**

*Fluidez: Pausas 2*



Se observó que 55% de las personas señalan Rara vez ser interrumpidos durante las sesiones mientras hablan. Por su parte, 45% asegura Nunca haber experimentado este hecho.

#### 14. ¿Qué tono utilizas al hablar durante las sesiones virtuales del club?

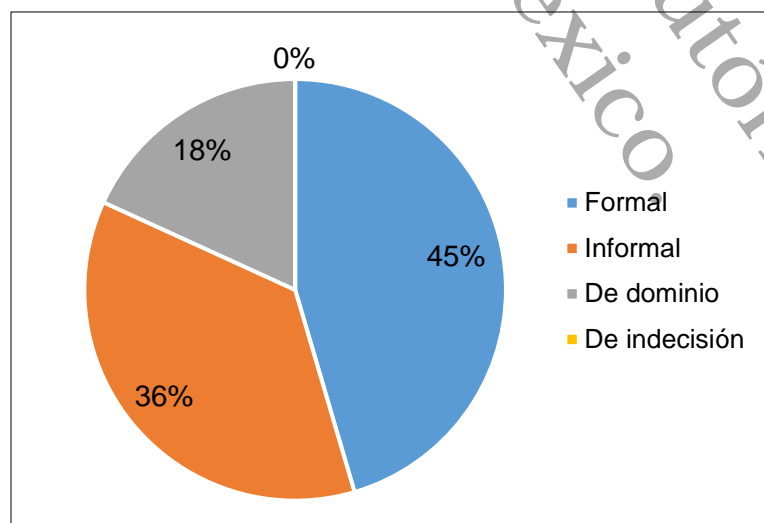
Tabla 38

Tonos

Tonos	f	fr	fp
Formal	5	0.45	45%
Informal	4	0.36	36%
De dominio	2	0.18	18%
De indecisión	0	0.00	0%
Total	11	1	100%

Figura 55

Tonos



Se observó que 45% de las personas emplean un Tono formal al hablar durante las sesiones, 36% recurren a un Tono informal, 18% a uno de dominio y ninguno a uno de indecisión.

### 6.1.5. Estímulos físicos

#### 15. ¿Enciendes la cámara durante las sesiones virtuales del club?

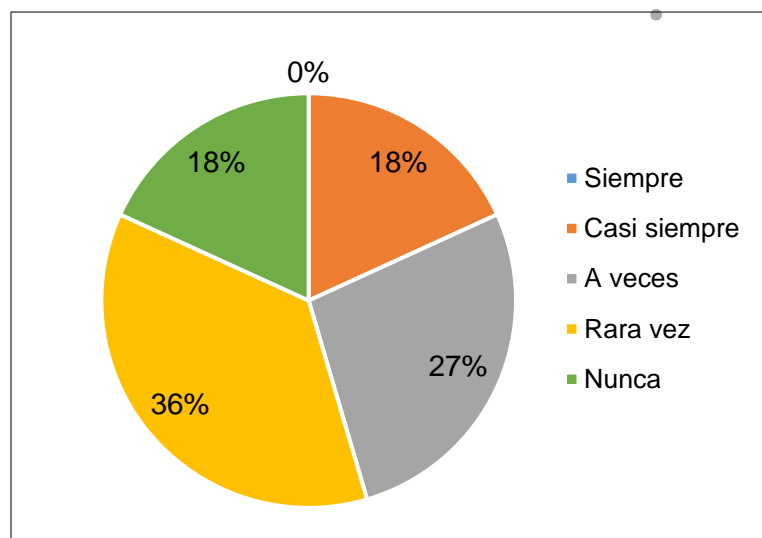
**Tabla 39**

*Cámara encendida*

<b>Cámara encendida</b>	<b>f</b>	<b>fa</b>	<b>fr</b>	<b>fra</b>	<b>fp</b>
Siempre	0	0	0.00	0.00	0%
Casi siempre	2	2	0.18	0.18	18%
A veces	3	5	0.27	0.45	27%
Rara vez	4	9	0.36	0.82	36%
Nunca	2	11	0.18	1	18%
Total	11		1		100%

**Figura 56**

*Cámara encendida*



Se observó que 2 de cada 11 personas (18%) Casi siempre encienden su cámara durante las sesiones del club, mientras que 3 de cada 11 (27%) lo hace A veces, 4 de cada 11 (36%) Rara vez y 2 de cada 11 (18%) Nunca.

Si tu respuesta a la pregunta anterior fue a), b) o c) continúa en el orden establecido, de haber sido d) o e) continúa en la pregunta 23.

16. ¿Cuáles son las posturas físicas que adoptas frente a la cámara con más frecuencia durante las sesiones virtuales del club? (elección de hasta 4 opciones).

**Tabla 40**

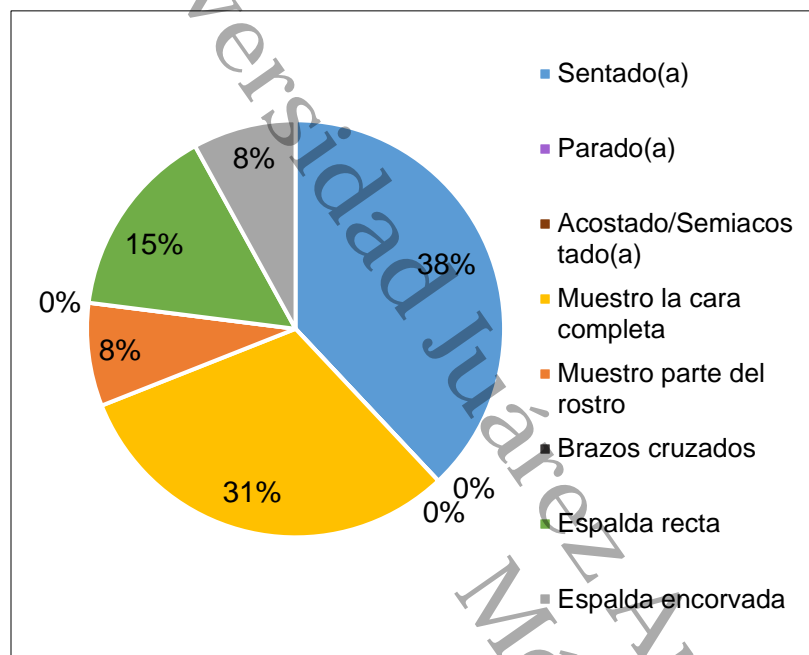
*Expresión corporal: Posturas*

Posturas	f	fr	fp
Sentado(a)	5	0.38	38%
Parado(a)	0	0.00	0%
Acostado(a)/ Semiacostado(a)	0	0.00	0%
Muestro la cara completa	4	0.31	31%
Muestro parte del rostro	1	0.08	8%
Brazos cruzados	0	0.00	0%
Espalda recta	2	0.15	15%
Espalda encorvada	1	0.08	8%
Total	13	1	100%

Se observó que, en lo que respecta a las posturas de apertura, 38% prefiere permanecer sentado durante las sesiones, seguido de mostrar la cara completa con un 31%. Igualmente, 15% indica mostrarse a cámara con la espalda recta. Por otro lado, en lo que concierne a las posturas de represión, sobresale que un 8% opta por mostrar parte del rostro y otro 8% permanece con la espalda encorvada.

Figura 57

Expresión corporal: Posturas



En síntesis, 84% de los censados se inclina por las posturas de apertura, mientras que un 16% por las posturas de represión. Para más información sobre la distinción entre las posturas de apertura y represión, ir al *Capítulo III. Marco teórico*, tema 3.3.3. *Control corporal: Estímulos físicos*.

17. ¿Cuáles son los movimientos de manos que adoptas frente a la cámara con más frecuencia durante las sesiones virtuales del club? (elección de hasta 5 opciones).

**Tabla 41**

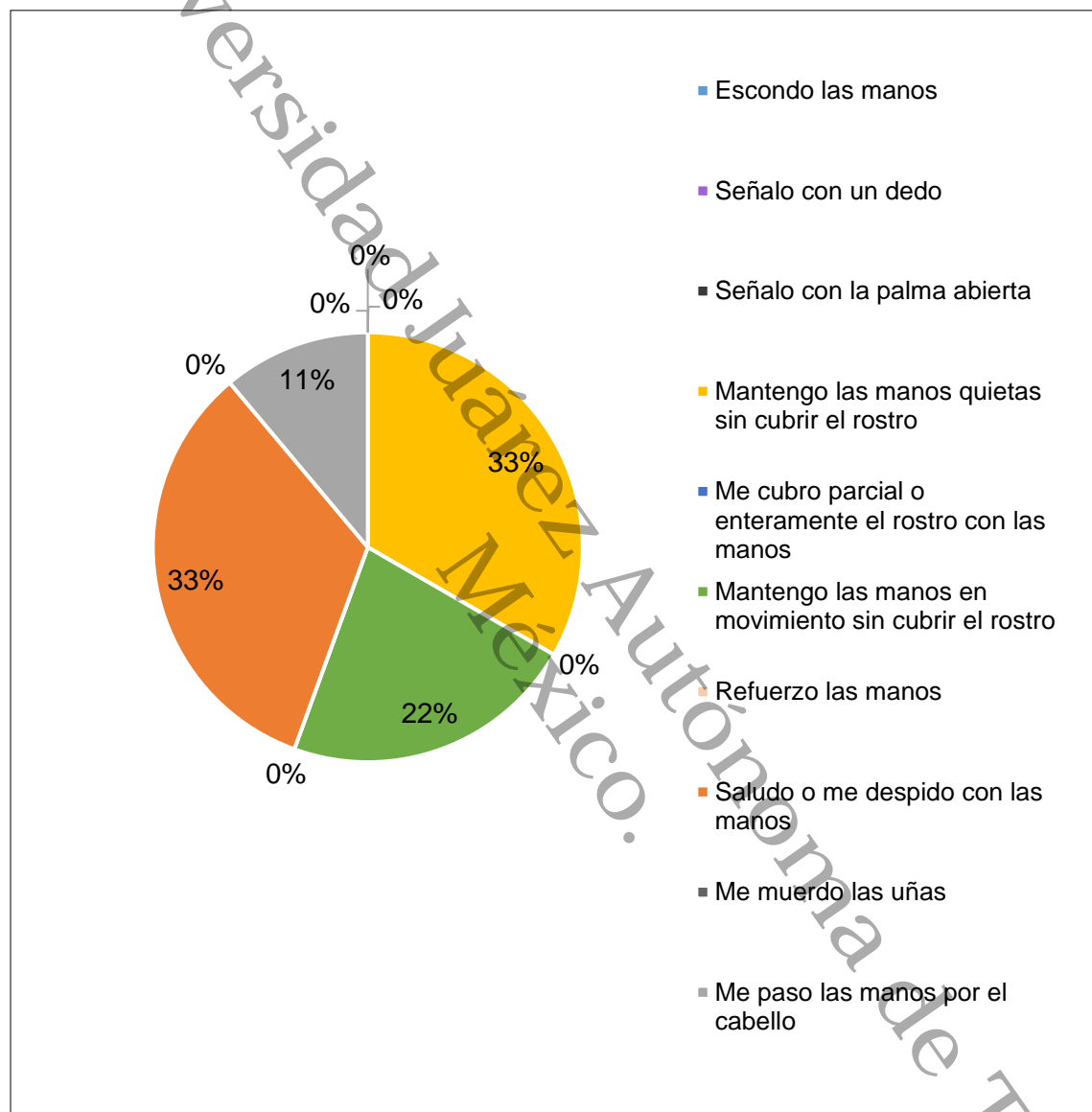
*Expresión corporal: Movimientos de manos*

<b>Movimientos de manos</b>	<b>f</b>	<b>fr</b>	<b>fp</b>
Escondo las manos	0	0.00	0%
Señalo con un dedo	0	0.00	0%
Señalo con la palma abierta	0	0.00	0%
Mantengo las manos quietas sin cubrir el rostro	3	0.33	33%
Me cubro parcial o enteramente el rostro con las manos	0	0.00	0%
Mantengo las manos en movimiento sin cubrir el rostro	2	0.22	22%
Refuerzo las manos	0	0.00	0%
Saludo o me despido con las manos	3	0.33	33%
Me muerdo las uñas	0	0.00	0%
Me paso las manos por el cabello	1	0.11	11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

Se observó que, en lo que atañe a los movimientos de manos positivos, 33% de los censados mantienen las manos quietas sin cubrir su rostro durante las sesiones del club, otro 33% saluda o se despide con las manos y 22% mantiene las manos en movimiento sin cubrir su rostro. No obstante, en el plano de los movimientos de manos negativos, 11% suele pasarse las manos por el cabello.

**Figura 58**

*Expresión corporal: Movimientos de manos*



En resumen, 88% de los censados suele recurrir a los movimientos de manos positivos, mientras que sólo el 11% emplea movimientos de manos negativos.

18. ¿Cuál es el movimiento de cabeza que adoptas frente a la cámara con más frecuencia durante las sesiones virtuales del club?

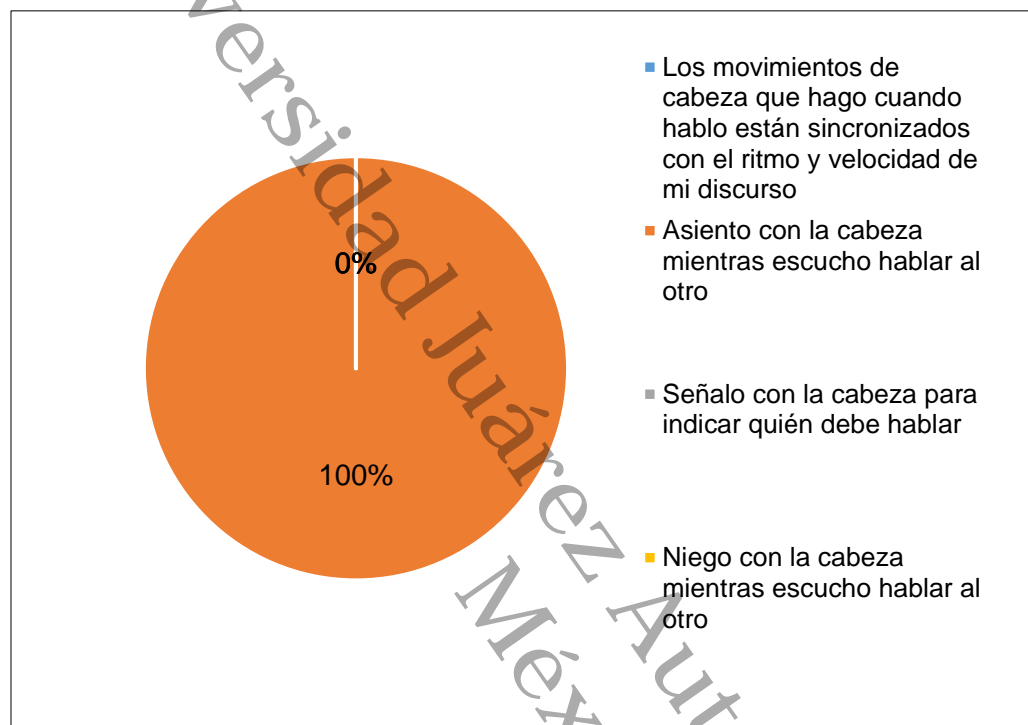
**Tabla 42**

*Expresión corporal: Movimientos de cabeza*

<b>Movimientos de cabeza</b>	<b>f</b>	<b>fr</b>	<b>fp</b>
Los movimientos de cabeza que hago cuando hablo están sincronizados con el ritmo y velocidad de mi discurso	0	0.00	0%
Asiento con la cabeza mientras escucho hablar al otro	5	1.00	100%
Señalo con la cabeza para indicar quién debe hablar	0	0.00	0%
Niego con la cabeza mientras escucho hablar al otro	0	0.00	0%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

Figura 59

Expresión corporal: Movimientos de cabeza



Se observó que el 100% de los censados emplean movimientos de cabeza de refuerzo (*asiento con la cabeza mientras escucho hablar al otro*) durante las sesiones del club. Ningún censado indica emplear movimientos de sincronización (*Los movimientos de cabeza que hago cuando hablo están sincronizados con el ritmo y velocidad de mi discurso*), estímulo (*Señalo con la cabeza para indicar quién debe hablar*) o de desanimo (*Niego con la cabeza mientras escucho hablar al otro*).

19. ¿Mantienes el contacto visual con la cámara durante las sesiones virtuales del club?

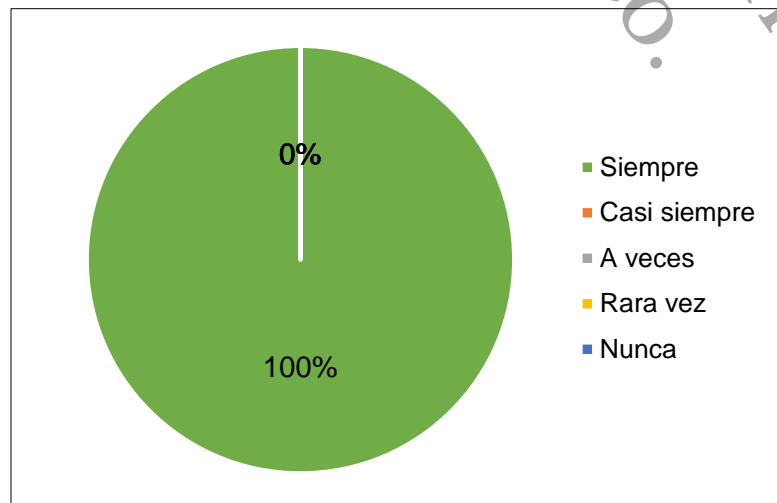
Tabla 43

Expresión facial: Mirada

Mirada	f	fa	fr	fra	fp
Siempre	5	5	1.00	1	100%
Casi siempre	0	5	0.00	1	0%
A veces	0	5	0.00	1	0%
Rara vez	0	5	0.00	1	0%
Nunca	0	5	0.00	1	0%
Total	5		1		100%

Figura 60

Expresión facial: Mirada



Se observó que el 100% de los censados mantiene contacto visual con la cámara durante las sesiones del club. En otras palabras, suelen emplear un tipo de mirada atenta.

20. ¿Recuerdas a los gestos faciales frente a la cámara como otra forma de comunicación durante las sesiones virtuales del club?

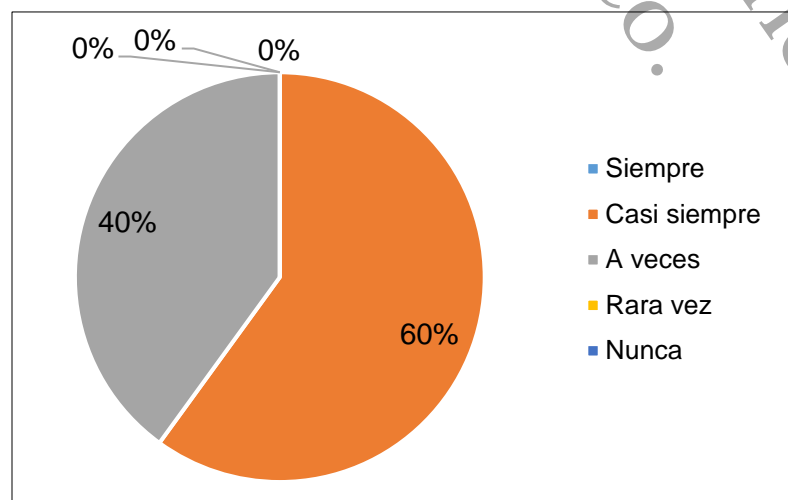
Tabla 44

Expresión facial: Gestos

Gestos	f	fa	fr	fra	fp
Siempre	0	0	0.00	0.00	0%
Casi siempre	3	3	0.60	0.60	60%
A veces	2	5	0.40	1	40%
Rara vez	0	5	0.00	1	0%
Nunca	0	5	0.00	1	0%
Total	5		1		100%

Figura 61

Expresión facial: Gestos



Se observó que 60% de las personas Casi siempre emplean gestos faciales frente a la cámara y un 40% lo hace A veces, por lo que es apropiado señalar que más de la mitad de los censados mantiene gestos expresivos durante las sesiones como otra forma de comunicación.

### 6.1.6. Estímulos situacionales

21. ¿Qué tipo de fondo te acompaña cuando mantienes la cámara encendida durante las sesiones virtuales del club?

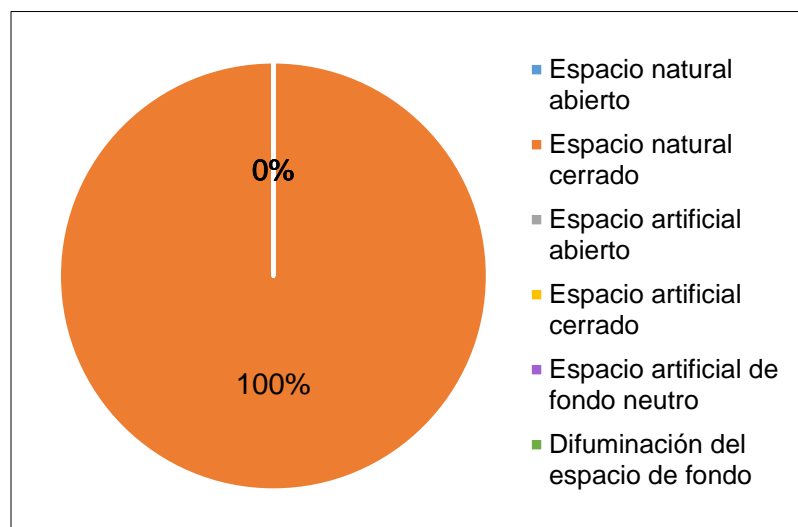
Tabla 45

Aspecto: Ambiente de fondo (espacio)

Ambiente de fondo (espacio)	f	fr	fp
Espacio natural abierto	0	0.00	0%
Espacio natural cerrado	5	1.00	100%
Espacio artificial abierto	0	0.00	0%
Espacio artificial cerrado	0	0.00	0%
Espacio artificial de fondo neutro	0	0.00	0%
Difuminación del espacio de fondo	0	0.00	0%
Total	5	1	100%

Figura 62

Aspecto: Ambiente de fondo (espacio)



Se observó que 100% de las personas que prenden su cámara se encuentran en un espacio natural cerrado durante las sesiones. Es decir, se conectan desde sitios aislados reales como recámaras, salas de estar, estudios, etc.

22. ¿Cómo suele ser la calidad de tu imagen con la cámara prendida durante las sesiones virtuales del club?

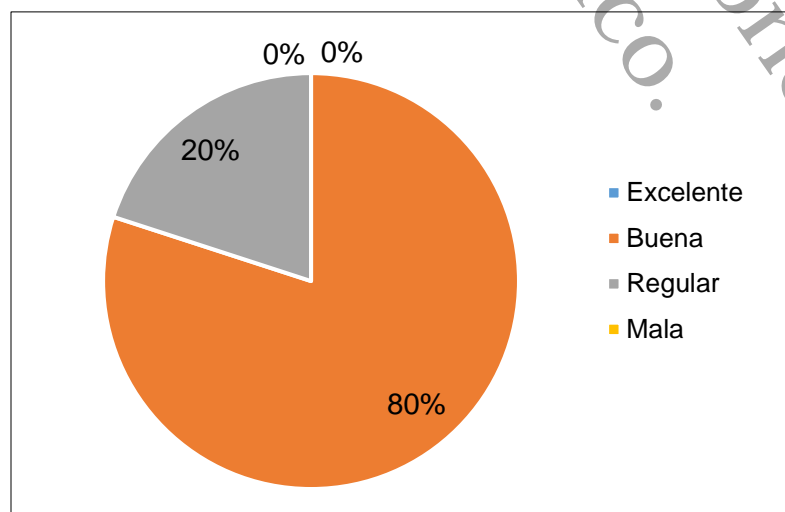
Tabla 46

Aspecto: Calidad de imagen

Calidad imagen	de	f	fr	fp
Excelente		0	0,00	0%
Buena		4	0,80	80%
Regular		1	0,20	20%
Mala		0	0,00	0%
Total		5	1	100%

Figura 63

Aspecto: Calidad de imagen



Se observó que 80% de los censados que prenden su cámara durante las sesiones del club tienen una calidad de imagen buena. Sin embargo, 20% presenta una calidad regular.

### 23. ¿Qué nombre de usuario muestras durante las sesiones virtuales del club?

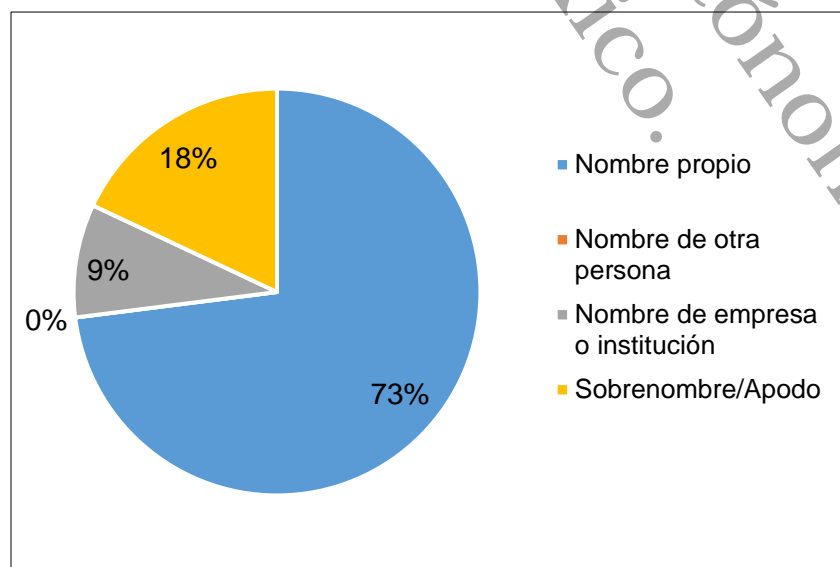
**Tabla 47**

*Aspecto: Nombre de usuario*

Nombre de usuario	f	fr	fp
Nombre propio	8	0.73	73%
Nombre de otra persona	0	0.00	0%
Nombre de empresa o institución	1	0.09	9%
Sobrenombre/Apodo	2	0.18	18%
Total	11	1	100%

**Figura 64**

*Aspecto: Nombre de usuario*



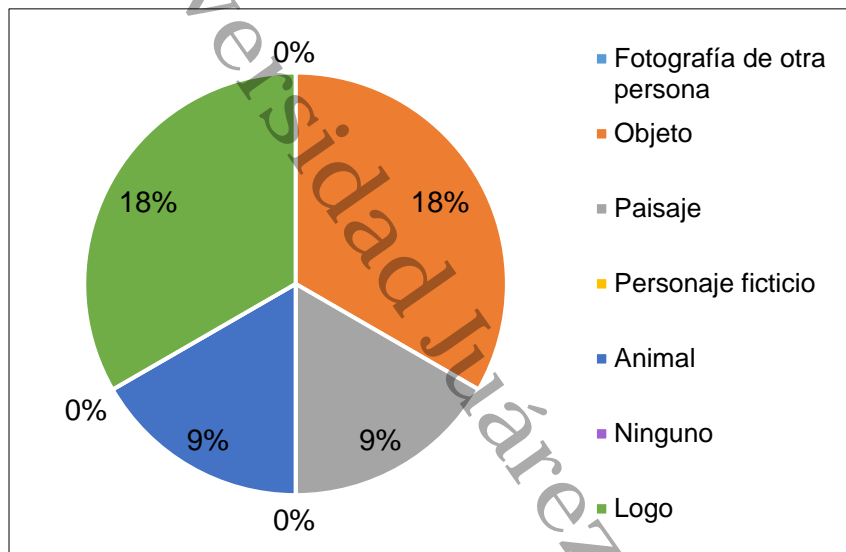
Se observó que la mayoría de los censados (73%) muestra su propio nombre durante las sesiones, mientras que 9% aparece con el nombre de una institución. Aunque 2 de cada 11 personas (18%) se presenta con un apodo.

24. ¿Qué imagen de perfil muestras durante las sesiones virtuales del club?

**Tabla 48**

*Aspecto: Imagen de perfil*

<b>Imagen de perfil</b>	<b>f</b>	<b>fr</b>	<b>fp</b>
Fotografía propia	5	0.45	45%
Fotografía de otra persona	0	0.00	0%
Objeto	2	0.18	18%
Paisaje	1	0.09	9%
Personaje ficticio	0	0.00	0%
Animal	1	0.09	9%
Ninguno	0	0.00	0%
Logo	2	0.18	18%
Total	11	1	100%

**Figura 65***Aspecto: Imagen de perfil*

Se observó que casi la mitad (45%) de los censados coloca una fotografía de ellos mismos en su perfil para conectarse durante las sesiones del club, un 18% se identifica con un objeto y otro 18% con un logo. Solo 9% coloca la imagen de un paisaje o de un animal.

25. ¿Apagas o enciendes el micrófono según se te indica durante las sesiones virtuales del club?

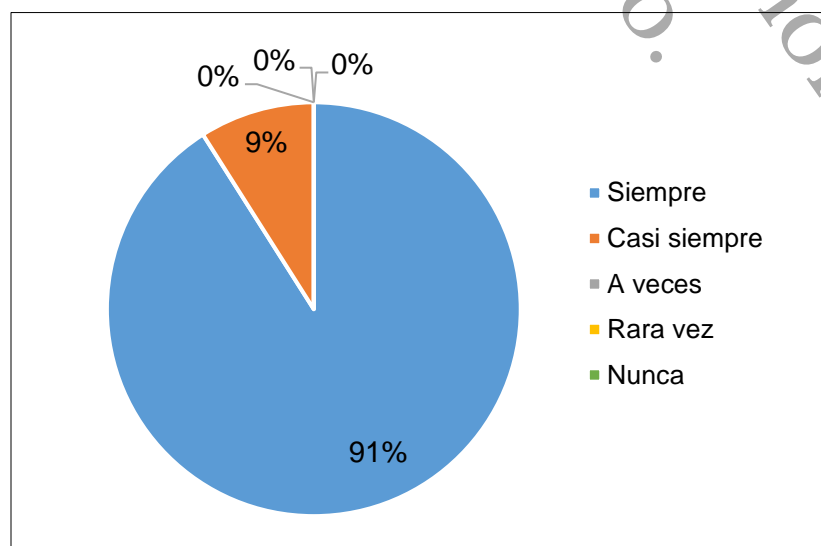
Tabla 49

Aspecto: Micrófono

Micrófono	f	fa	fr	fra	fp
Siempre	10	10	0.91	0.91	91%
Casi siempre	1	11	0.09	1	9%
A veces	0	11	0.00	1	0%
Rara vez	0	11	0.00	1	0%
Nunca	0	11	0.00	1	0%
Total	11		1		100%

Figura 66

Aspecto: Micrófono



Se observó que 91% de los censados Siempre apaga y enciende el micrófono según se les pide durante las sesiones del club. Mientras que sólo el 9% lo hace Casi siempre.

26. ¿Qué sonido de fondo sueles tener cuando participas de forma oral en las sesiones virtuales del club?

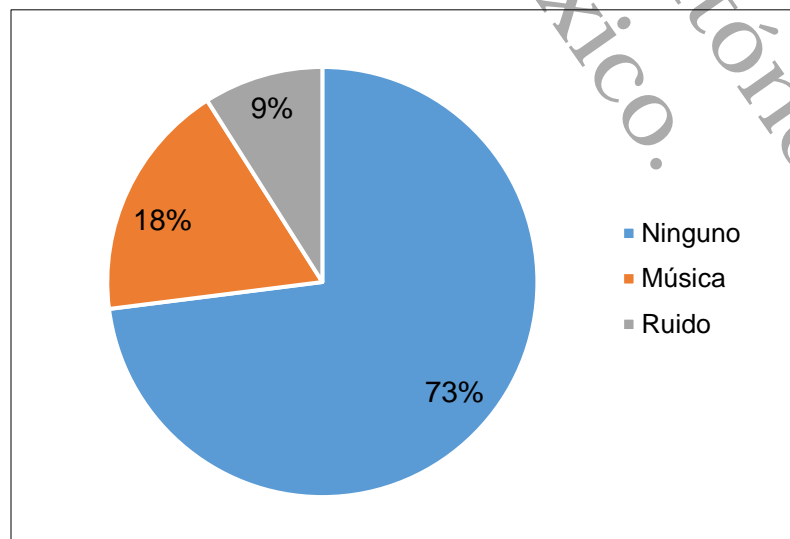
Tabla 50

Aspecto: Sonido de fondo

Sonido de fondo	f	fr	fp
Ninguno	8	0.73	73%
Música	2	0.18	18%
Ruido	1	0.09	9%
Total	11	1	100%

Figura 67

Aspecto: Sonido de fondo



Se observó que 73% de los censados asegura no tener ningún sonido de fondo cuando hablan durante las sesiones y, por ende, prenden su micrófono. Aunque 18% presenta música y sólo 9% ruido.

## 27. ¿Compartes pantalla cuando participas en las sesiones virtuales del club?

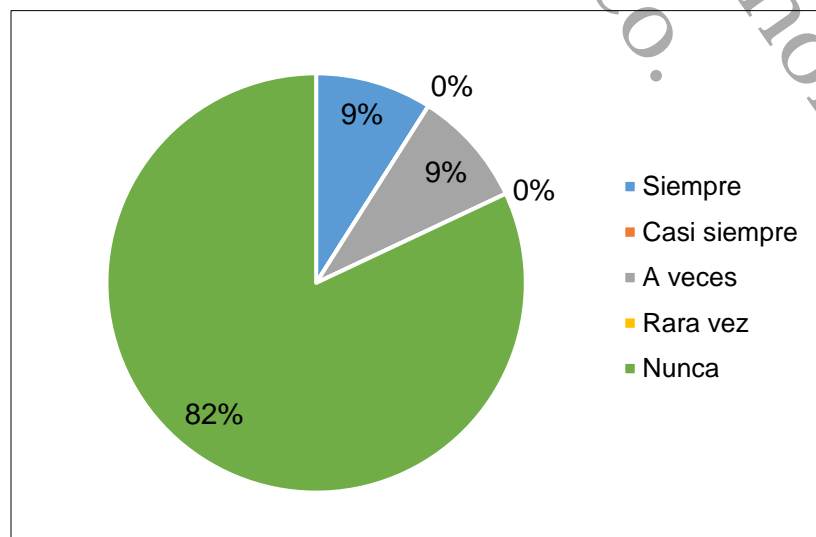
**Tabla 51**

Contexto: *Compartir pantalla*

Compartir pantalla	f	fa	fr	fra	fp
Siempre	1	1	0.09	0.09	9%
Casi siempre	0	1	0.00	0.09	0%
A veces	1	2	0.09	0.18	9%
Rara vez	0	2	0.00	0.18	0%
Nunca	9	11	0.82	1	82%
Total	11		1		100%

**Figura 68**

Contexto: *Compartir pantalla*



Se observó que 82% de los censados Nunca comparten pantalla durante las sesiones del club. Por otro lado, sólo 9% lo hace Siempre y otro 9% A veces.

28. ¿Te expresas de forma escrita utilizando el chat de la plataforma de videollamada durante las sesiones virtuales del club?

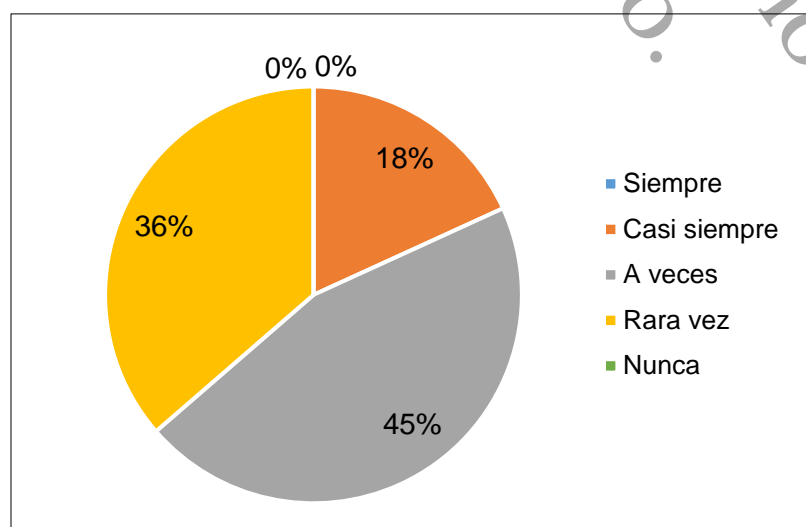
Tabla 52

Contexto: Comentarios

Comentarios	f	fa	fr	fra	fp
Siempre	0	0	0.00	0.00	0%
Casi siempre	2	2	0.18	0.18	18%
A veces	5	7	0.45	0.64	45%
Rara vez	4	11	0.36	1	36%
Nunca	0	11	0.00	1	0%
Total	11		1		100%

Figura 69

Contexto: Comentarios



Se observó que 45% de los censados A veces utilizan el chat de la videollamada como medio de comunicación escrita. Aunque 4 de cada 11 (36%) lo emplea Rara vez y tan sólo 2 de cada 11 (18%) Casi siempre.

29. ¿Envías emojis por medio del chat de la plataforma de videollamada durante las sesiones virtuales del club?

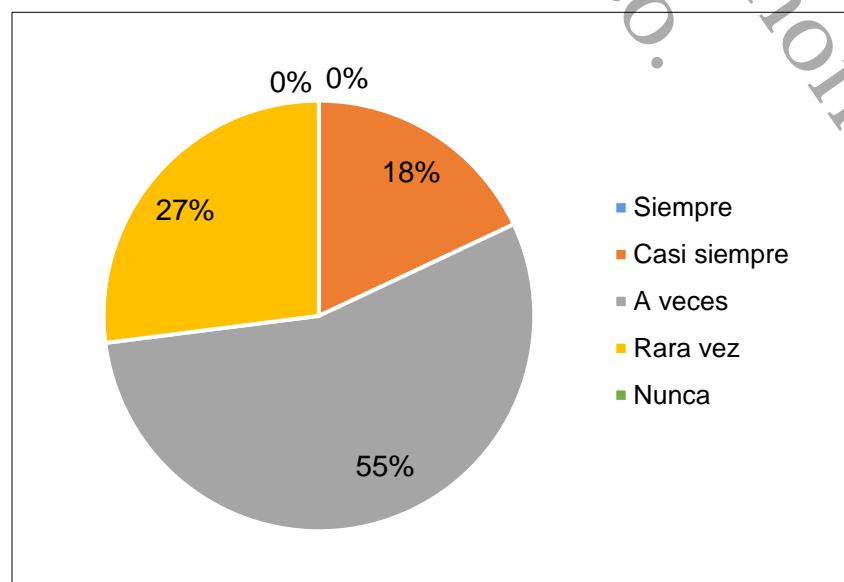
Tabla 53

Contexto: Emojis

Emojis	f	fa	fr	fra	fp
Siempre	0	0	0.00	0.00	0%
Casi siempre	2	2	0.18	0.18	18%
A veces	6	8	0.55	0.73	55%
Rara vez	3	11	0.27	1	27%
Nunca	0	11	0.00	1	0%
Total	11		1		100%

Figura 70

Contexto: Emojis



Se observó que 2 de cada 11 personas (18%) Casi siempre emplean emojis por medio del chat de la videollamada, 55% A veces recurre a ellos y 27% Rara vez lo hace.

30. ¿Haces uso de las reacciones (iconos de levantar la mano, saludar, felicitar, etc.) que ofrece la plataforma de videollamada durante las sesiones virtuales del club?

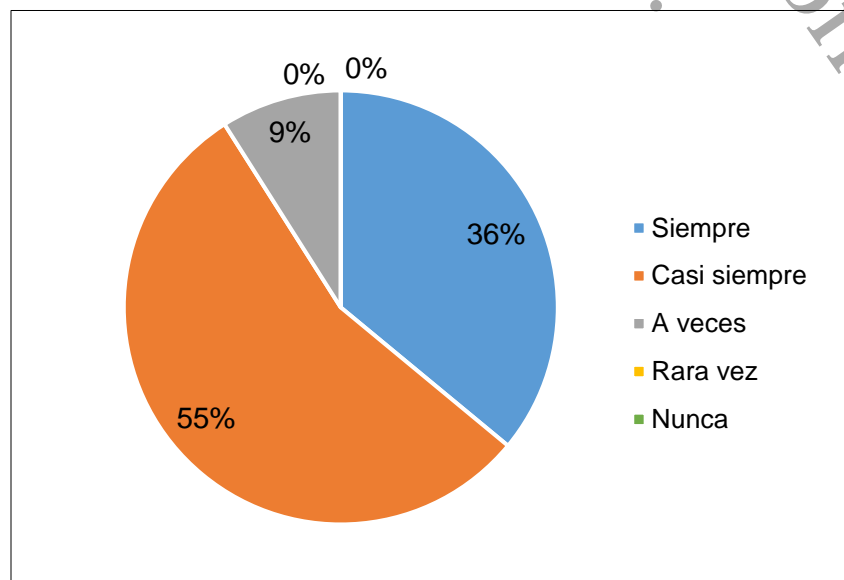
**Tabla 54**

*Contexto: Reacciones*

Reacciones	f	fa	fr	fra	fp
Siempre	4	4	0.36	0.36	36%
Casi siempre	6	10	0.55	0.91	55%
A veces	1	11	0.09	1	9%
Rara vez	0	11	0.00	1	0%
Nunca	0	11	0.00	1	0%
Total	11		1		100%

**Figura 71**

*Contexto: Reacciones*



Se observó que 36% de los censados Siempre utiliza las reacciones de la videollamada, 55% Casi siempre y 9% A veces como otra forma de comunicación.

31. ¿Utilizas la pizarra digital que ofrece la plataforma de videollamada durante las sesiones virtuales del club?

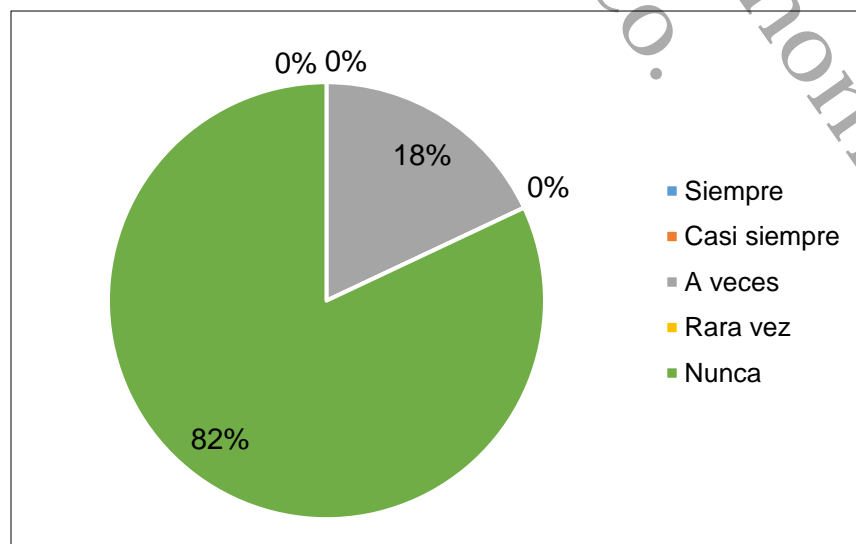
Tabla 55

Contexto: Pizarra digital

Pizarra digital	f	fa	fr	fra	fp
Siempre	0	0	0.00	0.00	0%
Casi siempre	0	0	0.00	0.00	0%
A veces	2	2	0.18	0.18	18%
Rara vez	0	2	0.00	0.18	0%
Nunca	9	11	0.82	1	82%
Total	11		1		100%

Figura 72

Contexto: Pizarra digital



Se observó que la mayoría de los censados (82%) Nunca recurre a la pizarra digital durante las sesiones del club. No obstante, un 18% A veces la utiliza.

### 32. ¿Compartes recursos y materiales por medio de la plataforma de videollamada durante las sesiones virtuales del club?

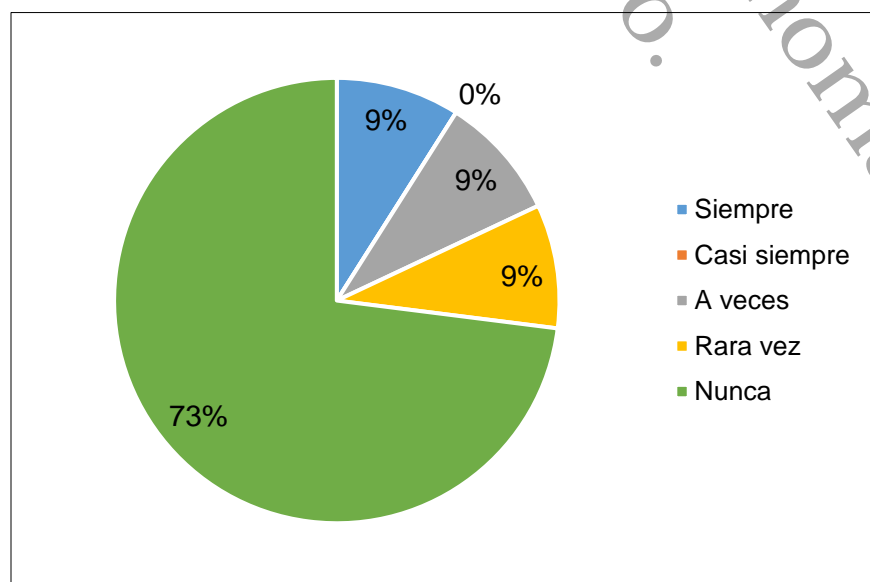
**Tabla 56**

*Contexto: Compartir recursos*

Compartir recursos	f	fa	fr	fra	fp
Siempre	1	1	0.09	0.09	9%
Casi siempre	0	1	0.00	0.09	0%
A veces	1	2	0.09	0.18	9%
Rara vez	1	3	0.09	0.27	9%
Nunca	8	11	0.73	1	73%
Total	11		1		100%

**Figura 73**

*Contexto: Compartir recursos*



Se observó que 73% de los censados Nunca comparte recursos y materiales durante las sesiones del club. Sólo 9% lo hace Siempre, 9% A veces y otro 9% Rara vez.

Si tu respuesta a la pregunta anterior fue a), b) o c) continúa en el orden establecido, de haber sido d) o e) puedes saltar las interrogantes 33 y 34 y finalizar el cuestionario.

33. ¿A qué tipo de herramientas recurras cuando compartes contenido por medio de la plataforma de videollamada durante las sesiones virtuales del club? (elección de hasta tres opciones).

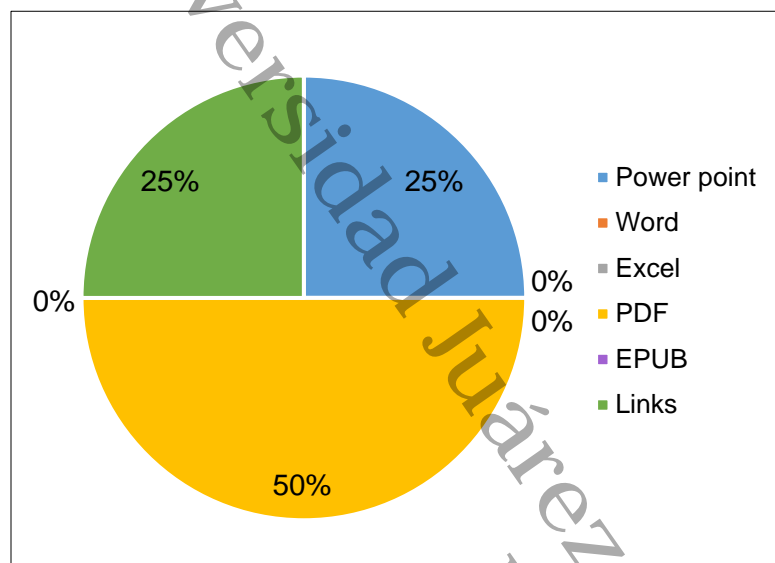
Tabla 57

Contexto: Herramientas

Herramientas	f	fr	fp
Power Point	1	0.25	25%
Word	0	0.00	0%
Excel	0	0.00	0%
PDF	2	0.50	50%
EPUB	0	0.00	0%
Links	1	0.25	25%
Total	4	1	100%

**Figura 74**

Contexto: Herramientas



Se observó que las herramientas que más se comparten durante las sesiones de club son los PDF (50%), en segundo lugar, se encuentran los links (25%) y en igual medida los Power Point (25%). Es decir, los censados señalan recurrir sólo a la mitad de las herramientas presentadas.

34. ¿Qué tipo de materiales compartes por medio de la plataforma de videollamada durante las sesiones virtuales del club? (elección de hasta dos opciones).

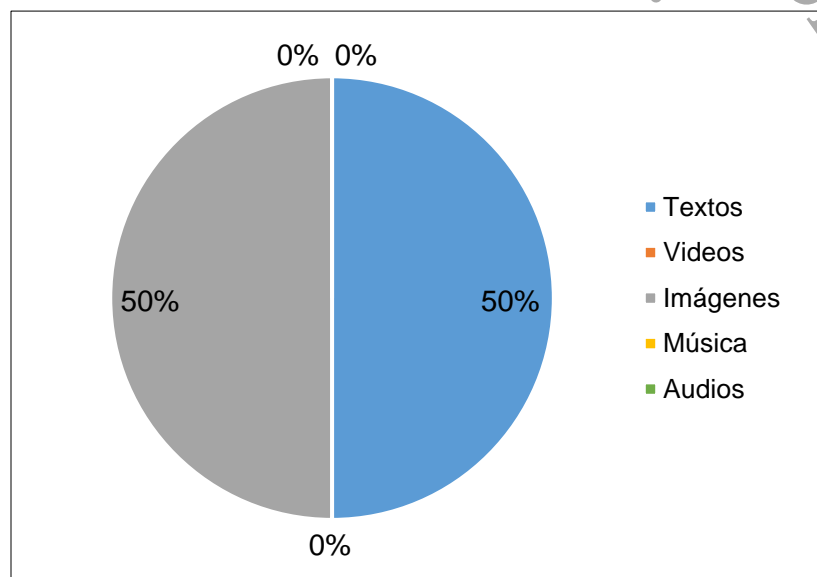
**Tabla 58**

*Contexto: Materiales*

<b>Materiales</b>	<b>f</b>	<b>fr</b>	<b>fp</b>
Textos	2	0.50	50%
Videos	0	0.00	0%
Imágenes	2	0.50	50%
Música	0	0.00	0%
Audios	0	0.00	0%
Total	4	1	100%

**Figura 75**

*Contexto: Materiales*



Se observó que los materiales más compartidos durante las sesiones del club se reducen a un par: los textos (50%) y las imágenes (50%). Es decir, no hay presencia de materiales multimedia.

## 6.2. Análisis y resultados: Análisis de contenido

- **Objetos de estudio:** Ribeyro Virtual (CLVSP1) y Bahía Blanca (CLVSP2).
- **Muestra:** 5 sesiones virtuales, conformadas por 42 personas y 93 participaciones.
- **Sesiones analizadas del CLVSP1:**
  - 1) Los superjuguetes duran todo el verano de Brian Aldiss (8 integrantes).
  - 2) De qué hablamos cuando hablamos de amor de Raymond Carver (11 integrantes).
  - 3) Una fotografía antigua de Naguib Mahfuz (10 integrantes).
- **Sesiones analizadas del CLVSP2:**
  - 4) Turistas de Hebe Uhart (6 integrantes).
  - 5) Pelea de gallos de María Fernanda Ampuero (7 integrantes).

En resumen, el análisis de contenido permitió recoger la información de los 42 integrantes que conformaron las 5 sesiones virtuales. Cabe aclarar que, en la sección 6.2.1. *Datos de identificación*, no se recabó la edad ni el tiempo de participación en los clubes de cada integrante, puesto que, a diferencia del censo, la naturaleza del análisis de contenido hacía imposible acceder a esta información.

A continuación, se presentan las nomenclaturas de cada sesión analizada, mismas que ya han sido expuestas de forma más pormenorizada en el *Capítulo V. Diseño metodológico, subtema, 5.10.1. Muestreo para la aplicación del análisis de contenido*.

- SLR1: Los superjuguetes duran todo el verano de Brian Aldiss
- SLR2: De qué hablamos cuando hablamos de amor de Raymond Carver
- SLR3: Una fotografía antigua de Naguib Mahfuz
- SLB1: Turistas de Hebe Uhart
- SLB2: Pelea de gallos de María Fernanda Ampuero

### 6.2.1. Datos de identificación

- Género

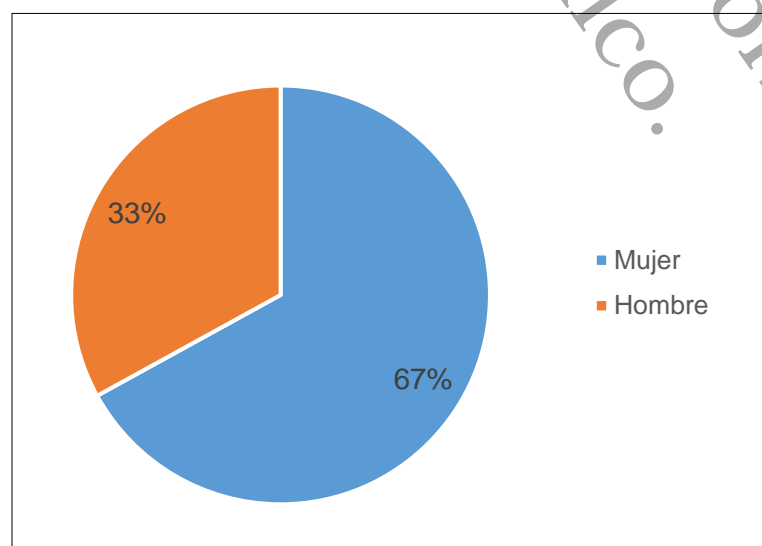
**Tabla 59**

*Género de los integrantes de los CLVSP*

Género	f	fr	fp
Mujer	28	0.67	67%
Hombre	14	0.33	33%
Total	42	1	100%

**Figura 76**

*Género de los integrantes de los CLVSP*



Se observó que de los 42 integrantes que conformaron las 5 sesiones virtuales, 67% fueron mujeres y 33% hombres, es decir, sólo 14 de cada 42 personas son de género masculino.

- **Número de integrantes**

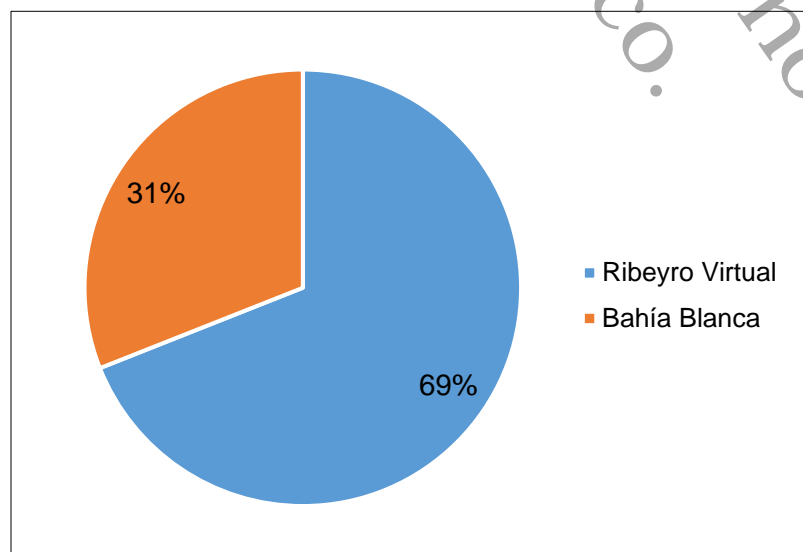
**Tabla 60**

*Número de integrantes por cada CLVSP*

CLVSP	f	fr	fp
Ribeyro Virtual	29	0.69	69%
Bahía Blanca	13	0.31	31%
Total	42	1	100%

**Figura 77**

*Número de integrantes por cada CLVSP*



Se observó que 69% de los integrantes totales de las sesiones virtuales pertenecen a Ribeyro Virtual, mientras que 31% pertenecen a Bahía Blanca. Se presencia una diferencia de más de la mitad de integrantes entre clubes.

- **Roles de los integrantes**

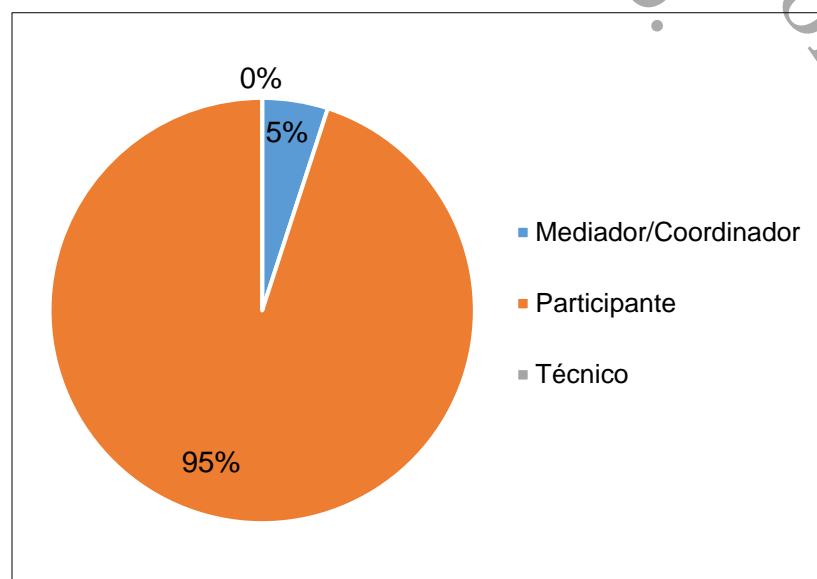
**Tabla 61**

*Roles de los integrantes en las sesiones virtuales*

<b>Roles</b>	<b>f</b>	<b>fr</b>	<b>fp</b>
Mediador/ Coordinador	2	0.05	5%
Participante	40	0.95	95%
Técnico	0	0.00	0%
Total	42	1	100%

**Figura 78**

*Roles de los integrantes en las sesiones virtuales*



Se observó que 5% de las personas que integraron las sesiones virtuales llevaron a cabo el papel de mediadores/coordinadores. Por otro lado, 95% fueron participantes, cuyas actividades se limitaron al ingreso a las sesiones y a la discusión de los textos durante las mismas, aunque esta nunca fue una actividad obligatoria, pues los mediadores siempre dejaron en claro que los participantes eran libres de no expresar sus opiniones tanto como de hacerlo.

Cabe resaltar que los mediadores de ambos clubes no sólo regulaban y llevaban el control de la discusión, sino que de igual forma opinaban sobre la lectura.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.  
México.

## 6.2.2. Participaciones

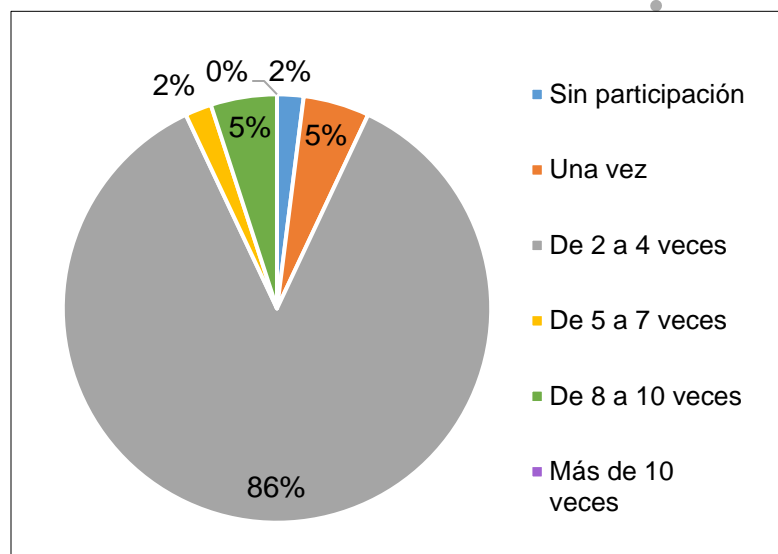
**Tabla 62**

*Participaciones de los integrantes en los CLVSP*

Participaciones	f	fa	fr	fra	fp
Sin participación	1	1	0.02	0.02	2%
Una vez	2	3	0.05	0.07	5%
De 2 a 4 veces	36	39	0.86	0.93	86%
De 5 a 7 veces	1	40	0.02	0.95	2%
De 8 a 10 veces	2	42	0.05	1	5%
Más de 10 veces	0	42	0.00	1	0%
Total	42		1		100%

**Figura 79**

*Participaciones de los integrantes en los CLVSP*



Se observó que 86% de los integrantes participaron de forma oral de 2 a 4 veces, 5% una vez, 2% de 5 a 7, 5% de 8 a 10 veces y sólo 2% no registró participación. Es notable que quienes opinaron más de 8 veces fueron los mediadores, pues

su función como reguladores de la discusión implicaba varias intervenciones.

### 6.2.3. Estímulos verbales

**Tabla 63**

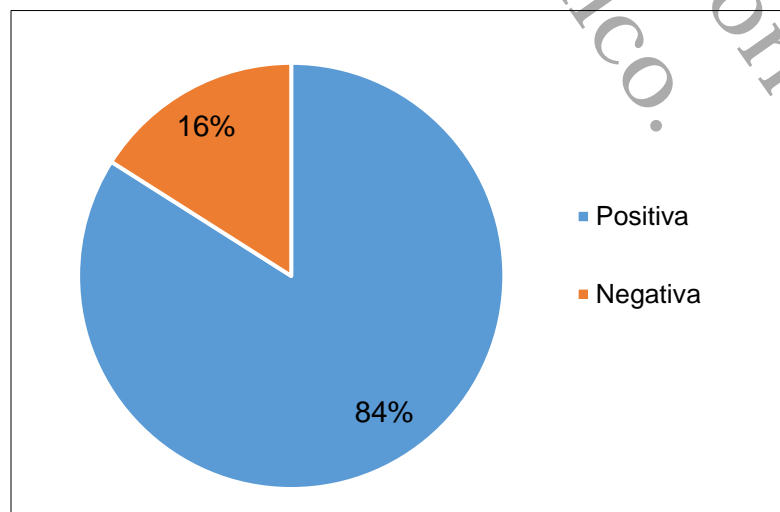
*Connotación*

<b>Connotación</b>	<b>f</b>	<b>fr</b>	<b>fp</b>
Positiva	69	0.84	84%
Negativa	13	0.16	16%
Total	82	1	100%

Se observó que sólo 16% de los participantes hizo uso de palabras o frases con Connotación negativa, mientras que 84% empleó un lenguaje con connotación negativa.

**Figura 80**

*Connotación: positiva*



Un ejemplo de connotación negativa se presentó en la SLR1 cuando un participante opinó lo siguiente: “es interesante el cuento y es interesante ponerse a pensar la...la fecha en la cual fue escrito” (1:01-1:12 min). Otro ejemplo de connotación

positiva, esta vez en la SLB2, se dio cuando un participante opinó: “Está super buena la conversación, me ha encantado” (14:08-14:17).

En los casos anteriores se emplearon palabras y frases de aprecio para calificar la lectura o la conversación sobre ellas, tales como “interesante” o “superbuena”.

En lo que respecta a la Connotación negativa, en la misma sesión antes mencionada de Ribeyro Virtual se presentó el siguiente ejemplo: “yo no soy de esa línea, pero algunos años hay que usar la perfección extrema, por lo tanto, el androide tiene que ser perfecto, pero de repente es muy perfecto...ehhh...me-me aburre, me-me hastía” (5:50- 6:15 min).

En este caso, en el que el participante estaba teorizando sobre la posibilidad del ser humano de convivir estrechamente con androides, surgida a raíz del relato comentado, se utilizaron expresiones como “me aburre” o “me hastía” para calificar de forma desfavorable la perfección de la tecnología que estaba imaginando.

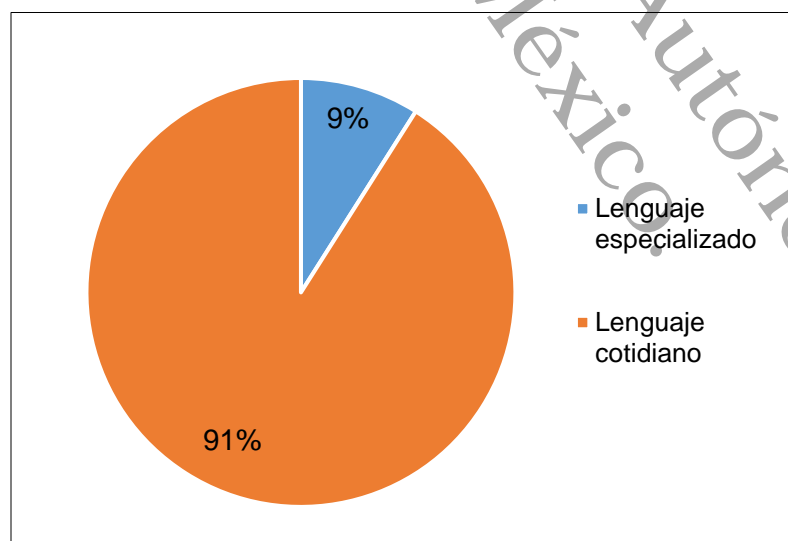
Tabla 64

Léxico

Léxico	f	fr	fp
Lenguaje especializado	7	0.09	9%
Lenguaje cotidiano	71	0.91	91%
Total	78	1	100%

Figura 81

Léxico



Se observó que 91% de los participantes empleó un lenguaje cotidiano que es entendible para cualquier persona, tenga o no conocimiento intermedio o profundo sobre algún área. Tan sólo el 9% recurrió a un

lenguaje especializado al utilizar palabras como “hologramas” (propia del campo de la fotografía) y expresiones como “autor atemporal” (propia del mundo de la literatura) en la SLR1 en la intervención del minuto 14:08 al 19:41.

Tabla 65

## Expresiones

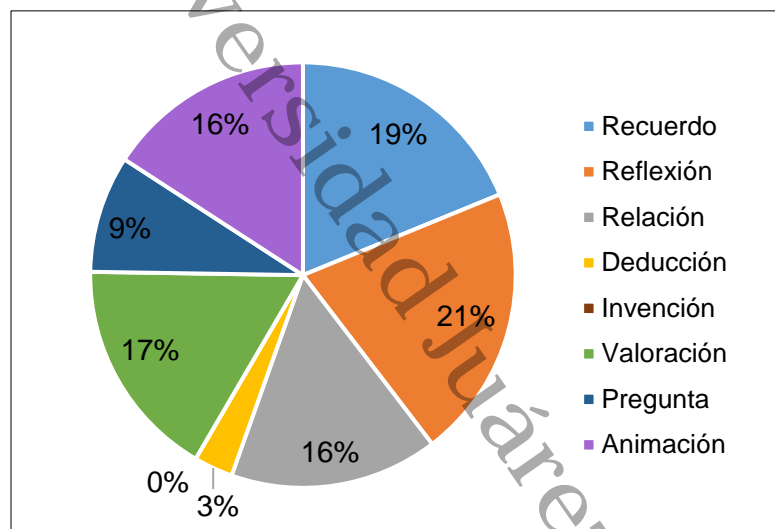
Expresiones	f	fr	fp
Recuerdo	47	0.19	19%
Reflexión	52	0.21	21%
Relación	38	0.16	16%
Deducción	7	0.03	3%
Invencción	0	0.00	0%
Valoración	41	0.17	17%
Pregunta	21	0.09	9%
Animación	38	0.16	16%
Total	244	1	100%

Se registraron un total de 244 expresiones entre las 5 sesiones virtuales, de las que 21% correspondieron a Expresiones de tipo reflexión, 19% de recuerdo, 17% de valoración y 16% tanto de relación como de animación. Por otro lado, 9% fueron expresiones de tipo pregunta y sólo 3% de deducción. Cabe aclarar que en una sola intervención se podían presentar más de un tipo de Expresiones, por ejemplo, en la SLR3 se comentó lo siguiente:

Reflexionado mucho he aprendido otras cosas, otros términos, o sea, como lo es el concepto del misticismo islámico, ¿no? O sea, interesante también, ¿no?, comparándose con esperanza ¿no?, me ha gustado este... que nos haya contado su experiencia de viaje, lo que haya vivido (...). Qué interesante lo poco que hemos tenido de Egipto, bueno, lo que yo tengo, pero es un... un papiro que me regaló una amiga que fue de viaje, ¿no? Muy bonito, es bonito nutrirse de las experiencias de las personas, te llenan, aprendes... (15:50- 16:40 min).

Figura 82

Expresiones



En esta intervención se registró la expresión de reflexión, pues el participante meditó la lectura y llegó a la conclusión que esta le permitió aprender nuevos conceptos y por lo tanto formas de vida. Asimismo, estuvo presente la expresión de recuerdo, ya que el participante recordó el regalo de una amiga al leer el relato. Finalmente, se presenció la Expresión de valoración debido a que el participante emitió juicios de valor como “muy bonito, es muy bonito” sobre lo aprendido gracias a la lectura.

#### 6.2.4. Estímulos vocales

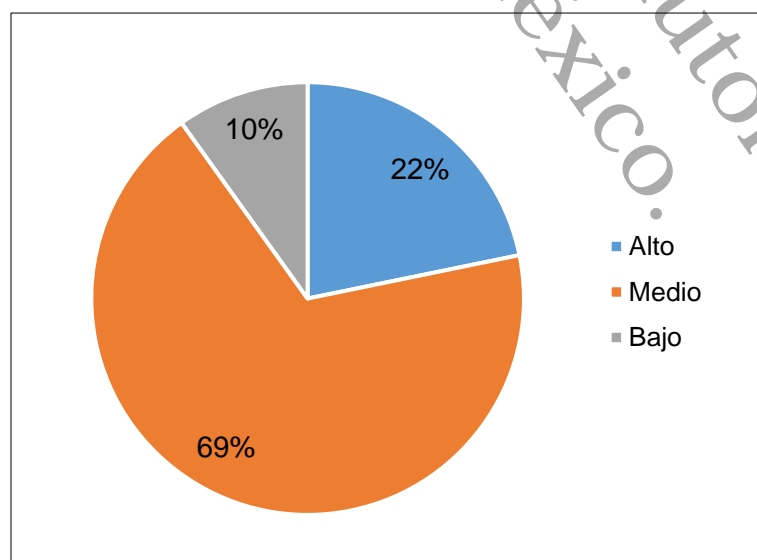
**Tabla 66**

*Volumen*

Volumen	f	fa	fr	fra	fp
Alto	20	20	0.22	0.22	22%
Medio	64	84	0.69	0.90	69%
Bajo	9	93	0.10	1	10%
Total	93		1		100%

**Figura 83**

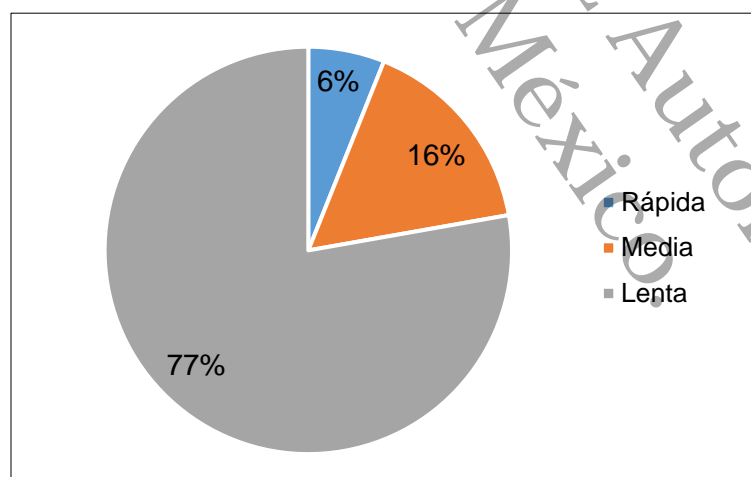
*Volumen*



Se observó que, del total de participaciones registradas, 9 de cada 93 se hicieron en un Volumen bajo, es decir, un 10%, mientras que la mayoría (69%) se hizo en un Volumen medio y sólo el 22% en un Volumen alto.

**Tabla 67***Velocidad*

Velocidad	f	fa	fr	fra	fp
Rápida	6	6	0.06	0.06	6%
Media	15	21	0.16	0.23	16%
Lenta	72	93	0.77	1	77%
Total	93		1		100%

**Figura 84***Velocidad*

Se observó que, del total de intervenciones, 6% se hizo a una Velocidad rápida, 16% a una Velocidad media y 77% se realizó de forma lenta. Lo anterior fue determinado siguiendo los parámetros de Rodero (2015), quien

sostiene que la Velocidad óptima para hablar se encuentra en las 170 y 190 palabras por minuto (media), por lo que menos de 170 se considera una Velocidad baja y más de 190 una Velocidad rápida. Cabe resaltar que la Velocidad más baja detectada fue de 92 palabras en un minuto, mientras que la más rápida fue de 195 palabras por minuto.

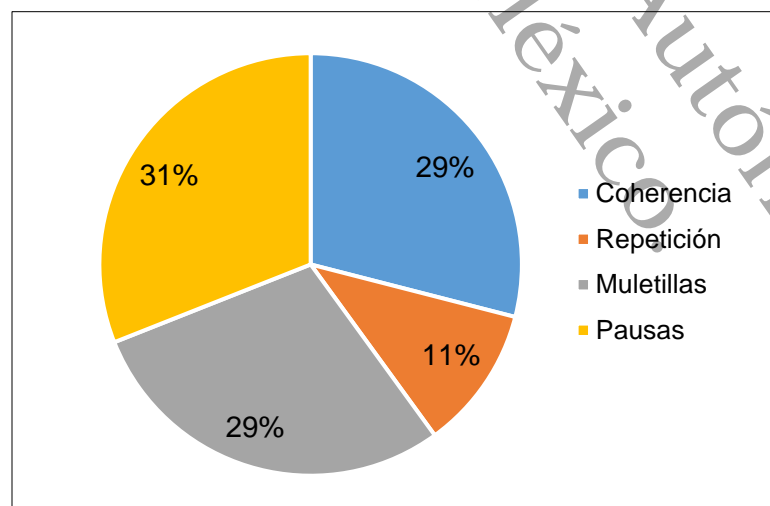
Tabla 68

Fluidez

Fluidez	f	fr	fp
Coherencia	57	0.29	29%
Repetición	22	0.11	11%
Muletillas	57	0.29	29%
Pausas	62	0.31	31%
Total	198	1	100%

Figura 85

Fluidez



Se observó que 31% de las interacciones presentaron pausas entre ideas, 29% se formularon de forma coherente, 29% mostró muletillas (siendo las más comunes “ehhh”, “ummm” y “¿no?”) y 11% de las veces se repitieron palabras o ideas enteras.

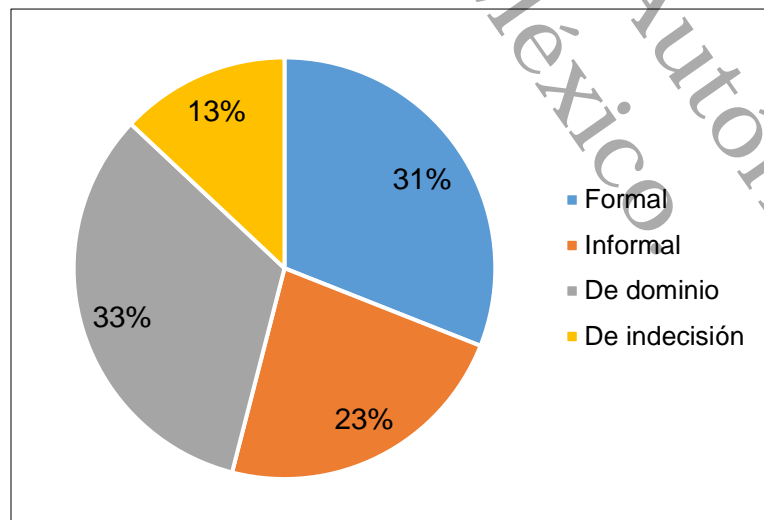
**Tabla 69**

Tonos

Tonos	f	fr	fp
Formal	53	0.31	31%
Informal	39	0.23	23%
De dominio	55	0.33	33%
De indecisión	22	0.13	13%
Total	169	1	100%

**Figura 86**

Tonos



Se observó que el Tono de voz predominante entre los participantes fue el de dominio con 33%, seguido de un Tono formal con 31%. Ambos datos no difieren mucho entre sí, debido a que en una misma intervención solían

presentarse los dos tipos de Tonos. Por otro lado, 23% de las intervenciones fueron hechas con un Tono informal y 13% con uno de indecisión. Estos últimos tonos también se presentaron de la mano, aunque no tanto como los otros dos anteriores.

### 6.2.5. Estímulos físicos

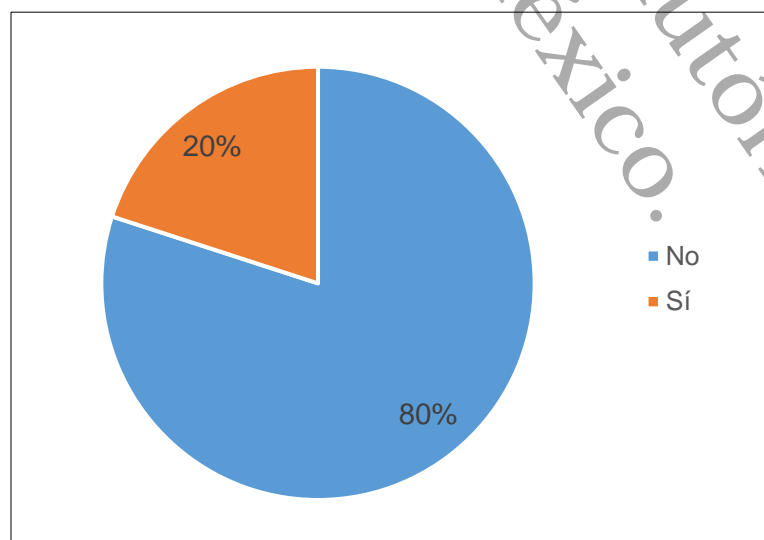
Tabla 70

Cámara encendida

Cámara encendida	f	fr	fp
No	74	0.80	80%
Sí	19	0.20	20%
Total	93	1	100%

Figura 87

Cámara encendida



Se observó que, de las 93 intervenciones registradas, 80% se realizaron sin la cámara encendida y sólo el 20% solían prenderla durante las sesiones, ya fuese por todo el tiempo que duraba la misma o únicamente mientras se participaba oralmente.

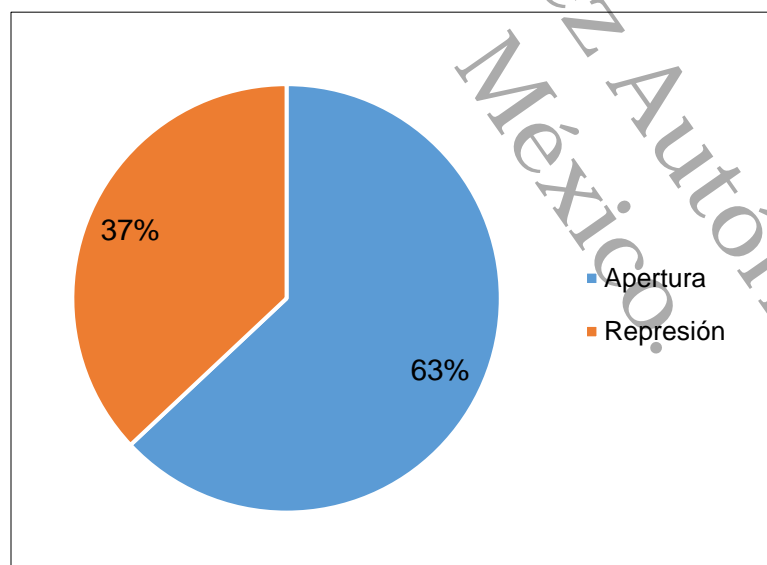
Tabla 71

*Expresión corporal: Posturas*

Postura	f	fr	fp
Apertura	12	0.63	63%
Represión	7	0.37	37%
Total	19	1	100%

Figura 88

*Expresión corporal: Posturas*



Se observó que, en 63% de las intervenciones con cámara prendida, se muestran posturas de apertura, en otras palabras, mientras exponen sus opiniones, no realizan obstáculos corporales como cubrirse el rostro que entorpezcan la comunicación

Sin embargo, 37% sí presenta obstáculos corporales como mostrar sólo una parte del rostro a la cámara y, por lo tanto, a los integrantes de la sesión.

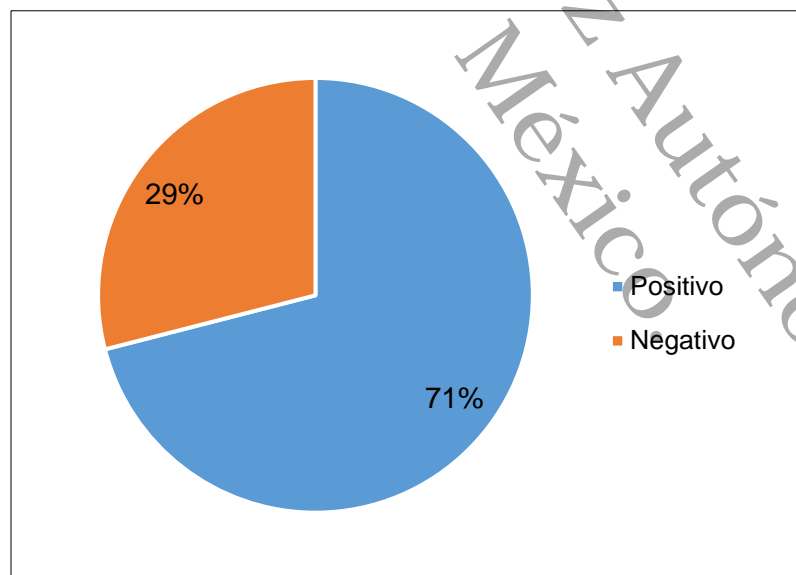
Tabla 72

*Expresión corporal: Movimientos de manos*

Movimientos de manos	f	fr	fp
Positivo	17	0.71	71%
Negativo	7	0.29	29%
Total	24	1	100%

Figura 89

*Expresión corporal: Movimientos de manos*



Se observó que, en 71% de las intervenciones con cámara prendida, se muestran movimientos de manos positivos como saludar o despedirse con la mano, aunque 29% muestra movimientos negativos como cubrirse el rostro con las manos.

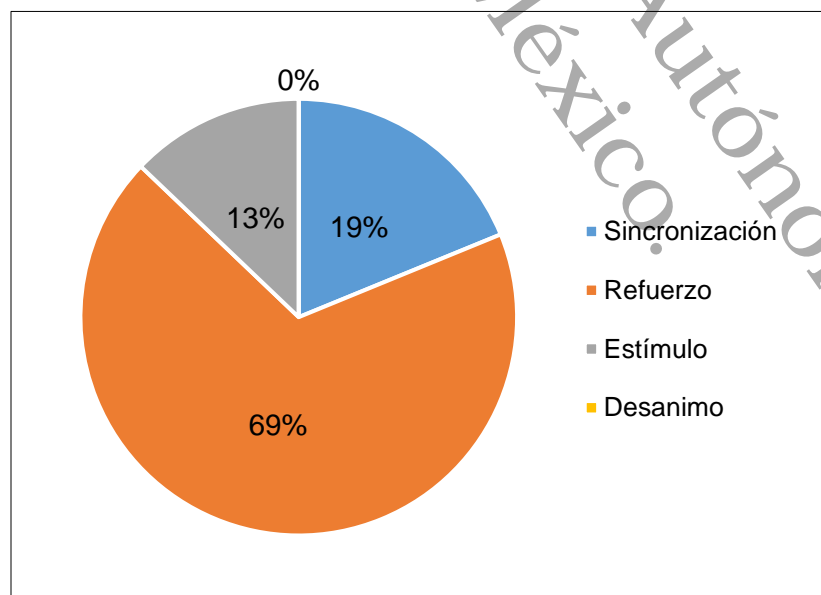
Tabla 73

*Expresión corporal: Movimientos de cabeza*

Movimientos de cabeza	f	fr	fp
Sincronización	3	0.19	19%
Refuerzo	11	0.69	69%
Estímulo	2	0.13	13%
Desanimo	0	0.00	0%
Total	16	1	100%

Figura 90

*Expresión corporal: Movimientos de cabeza*



Se observó que, en 69% de las intervenciones realizadas con cámara prendida, se muestran movimientos de cabeza de refuerzo, 19% de sincronización, y 13% de estímulo, mientras que no se registraron movimientos de desanimo.

Cabe aclarar que en el análisis se consideraron los mismos 4 tipos de movimientos de cabeza presentados en el censo.

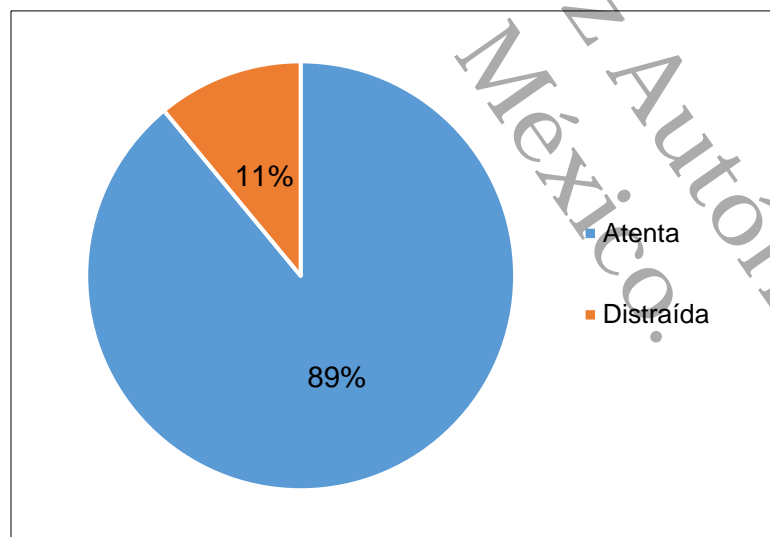
Tabla 74

Expresión facial: Mirada

Mirada	f	fr	fp
Atenta	17	0.89	89%
Distraída	2	0.11	11%
Total	19	1	100%

Figura 91

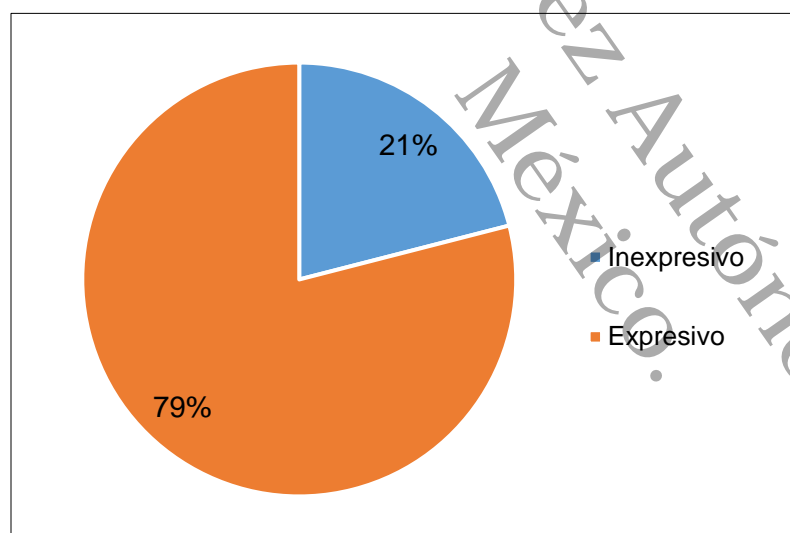
Expresión facial: Mirada



Se observó que en 89% de las intervenciones hechas con la cámara prendida se registraron miradas atentas y 11% distraídas. Es decir, en el primer caso se mantuvo el contacto visual con la cámara y en el segundo se evitó.

**Tabla 75***Expresión facial: Gestos*

<b>Gestos</b>	<b>f</b>	<b>fr</b>	<b>fp</b>
Inexpresivo	4	0.21	21%
Expresivo	15	0.79	79%
Total	19	1	100%

**Figura 92***Expresión facial: Gestos*

Se observó que, en el 79% de las intervenciones realizadas con la cámara prendida, se mostraron gestos faciales expresivos, aunque en 21% de las ocasiones se mostraron gestos inexpresivos. Por un lado, un grupo de integrantes manifestaban

en sus rostros expresiones físicas como respuesta a la conversación y, por otro lado, permanecían ausentes y serios.

### 6.2.6. Estímulos situacionales

**Tabla 76**

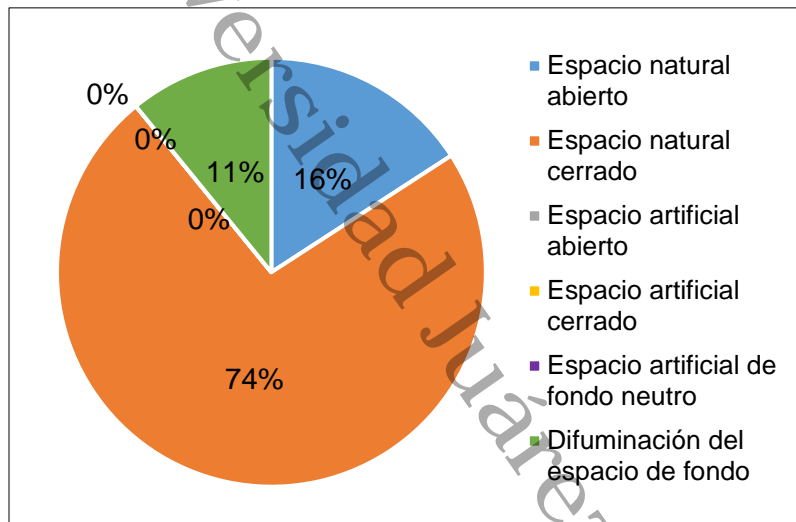
*Aspecto: Ambiente de fondo (espacio)*

Ambiente de fondo		f	fr	fp
Espacio natural abierto		3	0.16	16%
Espacio cerrado	natural	14	0.74	74%
Espacio abierto	artificial	0	0.00	0%
Espacio cerrado	artificial	0	0.00	0%
Espacio artificial de fondo neutro		0	0.00	0%
Difuminación del espacio de fondo		2	0.11	11%
Total		19	1	100%

Se observó que, de las 19 participaciones hechas con la cámara encendida, 74% lo hicieron en un espacio natural cerrado, a saber, recamaras, salas de estar o estudios. No obstante, 16% todavía empleó un espacio natural abierto como patios o jardines y 11% recurrió a la difuminación del espacio de fondo.

**Figura 93**

Aspecto: Ambiente de fondo (espacio)

**Figura 94**

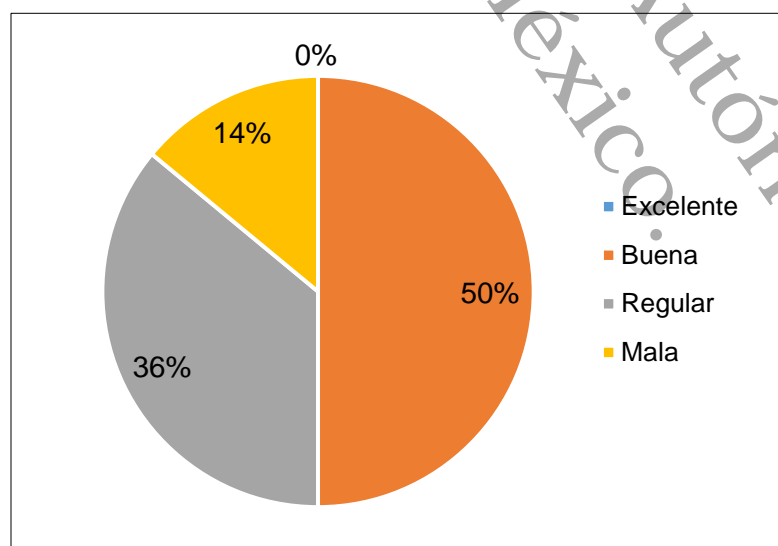
Aspecto: Ambiente de fondo (espacio) del club Bahía Blanca



Notas. En la SLB1, la mayoría de los participantes se encontraban en espacios naturales cerrados. Captura de pantalla tomada del canal de YouTube "Club de Lectura Bahía".

**Tabla 77***Aspecto: Calidad de imagen*

Calidad de imagen	f	fr	fp
Excelente	0	0.00	0%
Buena	11	0.50	50%
Regular	8	0.36	36%
Mala	3	0.14	14%
Total	22	1	100%

**Figura 95***Aspecto: Calidad de imagen*

Se observó que en el 50% de las ocasiones que los participantes prendieron su cámara, esta mostraba una imagen buena, esto es que era clara y nítida la mayor parte del tiempo; 36% fue regular, es decir, la imagen oscilaba entre ser clara y borrosa; por último, 14% de las intervenciones se hicieron con una imagen mala, esto es que la imagen se trababa y era borrosa.

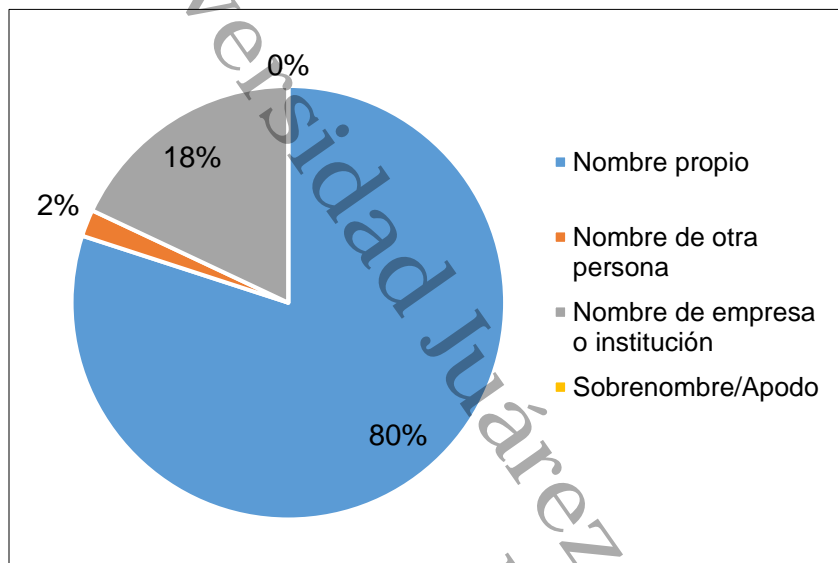
**Tabla 78***Aspecto: Nombre de usuario*

<b>Nombre de usuario</b>	<b>f</b>	<b>fr</b>	<b>fp</b>
Nombre propio	74	0.80	80%
Nombre de otra persona	2	0.02	2%
Nombre de empresa o institución	17	0.18	18%
Sobrenombre/Apodo	0	0.00	0%
Total	93	1	100%

Se observó que, del total de intervenciones en las 5 sesiones analizadas, 80% se realizaron con el nombre propio, hecho que fue evidente cuando al comienzo de cada sesión los integrantes se presentaban.

**Figura 96**

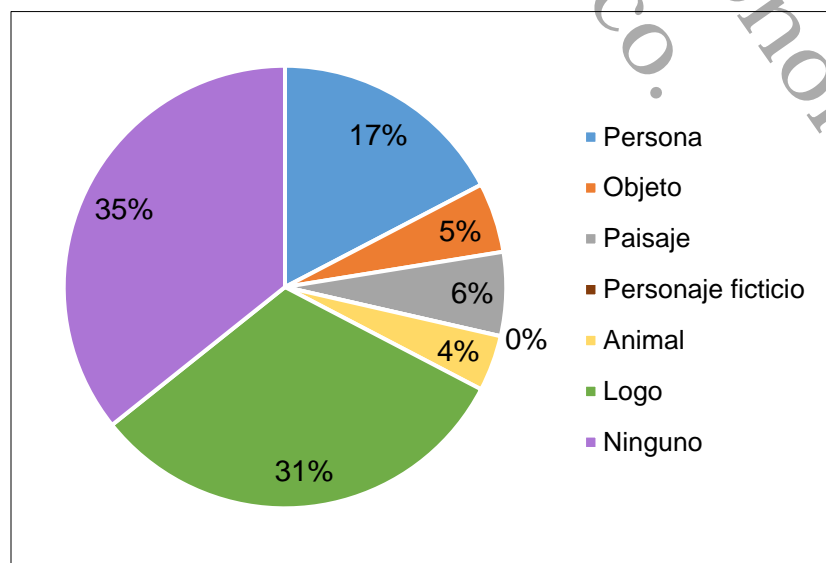
Aspecto: Nombre de usuario



No obstante, 18% de las opiniones se hicieron con el nombre de una empresa o institución (correspondiente a los mediadores que colocan el nombre del club en su perfil). Finalmente, 2% participó con el nombre de otra persona. En otras palabras, un número reducido de personas ingresó a las sesiones con una cuenta de Google que no era la suya.

**Tabla 79***Aspecto: Imagen de perfil*

Imagen de perfil	f	fr	fp
Persona	16	0.17	17%
Objeto	5	0.05	5%
Paisaje	6	0.06	6%
Personaje ficticio	0	0.00	0%
Animal	4	0.04	4%
Logo	29	0.31	31%
Ninguno	33	0.35	35%
Total	93	1	100%

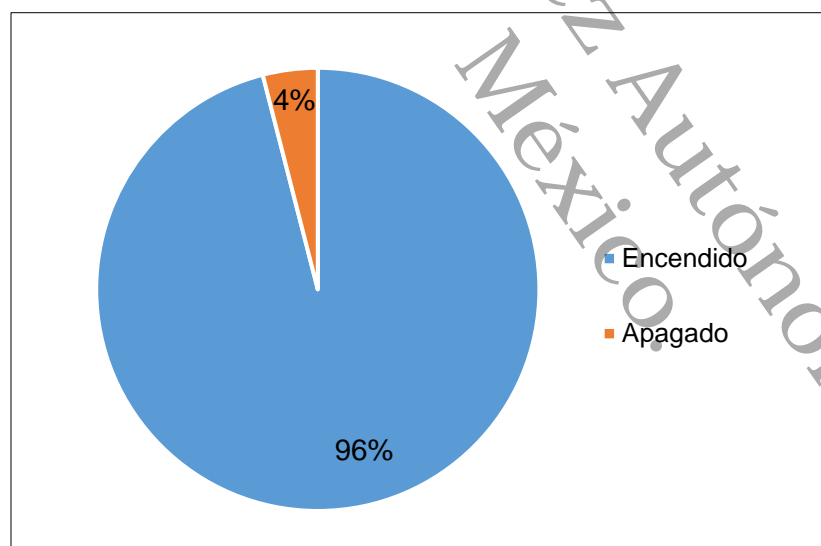
**Figura 97***Aspecto: Imagen de perfil*

Se observó que, de las 93 intervenciones, 35% se realizaron con perfiles sin fotografía de identificación, 31% tenían un logo (correspondiente al logo del club colocado por los mediadores en sus perfiles), 17% participó con la fotografía de una

persona, 6% con la de un paisaje, 5% con la de un objeto y 4% con la de un animal. El único tipo de imagen que no estuvo presente fue el de un personaje ficticio.

**Tabla 80***Aspecto: Micrófono*

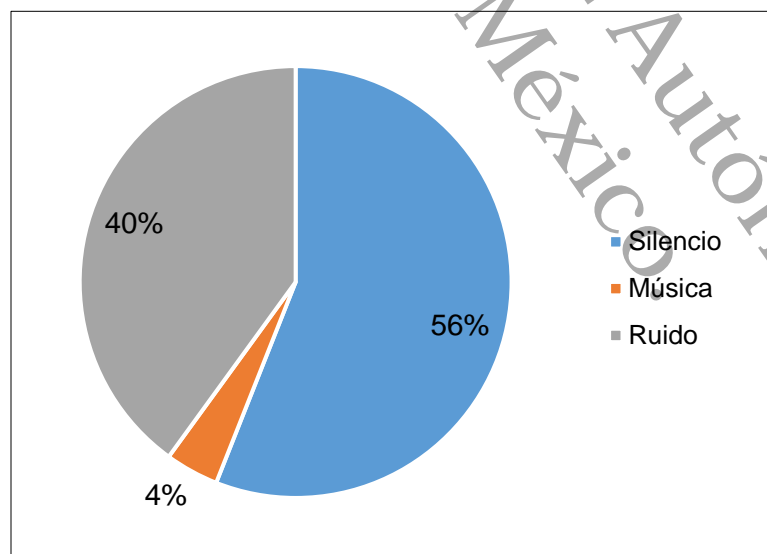
Micrófono	f	fr	fp
Encendido	89	0.96	96%
Apagado	4	0.04	4%
Total	93	1	100%

**Figura 98***Aspecto: Micrófono*

Se observó que, de las 93 intervenciones, 96% se realizaron con el micrófono encendido según correspondía hablar. Por otro lado, en 4% de las intervenciones se mantuvo el micrófono apagado cuando se requería lo contrario.

**Tabla 81***Aspecto: Sonido de fondo*

Sonido de fondo	f	fr	fp
Silencio	52	0.56	56%
Música	4	0.04	4%
Ruido	37	0.40	40%
Total	93	1	100%

**Figura 99***Aspecto: Sonido de fondo*

Se observó que, del total de intervenciones, 56% se realizaron sin alteraciones de sonido de fondo, en cambio, 40% se hicieron mientras había ruido y sólo 4% al tiempo que se reproducía una música lejana.

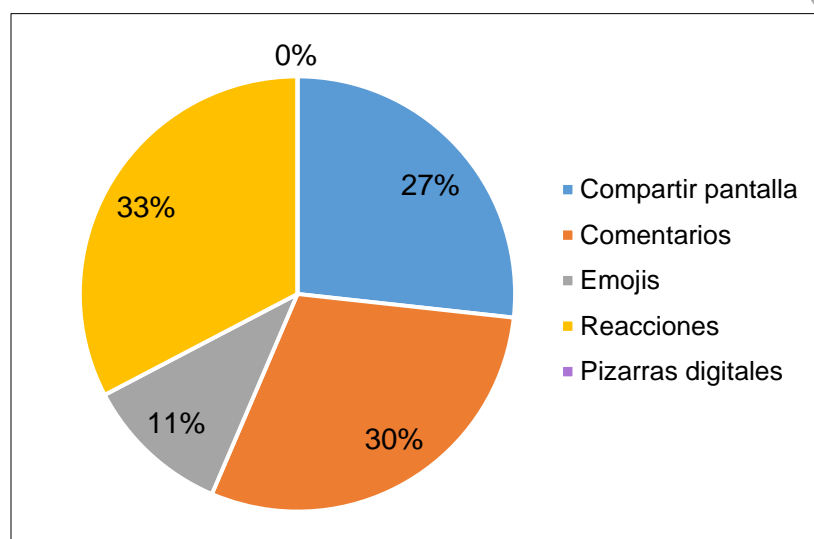
Tabla 82

Contexto: Uso de plataforma

Uso plataforma	de f	fr	fp
Compartir pantalla	22	0.27	27%
Comentarios	25	0.30	30%
Emojis	9	0.11	11%
Reacciones	27	0.33	33%
Pizarras digitales	0	0.00	0%
Total	83	1	100%

Figura 100

Contexto: Uso de plataforma



Se observó que, de las 83 ocasiones en las que se hizo uso de la plataforma, 33% fueron para enviar reacciones, 30% fueron comentarios escritos en el chat, mientras que 27% fueron de compartir pantalla y 11% de las veces se emplearon como alternativa para comunicarse.

Figura 101

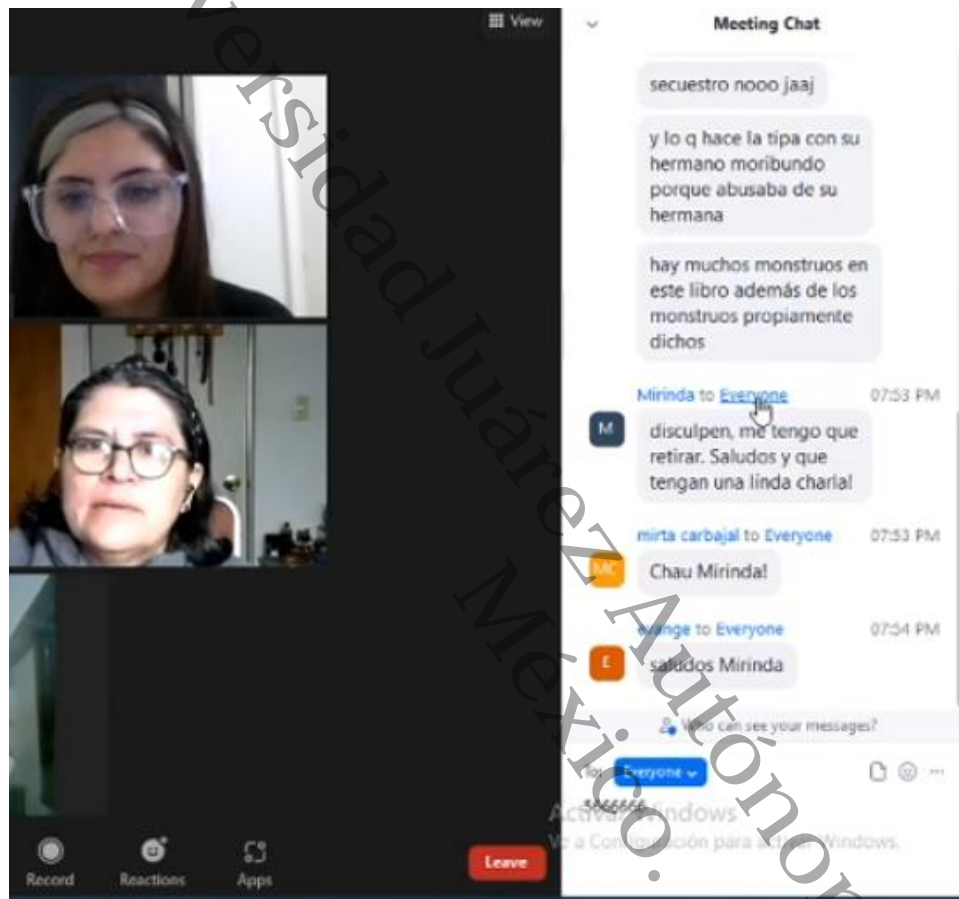
Pantalla compartida en el Club de Lectura Ribeyro



Nota. En la SLR2, el mediador compartió pantalla para mostrar los datos de contacto del club y las redes en la que está presente. Captura de pantalla tomada del canal de YouTube "Bibliotecas Ayacucho" del Club de Lectura Bahía.

**Figura 102**

Uso de chat en el Club de Lectura Bahía



Nota. En la SLB2, los integrantes hicieron uso del chat para continuar con la discusión literaria y para saludarse y despedirse. Captura de pantalla tomada del canal de YouTube "Club de Lectura Bahía".

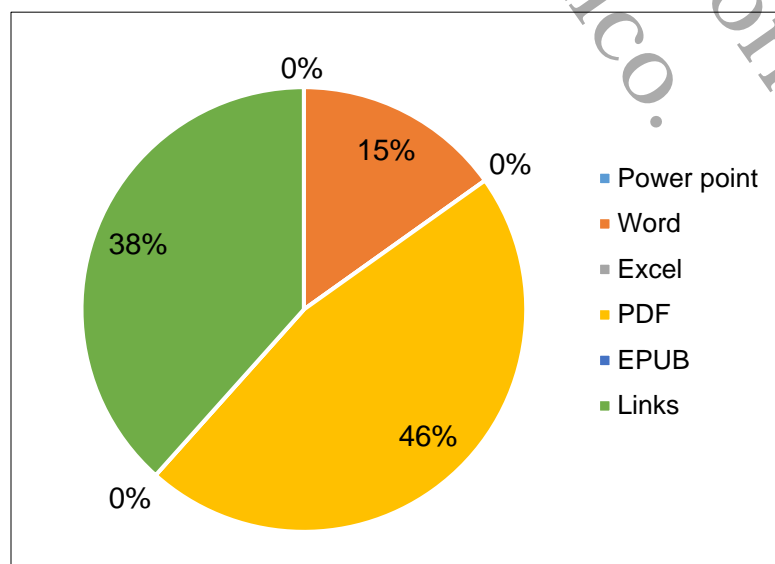
Tabla 83

Contexto: Herramientas

Herramientas	f	fr	fp
Power Point	0	0.00	0%
Word	2	0.15	15%
Excel	0	0.00	0%
PDF	6	0.46	46%
EPUB	0	0.00	0%
Links	5	0.38	38%
Total	13	1	100%

Figura 103

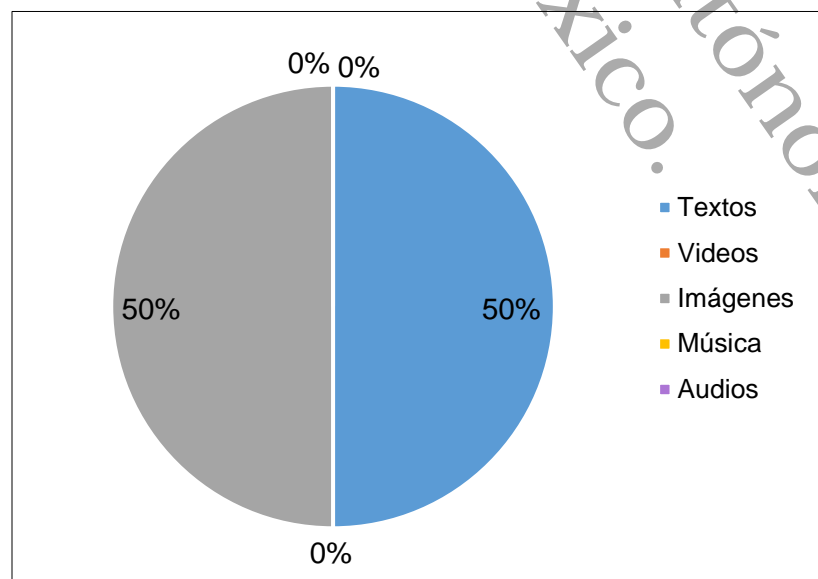
Contexto: Herramientas



Se observó que, de las 13 ocasiones en las que se emplearon herramientas, 46% fueron documentos de PDF, 38% links y 15% documentos de Word. Estos archivos eran compartidos mediante dos modalidades: a través del chat o compartiendo pantalla.

**Tabla 84***Contexto: Materiales*

<b>Materiales</b>	<b>f</b>	<b>fr</b>	<b>fp</b>
Textos	8	0.50	50%
Videos	0	0.00	0%
Imágenes	8	0.50	50%
Música	0	0.00	0%
Audios	0	0.00	0%
Total	16	1	100%

**Figura 104***Contexto: Materiales*

Se observó que, de las 16 ocasiones en las que se emplearon materiales, 50% fueron textos y otro 50% fueron imágenes que, al igual que en el caso de las herramientas, se compartieron a través del chat o compartiendo pantalla.

### 6.3. Discusión

En el siguiente apartado se comparan los hallazgos con los obtenidos en 20 estudios publicados en español entre 2013 y 2022, esto con el propósito de encontrar similitudes y diferencias que ayuden a establecer relaciones entre las investigaciones.

En lo que respecta al objeto de estudio, se constató que 65% de las investigaciones se centraron en Clubes de Lectura Virtuales Asincrónicos, 15% en Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos y 20% en ambos tipos. Por otro lado, en esta investigación se colocó el foco en los clubes de comunicación sincrónica, el tipo de comunicación virtual menos explorado.

En cuanto al enfoque, el presente estudio fue de corte mixto, sin embargo, tan sólo 25% de los otros estudios emplearon este enfoque, en tanto, 65% fueron cualitativos y 10% cuantitativos.

Asimismo, esta investigación continuó incursionando en terrenos poco explorados, debido a que tuvo un alcance correlacional y exploratorio, en contraste con el 66% de los estudios que tuvieron un alcance descriptivo, mientras que sólo 19% fueron exploratorios y 15% correlacionales.

Cabe destacar que, tanto en esta investigación como en la mayoría de las 20 analizadas, el análisis de contenido fue la técnica de recolección de información empleada.

En otro orden de ideas, Moreno (2018) seleccionó un grupo de Clubes de Lectura Virtuales con el propósito de crear técnicas de dinamización y evaluación, siendo uno de sus objetivos “estudiar las necesidades y motivaciones de los lectores a la hora de practicar la lectura social y participar en un club de lectura virtual” (p.3), lo cual guarda similitud con la hipótesis de esta investigación que plantea a los estímulos comunicativos como motivadores de la retroalimentación.

En lo que concierne al género de las personas participantes en los clubes, tanto en la presente investigación como en las analizadas, estos suelen estar conformados por un público femenino, tal fue el caso de Moral y Arbe (2013), quienes realizaron un grupo

de discusión conformado únicamente por mujeres, en vista de que eran el grupo mayoritario de su objeto de estudio: el Club de Lectura “Rompiendo el calendario”.

Uno de los hallazgos significativos fue el intercambio de textos (50%) e imágenes (50%) relacionadas con la lectura comentada durante las sesiones de los clubes. En esta misma línea, Ferrándiz (2013), luego de examinar CLVS, señaló como ventaja de las plataformas de videoconferencia su facilidad para compartir contenidos multimedia, puesto que “este aspecto podría ser un elemento que aporte mayor dinámica a las charlas pudiendo aportar imágenes, videos u otros recursos que tengan relación con la temática u obra escogida” (p.35).

Por su parte, Bonilla et al. (2021), después de la aplicación de una prueba diagnóstica a un Club de Lectura de la Institución Educativa Nuestra Señora de Fátima en Colombia, detectaron que los estudiantes construyeron hipótesis sobre las lecturas discutidas y las contextualizaron de acuerdo a sus vivencias, dos actividades parecidas a las Expresiones de deducción y relación (correspondientes al estímulo verbal) presentes en las sesiones de los clubes Ribeyro Virtual y Bahía Blanca.

Finalmente, en la intervención de Santos (2022) en la Escuela Secundaria Técnica Industrial No. 98 de Veracruz, donde se creó un CLV conformado por alumnos que se reunieron a través de Facebook, Zoom y WhatsApp, se encontraron algunos hallazgos relacionados a los descubiertos en esta investigación:

- Durante las sesiones, un promedio de 10 alumnos expresó sus pensamientos y emociones sobre la lectura. En este sentido, el promedio de personas conectadas a las sesiones del club Ribeyro Virtual fue de 9, mientras que a Bahía Blanca fue de 8.
- En total, los alumnos emplearon una media de 64 emoticones en la comunicación escrita para “representar las emociones que les evocó el texto o el comentario de algún compañero” (p.12). En comparación, según el censo, 18% de los integrantes de Ribeyro Virtual y Bahía Blanca expresaron utilizar emojis Casi siempre.

Esta discusión permitió retomar estudios que han indagado en algunos de los aspectos que son relevantes en esta investigación, pero que se han nombrado de

diferentes maneras. Por ejemplo, Santos identifica a los emoticones o emojis como escritura ideofonemática, haciendo referencia a Cassany (2016), sin embargo, aquí se identifican como estímulos situacionales, haciendo referencia a Hennings (1975).

Se destaca que se logró responder de forma satisfactoria a la pregunta de investigación: ¿Cuáles son los estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales) que se generan en la retroalimentación de las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía blanca”?, debido a que se constató que la mayoría de los sub-estímulos derivados de los cuatro estímulos mencionados anteriormente estuvieron presentes en las sesiones virtuales, siendo los de nula o escasa presencia los siguientes:

#### **1. Estímulo verbal**

- La Expresión de invención: Los integrantes no realizan contenido derivado de la lectura.

#### **2. Estímulo vocal**

- Pausas al hablar: Los integrantes rara vez o nunca interrumpen la opinión del otro mientras ofrece su opinión de la lectura.

#### **3. Estímulo físico**

- Movimiento de cabeza de desanimo: Los integrantes no niegan con la cabeza mientras escuchan hablar al otro.

#### **4. Estímulo situacional**

- Ambiente de fondo: Los participantes no emplean el espacio artificial abierto, el espacio artificial cerrado y el espacio artificial de fondo neutro.
- Imagen de perfil: Los integrantes no utilizan imágenes de personajes ficticios como imagen de perfil de la cuenta que emplean para entrar a las sesiones.
- Pizarra digital: Los integrantes rara vez o nunca recurren a la opción de pizarra digital que ofrecen las plataformas de videollamada.
- Herramientas: Los integrantes no comparten formatos como Excel y EPUB durante las sesiones del club.
- Materiales: Los integrantes no comparten contenido como videos, música y audios durante las sesiones del club.

En resumen, todos los estímulos carecieron de la presencia de al menos un sub-estímulo, siendo el estímulo situacional el menos empleado por los integrantes durante las sesiones. Aunque el estímulo físico también tuvo deficiencias, pues este requiere de la cámara encendida para que se presenten todos los sub-estímulos que lo conforman. En pocas palabras, los estímulos vocales y verbales fueron los más disponibles.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.  
México.

#### 6.4. Conclusiones

El objetivo eje de la presente tesis fue determinar los estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales) que se generan en la retroalimentación de las sesiones de los CLVSP “Ribeyro Virtual” y “Bahía blanca”.

En este sentido, en lo que se refiere al estímulo verbal, se observó el uso de la Connotación positiva y negativa en los discursos de los participantes, así como del Léxico, tanto del lenguaje cotidiano como del especializado. Por el contrario, de los 8 tipos de Expresiones, siete estuvieron presentes, siendo la expresión de invención el único sub-estímulo verbal que no fue empleado por los participantes.

Lo anterior puede deberse a que la invención es el tipo de Expresión más complejo de lograr de acuerdo con Hennings (1975), como se citó en Hernández (2019), debido a que exige del participante la creación de un producto derivado de la lectura, por ejemplo, un dibujo, una actividad que implica dedicar al club más tiempo que el empleado durante las sesiones.

Asimismo, el estímulo vocal también fue utilizado por los participantes, quienes dotaron a su discurso oral de Volumen, Velocidad, Tono y Fluidez. No obstante, en el caso del sub-estímulo de pausa, si bien fue notorio entre palabras y frases como técnica para ordenar las ideas, no se detectó que fuese una presencia notoria como interrupción de terceros. En otras palabras, los integrantes de las sesiones virtuales no se detenían entre sí para hablar e imponer su opinión oral.

Igualmente, se constató la presencia del estímulo físico a través de los sub-estímulos de Expresión corporal y Expresión facial, siendo el único faltante los movimientos de cabeza de desanimo correspondiente a la Expresión corporal. Es decir, los participantes a las sesiones no mostraban su descontento con las intervenciones orales de sus compañeros negando con la cabeza, pues optaban por respetar su opinión y tiempo.

Por último, el estímulo situacional se hizo presente con los sub-estímulos de Aspecto y Contexto, en lo que respecta al primero, se señala la falta de diversidad de ambientes de fondo por parte de los participantes que prendían su cámara durante las

sesiones, dado que, de los 6 tipos de fondos, sólo tres fueron empleados (espacio natural abierto, espacio natural cerrado y difuminación). Mientras que del sub-estímulo de Contexto se destaca a la pizarra digital como el único recurso al que no se suele recurrir.

En lo que respecta a los tres objetivos específicos, y por ende a las preguntas específicas, se encontró lo siguiente:

- 1) Identificar los estímulos y sub-estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales) que más influyen en la retroalimentación de las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía Blanca”.

En el caso del estímulo verbal, las Expresiones siempre estuvieron presentes, en especial las de recuerdo (21% según el censo y 19% según el análisis de contenido) y reflexión (21% en ambas técnicas de recolección). En otras palabras, se observó que los integrantes de las sesiones se mostraban más dispuestos a participar cuando se realizaban recomendaciones de productos relacionados con la lectura comentada o cuando se compartían reflexiones sobre esta.

Lo anterior cobra más sentido al observar que los textos e imágenes son los materiales que más se comparten a través de la plataforma de videollamada, siendo a su vez los sub-estímulos del estímulo situacional que más alientan la participación.

En el terreno del estímulo vocal, la coherencia al hablar (81% en el censo y 29% en el análisis de contenido) tuvo un impacto significativo en la consecución de la conversación, puesto que, si las ideas expresadas no eran comprendidas por los integrantes de las sesiones, estos no continuaban con la comunicación. Por el contrario, si los integrantes comprendían, podían expresar sus respuestas y alimentar la retroalimentación.

El estímulo físico, por otro lado, presenta una peculiaridad, ya que el sub-estímulo que parece alentar más la comunicación es la mirada atenta (100% en el censo y 89% en el análisis de contenido), es decir, los integrantes se ven motivados cuando se mantiene la vista en la cámara mientras se escucha o participa de forma oral en las

sesiones. Sin embargo, para que pueda presentarse, es necesario tener la cámara encendida, una tarea que sólo realiza el 20%.

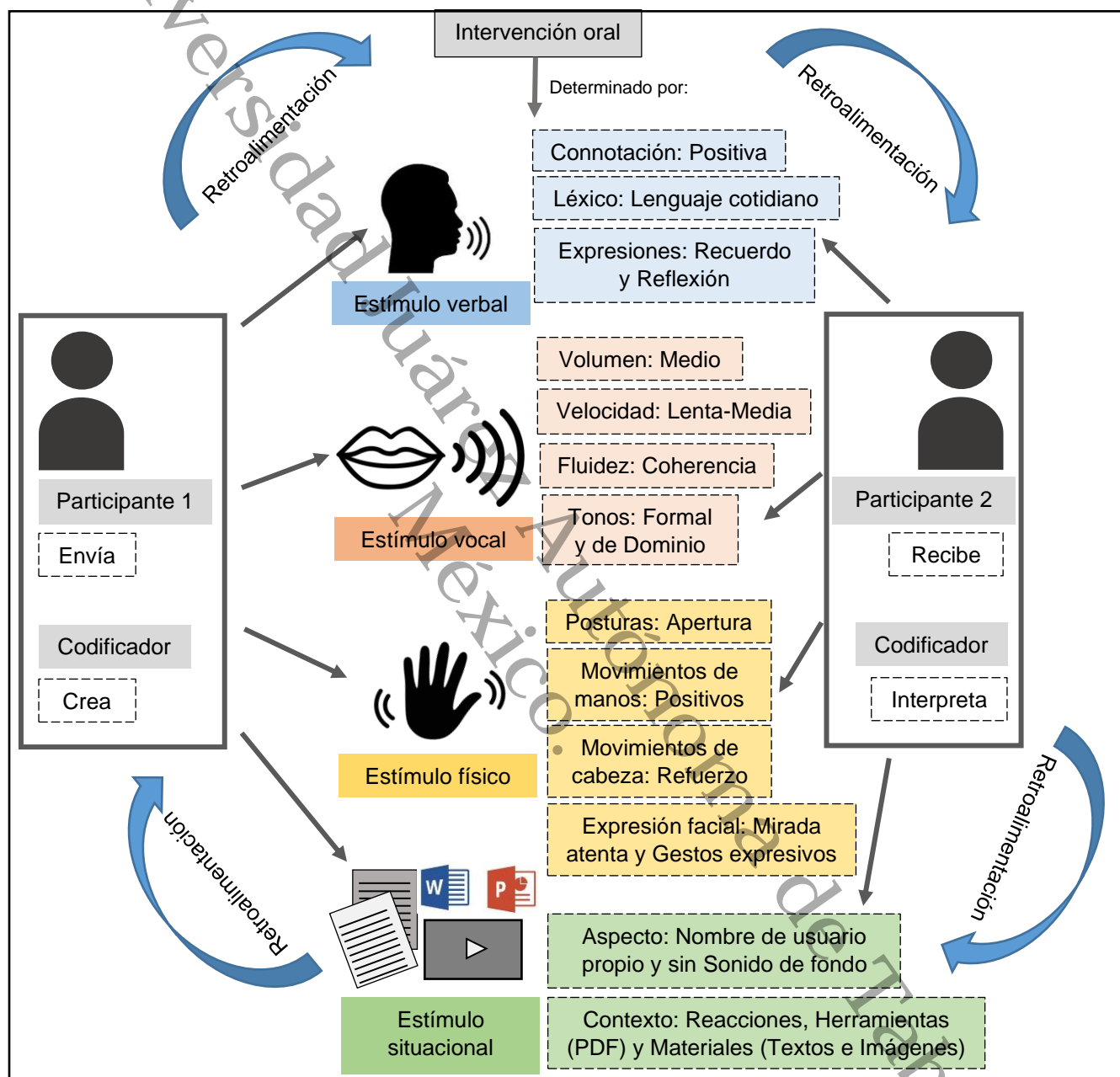
- 2) Reconocer de qué forma se desarrolla el proceso comunicativo en las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía blanca” de acuerdo con el modelo de Hennings (1975).

En un inicio, Hennings (1975) expuso una representación visual de su proceso comunicativo, el cual se conforma de seis elementos: emisor/codificador, receptor/codificador y los cuatro estímulos ya planteados. En esta investigación, se amplía y modifica dicha representación visual con los datos recabados en los clubes “Ribeyro Virtual” y “Bahía blanca”.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.  
México.

Figura 105

Proceso comunicativo de Hennings en Ribeyro Virtual y Bahía Blanca



Nota. Elaboración propia basada en los estímulos con más presencia en los clubes analizados.

- 3) Analizar las coincidencias y divergencias de la retroalimentación que se genera en las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía blanca”, con relación a los estímulos y sub-estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales).

Se detectó que, en su mayoría, los datos obtenidos de ambas técnicas coinciden con ligeras variaciones, a veces incluso con datos exactos, por ejemplo, el censo arrojó que 18% de los integrantes Casi siempre prende su cámara, por su parte, en el análisis de contenido este dato sólo sube 2%. Un caso de datos exactos se presentó en el estímulo situacional, pues en ambas técnicas se registró que 50% de los integrantes comparten textos e imágenes durante las sesiones de videollamada.

Cabe resaltar que lo común es la prevalencia o inferioridad de los mismos sub-estímulos en ambas técnicas, aunque con datos porcentuales aparentemente dispares, a saber, en el censo 16% de las posturas físicas son de represión, mientras que en el análisis de contenido son de 37%. Si bien la diferencia puede ser notable, en las dos técnicas este tipo de postura fue la menos empleada.

También se registraron datos completamente distintos. Se resalta el caso del estímulo vocal, dado que en el censo 90% de las personas aseguraron emplear una Velocidad rápida o media al hablar, por el contrario, en el análisis de contenido se registró que 77% de los participantes habla a una Velocidad lenta y sólo 6% a una rápida. Esto podría deberse a la falta de comprensión científica de la Velocidad al hablar entre los censados, puesto que esta varía según la cantidad de palabras dichas por minuto, así se profundizó en el *Capítulo III*.

En otros casos, los participantes parecen no ser conscientes de algunos de los estímulos que emplean. Por ejemplo, en el censo señalaron no recurrir a la animación como forma de Expresión verbal que incite la participación, sin embargo, el análisis de contenido permitió ver que la animación es una actividad común entre los mediadores de los clubes.

Finalmente, la observación de los estímulos que tienen poca o nula presencia (como las expresiones corporales y faciales en el caso del estímulo físico o el ambiente

de fondo en el estímulo situacional) permitió comprobar la hipótesis planteada, la cual sostiene que:

La escasa presencia de estímulos (verbales, vocales, físicos, situacionales) incide en la retroalimentación generada en las sesiones de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos “Ribeyro Virtual” y “Bahía blanca”.

Así pues, se registró que en cada estímulo comunicativo hay por lo menos un sub-estímulo que, debido a su ausencia, lleva al deterioro de la retroalimentación. A saber, en el estímulo verbal los participantes no recurren en absoluto a la Expresión de invención como forma de creación derivada de la lectura, una actividad destinada a fomentar la imaginación a través del entusiasmo que genera la obra comentada.

De igual forma, en el caso del estímulo vocal, se exterioriza una preocupación ante la discrepancia entre el tipo de Velocidad que suelen emplear los participantes y el que creen que están utilizando, dado que esta falta de conocimiento impide que conozcan la manera en la que emplean la palabra hablada en toda su dimensión y, por ende, no pueden implementar medidas que mejoren sus intervenciones en este ámbito.

En el estímulo físico sin duda el sub-estímulo que más impacta en la retroalimentación, al menos en el caso de los clubes analizados, es la Cámara encendida, pues la falta de empleo de esta función dificultó el registro de los sub-estímulos dependientes del uso de la cámara, como las posturas o los movimientos de manos. Además, se observó que, en las sesiones en las que todos o la mayoría de los participantes prendían su cámara, había un intercambio de opiniones más fluido.

En cuanto al estímulo situacional, se resalta la falta del sub-estímulo Contexto: compartir pantalla. Esta función, a pesar de ser fácil y simple, no es empleada por los participantes durante las sesiones, estando relegada al uso exclusivo de los mediadores, que comparten datos básicos del club, de la obra o los autores comentados.

La falta de empleo de dicho sub-estímulo es preocupante, debido a que del mismo se desprenden otros sub-estímulos que podrían ayudar a complementar la intervención

oral para hacerla atractiva a la vista y no sólo al oído, ya que una opinión acompañada de una imagen o video dinamizaría la conversación literaria.

A modo de cierre, se destaca que conocer los estímulos presentes en el proceso comunicativo de los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos permitió entender las dinámicas de participación entre los integrantes, lo cual puede servir a otros clubes que deseen implementar estrategias para motivar la retroalimentación, hecho que a su vez puede ser traducido como estrategias de fomento a la lectura.

Por otro lado, los Clubes de Lectura no son los únicos espacios en línea que recurren a la comunicación sincrónica, pues talleres y cursos de todo tipo de temáticas, clases de diversos grados educativos, conferencias, charlas, etc. también se realizan bajo esta modalidad, por lo que la investigación realizada es igualmente de utilidad para dichos espacios, ya que el proceso comunicativo es un fenómeno presente en cualquier interacción humana.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.  
México.

## 6.5. Recomendaciones

A partir del estudio realizado, se proponen algunas recomendaciones con el propósito de que puedan ser de ayuda para futuros investigadores interesados en indagar en problemáticas y procesos similares a los expuestos en estas páginas.

- 1) Ahondar en el estudio de un único estímulo comunicativo que permita profundizar en los detalles de cada sub-estímulo, en especial del verbal, puesto que es el tipo de estímulo de mayor accesibilidad al sustentarse en el empleo de la palabra hablada.
- 2) Añadir nuevos sub-estímulos a las matrices que enriquezcan la recolección del conocimiento.
- 3) Implementar el análisis del estímulo físico en Clubes de Lectura Presenciales, debido a que las propiedades de este sólo pueden ser estudiadas en mayor profundidad en comunicaciones cara a cara.
- 4) Comparar los estímulos comunicativos presentes en las sesiones entre Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos y Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Privados, ya que las dinámicas en un espacio de paga pueden cambiar con respecto a uno gratuito al haber de por medio una compensación económica.
- 5) Emplear técnicas de recolección de información cualitativas que permitan obtener experiencias significativas de los participantes en los Clubes de Lectura.

## Referencias

- Aguado, J.M. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. Universidad de Murcia. [https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Inf%20ormacion%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Inf%20ormacion%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Alcón, M.P. (30 de septiembre de 2022). *La lectura como vía de escape favorita en tiempos de pandemia* [Resumen de conferencia]. IV Jornadas de Buenas Prácticas en Atención a Espacios y Usuarios de la Universidad de Oviedo, Asturias, España. <http://hdl.handle.net/10651/64833>
- Alvarado, M.A. (2014). Retroalimentación en educación en línea: una estrategia para la construcción del conocimiento. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 17(2), 59-73. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4752672>
- Amiel, J. (2007). Las variables en el método científico. *Revista de la Sociedad Química del Perú*, 73(3), 171-177. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1810-634X2007000300007](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1810-634X2007000300007)
- Andréu, J. (2000). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. *Fundación Centro Estudios Andaluces*, 10(2), 1-34. <https://www.centrodeestudiosandaluces.es/publicaciones/tecnicas-de-analisis-de-contenido-una-revision-actualizada>
- Aquino, A. y Moreno, M.P. (2022). *Estadística para todos: adaptación a la diversidad funcional*. Universidad Pablo de Olavide. [https://upotv.upo.es/uploads/material/616d32e5abe3c6d4348b456b/Anexo\\_MEDIANA\\_estadistica\\_tod@s\\_completo.pdf](https://upotv.upo.es/uploads/material/616d32e5abe3c6d4348b456b/Anexo_MEDIANA_estadistica_tod@s_completo.pdf)
- Araus, M. (01 de julio de 2014). Lee Chile Lee: El plan para convertirnos en un país más lector. *El Definido*. [https://eldefinido.cl/actualidad/pais/1639/Lee\\_Chile\\_Lee\\_El\\_plan\\_para\\_convertirnos\\_en\\_un\\_pais\\_mas\\_lector/](https://eldefinido.cl/actualidad/pais/1639/Lee_Chile_Lee_El_plan_para_convertirnos_en_un_pais_mas_lector/)

- Arévalo, J.A., Fernández, C.L., Mirón, J.A. y Alonso, A. (2018). La lectura y su relación con la salud y el bienestar de las personas. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 29(4). <http://hdl.handle.net/10366/139051>
- Asociación de Amigos del Archivo Histórico Diocesano de Jaén. [https://www.revistacodice.es/publi\\_virtuales/vii\\_congreso\\_mujeres/comunicaciones/13\\_Fco\\_garciamartinez.pdf](https://www.revistacodice.es/publi_virtuales/vii_congreso_mujeres/comunicaciones/13_Fco_garciamartinez.pdf)
- Avalos, M.C. (27 de abril de 2016). Modelos – Comunicación organizacional. *Marco Carlos Avalos*. <https://www.marcocarlosavalos.com/comunicacionorganizacional/tag/modelos>
- Bang, P. (25 de noviembre de 2020). Lenguajes corporales negativos que se han de evitar durante la comunicación. *Saber ExpresArte*. <https://www.saberexpresarte.es/lenguajes-corporales-negativos-que-se-han-de-evitar-durante-la-comunicacion/>
- Barrera, S. (2020). La videoconferencia como herramienta digital para el trabajo colaborativo en la educación superior. *RIDE. Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El Desarrollo Educativo*, 11(21). <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.959>
- Baudot, O. (25 de noviembre de 2018). Historia de la videoconferencia. *Linkedin*. <https://es.linkedin.com/pulse/historia-de-la-videoconferencia-%C3%B3scar-b->
- Bayo, M.J. (s.f.). Velocidad del habla para una comunicación efectiva. *María José Bayo*. <https://mariajosebayo.com/2022/09/07/velocidad-habla-comunicacion-efectiva/>
- Bialet, G. (4 de enero de 2009). La lectura es un bien social. *La Voz*. [http://archivo.lavoz.com.ar/09/01/04/secciones/sociedad/nota.asp?nota\\_id=478269](http://archivo.lavoz.com.ar/09/01/04/secciones/sociedad/nota.asp?nota_id=478269)
- Biblioteca Complutense. (01 de diciembre de 2020). *Primeros pasos para videoconferencias con Google Meet / Hangouts*. <https://biblioguias.ucm.es/google-meet/funcionamiento>
- Biblioteca Pública Municipal “Francisco Valdés”. (s.f.). *Clubes de Lectura*. [Bibliotecaspublicas.es. https://www.bibliotecaspublicas.es/donbenito/Actividades/Clubes-de-lectura.html](https://www.bibliotecaspublicas.es/donbenito/Actividades/Clubes-de-lectura.html)
- Bibliotecas Ayacucho. (23 de agosto de 2022). *Como todos los miércoles. "Relatos Estilo Flujo de la conciencia" Hora: 7 p. m (hora de Perú) Este 24 de agosto* [Imagen adjunta].

Facebook.

[https://www.facebook.com/photo/?fbid=588895826181089&set=gm.1488284408306930&id=1196089497526424&locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/photo/?fbid=588895826181089&set=gm.1488284408306930&id=1196089497526424&locale=es_LA)

Bibliotecas Ayacucho. (s.f.). *Inicio* [Página de YouTube]. YouTube. Recuperado el 20 de octubre de 2024 de <https://www.youtube.com/@Bibliotecasayacucho>

Bolina, L. (08 de octubre de 2018). Historia de los blogs: cómo la evolución de los blogs puede impactar en tu negocio. *Rockcontent*. <https://rockcontent.com/es/blog/historia-de-los-blogs/>

Bonilla, A.M., Triana, A.C. y Silva, A.M. (2021). Club Virtual: estrategia de enseñanza y aprendizaje para el fortalecimiento de la lectura crítica. *Revista Iberoamericana de Educación*, 85(1), 117-133. <https://doi.org/10.35362/rie8514016>

BookFan. (s.f.). Club de lectura BookFan. [https://soybookfan.com/collections/bookfanclub?sort\\_by=best-selling](https://soybookfan.com/collections/bookfanclub?sort_by=best-selling)

Cabral, A., de la Paz, F.J., Cob, R.A. y Zapata, E.C. (2021). *Probabilidad y Estadística. Trabajos Colegiados Estatales Virtuales*. Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de Campeche. [https://www.cecytcampeche.edu.mx/BibliotecaVirtual/6toSemestre/06\\_BAS\\_Prob\\_y\\_Estadistica\\_1er\\_parcial.pdf](https://www.cecytcampeche.edu.mx/BibliotecaVirtual/6toSemestre/06_BAS_Prob_y_Estadistica_1er_parcial.pdf)

Cabral, B. (2022). Narrativas transmedia en bibliotecas. *Revista Prefacio*, 6(9), 103-114. doi: <https://doi.org/10.58312/2591.3905.v6.n9.39275>

Caggiani, M.E. (1999). *Escuela, estructura social y códigos lingüísticos* [Tesis de Licenciatura, Universidad de la República]. Repositorio institucional – Universidad de la República. <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/handle/20.500.12008/23993?mode=full>

Calvo, B. (2010). *Receta de un Club de Lectura*. Biblioteca Sierra Norte. <https://es.slideshare.net/slideshow/receta-de-un-club-de-lectura-5713440/5713440>

Calvo, L. (17 de junio de 2021). Cómo hacer un club de lectura virtual paso a paso. *Godaddy*. <https://www.godaddy.com/resources/es/emprender/como-hacer-club-de-lectura-virtual>

- Campaña, A., Molero, R., Neufert, L.J. y García, R. (19 y 20 de mayo de 2016). La Expresión Corporal y Gestual. En A.J., Pérez, F. Zurita, M. Castro, R. Chacón y T. Espejo (Coords), *Libro de Actas* (pp.189-192). I Congreso Internacional en Investigación y Didáctica de la Educación Física, Universidad de Granada.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=706455>
- Carranza, P. y Zamora, G. (2020). Desafíos y oportunidades en tiempos del COVID-19: contexto pedagógico desde la Universidad Nacional y la Universidad Estatal a Distancia. *Innovaciones Educativas*, 22.  
<http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/428/4281967024/index.html>
- Carreño, O. (2015). *El eco de las lecturas. Introducción a los clubes de lectura*. Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos. <https://www.bpdigital.cl/info/el-eco-de-las-lecturas-introduccion-a-los-clubes-de-lectura-descarga-libre-00019095>
- Casas, J., Repullo, J.R. y Donado, L. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Atención Primaria*, 31(8), 527-38. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-pdf-13047738>
- Casternao, A. (13 de mayo 2022). Ethos, Pathos y Logos: Los tres tipos de persuasión según Aristóteles. *Blog de Instituto Serca*. <https://blog.institutoserca.com/ethos-pathos-logos-tipos-de-persuasion/#h-pathos-la-emocion>
- Castillero, O. (05 de octubre de 2017). Fluidez verbal: 12 trucos psicológicos para mejorarla. *Psicología y Mente*. <https://psicologiaymente.com/social/fluidez-verbal>
- Castillo, A. (2016). El mensaje escrito: la carta como medio de comunicación a lo largo de la historia. En Martínez, G. y Navarro, P. (Ed.), *XXI siglos de comunicación en España. Historia de Correos y Telégrafos* (pp. 13-29). Sociedad Estatal Correos y Telégrafos.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=910803>
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. Red de Psicología online.  
[https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=es&user=arrGfIQAAAAJ&citation\\_for\\_view=arrGfIQAAAAJ:UebtZRa9Y70C](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=arrGfIQAAAAJ&citation_for_view=arrGfIQAAAAJ:UebtZRa9Y70C)

- Centro de Investigación para el Aprendizaje Digital Universidad Autónoma de Baja California. (s.f.). *Elaboración de material didáctico digital*. <https://ciad.mx/uabc.mx/material-didactico-digital/>
- Centro Virtual Cervantes. (s.f.). *Funciones del lenguaje*. [https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/diccio\\_ele/diccionario/funcioneslenguaje.htm](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/funcioneslenguaje.htm)
- Centro Virtual Cervantes. (s.f.). *Velocidad de habla*. Diccionario de términos clave de ELE. [https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/diccio\\_ele/diccionario/velocidadhabla.htm](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/velocidadhabla.htm)
- Cerrada, M. (2007). *La mano a través del arte simbología y gesto de un lenguaje no verbal* [Memoria de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio Institucional – Universidad Complutense de Madrid
- Cerruti, P. (2019). Comunicación, política y poder: una reconsideración de la obra de Harold Lasswell, *Austral Comunicación*, 8(2), 191-220. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7502834>
- Chodkowski, M., Cybulski, S., Czyz, E., Kacprzak, J., Kacprzak, H., Kedzierska, M., Klosowska, A., Kondak, I., Kopczuk, J., Rutkowska, A. y Swaton, J. (2004). *Monitoreo de los Derechos Humanos* (M. Molestina y J. Padilla. Trans.). Instituto Interamericano de Derechos Humanos. (Trabajo original publicado en 2001). <https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/5949-monitoreo-de-los-derechos-humanos-coleccion-iidh>
- Cienfuegos, M.A. y Cienfuegos, M.A. (2016). Lo cuantitativo y cualitativo en la investigación. Un apoyo a su enseñanza. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 7(13). [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-74672016000200015](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672016000200015)
- Ciller, A. (09 de junio de 2022). El uso de las pizarras digitales interactivas en educación. *Didactia*. <https://didactia.grupomasterd.es/blog/numero-24/el-uso-de-las-pizarras-digitales-interactivas-en-educacion>

- Clínica Universidad de Navarra. (2023). *Refuerzo*. Diccionario Médico de la Clínica Universidad de Navarra. <https://www.cun.es/diccionario-medico/terminos/refuerzo>
- Club de lectura Bahía. (s.f.). *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 22 de octubre de 2024 de [https://www.facebook.com/clubdelectura.bahiablanca/?locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/clubdelectura.bahiablanca/?locale=es_LA)
- Club de lectura Bahía. (s.f.). *Inicio* [Página de YouTube]. YouTube. Recuperado el 22 de octubre de 2024 de <https://www.youtube.com/@clubdelecturabahia9030/videos>
- Club de Lectura Quelibroleo.com. (s.f.). *Inicio* Facebook. Recuperado el 15 de octubre de 2024 de <https://www.facebook.com/ClubLecturaQuelibroleo>
- Club de Lectura Quelibroleo.com. (s.f.). *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 15 de octubre de 2024 de <https://www.facebook.com/ClubLecturaQuelibroleo>
- Clubdelectura.bahia. (s.f.). *Inicio* [Página de Instagram]. Instagram. Recuperado el 22 de octubre de 2024 de <https://www.instagram.com/clubdelectura.bahia/?hl=es-la>
- Coluccio, E. (24 de octubre de 2024). *Sonido*. Enciclopedia Concepto. <https://concepto.de/sonido/>.
- Comunicare. (03 de octubre de 2024). *¿Qué es el modelo de comunicación?* <https://www.comunicare.es/que-es-el-modelo-de-comunicacion/>
- Condori, P. (2020). *Universo, población y muestra*. Acta Académica. <https://www.aacademica.org/cporfirio/18>
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Ministerio de Educación, Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos. (2011). *Plan nacional de fomento de la lectura LEE CHILE LEE*. <https://www.cultura.gob.cl/wpcontent/uploads/2011/10/planfomentolectura1.pdf>
- Cuestas, E. (2009). Variables. *Revista de la Facultad de Ciencias Médicas*, 66(3), 118-122. [https://www.revista2.fcm.unc.edu.ar/Rev.2009.3/2009.3\\_indice.htm](https://www.revista2.fcm.unc.edu.ar/Rev.2009.3/2009.3_indice.htm)
- De la Cruz, I. y Saurín, J. (2013). *Los clubes de lectura en la era digital. Pasado, presente y futuro* [Resumen de conferencia]. VI Congreso Nacional de Bibliotecas públicas del

Ministerio de Educación Cultura y Deporte, España.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4480204>

Del Campo, A.M. (14 de agosto de 2023). Emojis ¿qué son y qué significan? *IEBS School*.  
<https://www.iebschool.com/blog/emojis-emoticonos-que-significan-redes-sociales/>

Delgado, P. (23 de junio de 2020). Aprendizaje sincrónico y asincrónico: definición, ventajas y desventajas. *Observatorio: Instituto para el Futuro de la Educación*.  
<https://observatorio.tec.mx/edu-news/aprendizaje-sincronico-y-asincronico-definicion>

Delmàs, Maria., Lleal, J. y Suriñach, E. (2019). Lecturas 2.0: los clubes de lectura virtuales. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, (42).  
<https://dx.doi.org/10.1344/BiD2019.42.7>

Dillon, A. (12 de enero de 2023). La mayoría de los argentinos solo leen libros en la escuela. *Infobae*.  
<http://surl.li/iwqvsr>

Dirección General de Educación Superior para el Magisterio. (2022). *Clubs de lectura normales* (Boletín n° 1).  
[https://dgesum.sep.gob.mx/storage/recursos/red\\_bibliotecas/Club\\_de\\_lectura2/GENiK1\\_PSmF-Boletin1.pdf](https://dgesum.sep.gob.mx/storage/recursos/red_bibliotecas/Club_de_lectura2/GENiK1_PSmF-Boletin1.pdf)

Edwards, M. J. (2012). Oratoria y performance en la Atenas clásica. *Acta poética*, 33(1), 87-115.  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-30822012000100005&script=sci\\_abstract](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-30822012000100005&script=sci_abstract)

El Colegio de México. (s.f.). *Desalentar*. Diccionario del Español de México.  
<https://dem.colmex.mx/ver/desalentar>

El cuentero. (s.f.). *Inicio* [Página de YouTube]. YouTube. Recuperado el 15 de octubre de 2024 de <https://www.youtube.com/@elcuentero01>

El digital de Bahía. (07 de octubre de 2021). *Generadores de experiencias de lecturas compartidas*.  
<https://eldigitaldebahia.com.ar/sociedad/generadores-de-experiencias-de-lecturas-compartidas/>

- El digital de Bahía. (30 de marzo de 2023). *Darse un tiempo para leer es el mejor regalo que podemos hacernos*. <https://eldigitaldebahia.com.ar/sociedad/darse-un-tiempo-para-leer-es-el-mejor-regalo-que-podemos-hacernos/>
- El Librero de Valentina. (s.f.). *Inicio*. <https://www.elibrerodevalentina.mx/>
- El poder la Literatura. (13 de abril de 2020). *Lectura en voz alta. Sala de lectura Luis Alberto González Sotomayor*. PNL. <https://www.audacy.com/podcast/el-poder-de-la-literatura-5cc45/episodes/lectura-en-voz-alta-sala-de-lectura-luis-alberto-gonzalez-sotomayor-pnl-25db3>
- Empresa Cultural SM (30 de noviembre de 2022). *Cómo hacer un club de lectura virtual. Literaturas SM*. <https://es.literaturasm.com/actualidad/como-hacer-club-de-lectura-virtual>
- English Al Fresco. (2023). *Cuándo utilizar un lenguaje informal y formal*. <https://speakenglishalfresco.com/es/blog/lenguaje-informal-vs-formal/>
- Entorno Comunicativo. (27 de marzo de 2018). *Modelo de Riley & Riley*. <https://comunicativoentorn.wixsite.com/entornocomunicativo/post/modelo-de-riley-riley>
- Equipo editorial Etecé (1 de octubre de 2020). *Lectura*. Enciclopedia Concepto. <https://concepto.de/lectura/#ixzz8p38ktvhV>
- Espinoza, E. (2016). *Variables y Operacionalización* [Diapositiva de PowerPoint]. Scribd. <https://es.scribd.com/document/409077756/Variables-y-operacionalizacion>
- Farías, G. (16 de enero de 2024). *Coherencia*. Enciclopedia Concepto. <https://concepto.de/coherencia/>
- Fernández, M.M. y Hernández, A. (2013). Modelos teóricos en el estudio de la comunicación. *Revista Digital EFDeportes*, 179. <http://www.efdeportes.com/>
- Fernández, V. H. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu Emprendedor TES*, 4(3), 65–76. <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
- Ferrándiz, J.U. (2013). Clubes de lectura virtuales: el modelo por videoconferencia. *Tejuelo: Revista de ANABAD Murcia*, 13, 26–35. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5215446>

- Ferrer, V. (02 septiembre del 2018). Breve noticia sobre el libro en la Edad Media. *Media Vaca*. <https://www.mediavaca.com/es/lecturas/breve-noticia-sobre-el-libro-en-la-edad-media>
- Flores, C. y Rioseco, M. P. (2020). La biblioterapia y sus contextos de uso en niños y en adolescentes. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 31(3). <https://www.redalyc.org/journal/3776/377665638016/html/>
- Fondo de Cultura Económica. (s.f.). *Clubes de lecturas "Leer y conversar"*. <https://fce.com.ar/clubdelecturas/nuestrapropuesta/?srsltid=AfmBOooms67TRDnqYingTFnZqHPCZktEQiibroHOppH9LrryLi7xWvYb>
- Fundación Germán Sánchez RUIPÉREZ. (2020). Clubs de lectura en el siglo XXI. *Universo Abierto*. <https://universoabierto.org/2022/05/27/clubs-de-lectura-en-el-siglo-xxi/>
- Galeano, E.C. (1997). *Modelos de Comunicación*. Macchi. [https://issuu.com/monogatos/docs/modelos\\_de\\_comunicacion-ernesto\\_cesar\\_galeano](https://issuu.com/monogatos/docs/modelos_de_comunicacion-ernesto_cesar_galeano)
- Gallardo, Y. y Moreno, A. (1999). *Recolección de la información*. Instituto Colombiano para el fomento de la educación. <https://es.scribd.com/document/496603096/Gallardo-y-Moreno-1999-Aprender-a-Investigar-Recoleccion-de-Informacion>
- Garcés, M.P. (2004). La repetición: formas y funciones en el discurso oral. *Archivo de filología aragonesa*, 59-60(1), 437-456. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2219344>
- García, A. (2012). *Cuando el cuerpo comunica. Manual de la comunicación no verbal* [Trabajo final de carrera, Universidad Politécnica de Valencia]. Repositorio Institucional – Universidad Politécnica de Valencia. <http://hdl.handle.net/10251/18459>
- García, F. (15-31 de octubre de 2015). Salonières: Mujeres que crearon sociedad en los salones ilustrados y románticos de los siglos XVIII y XIX. En M. Cabrera y J.A. López (Eds.), *VII Congreso virtual sobre Historia de las Mujeres* (pp.213-234).
- García, F. (2021). Póngame un club de lectura virtual. *E-LIS*. <http://eprints.rclis.org/40973/>
- García, F.J. (2021). Póngame un club de lectura virtual: compartiendo lecturas en tiempos de Covid-19. *Desiderata*, (15), 92-96. <http://eprints.rclis.org/40973/>

- García, G. (2019). *PADLET como aula virtual*. Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. [https://intef.es/observatorio\\_tecno/padlet/#:~:text=Padlet%20es%20un%20muro%20donde,crear%20un%20espacio%20de%20aprendizaje](https://intef.es/observatorio_tecno/padlet/#:~:text=Padlet%20es%20un%20muro%20donde,crear%20un%20espacio%20de%20aprendizaje)
- García, L. (2015). La teoría de la comunicación como matriz práctica para la resolución de conflictos. *Nueva época*, 23, 45-65. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2015000100003&script=sci\\_abstract](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2015000100003&script=sci_abstract)
- Garza, B. (1978). La connotación: problemas del significado. El Colegio de México. <https://repositorio.colmex.mx/concern/books/c247ds69n?locale=es>
- Gigena, D. (13 de julio de 2021). La revolución de la lectura: el libro ya no es únicamente de papel ni se lee a solas, ¿qué dice la industria? *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/cultura/la-revolucion-de-la-lectura-el-libro-ya-no-es-solo-de-papel-ni-se-lee-a-solas-que-dice-la-industria-nid13072021/>
- Gómez, A. (10 de octubre de 2018). *¿Qué es y para qué sirve el Muestreo Estadístico?* Fundación para la Investigación Social Avanzada. <https://isdfundacion.org/2018/10/10/que-es-y-para-que-sirve-el-muestreo-estadistico/>
- Gonzales, J. (2014). *Comunicación asincrónica y sincrónica* [Diapositiva]. Slideshare. <https://es.slideshare.net/slideshow/comunicacin-asincronica-y-sincrona/33030347#2>
- González, F. (18 de diciembre de 2023). Pruebas PISA 2022: *¿Qué nos dicen los resultados?* Umáximo. <https://www.umaximo.com/post/pruebas-pisa-2022-que-nos-dicen-los-resultados?c=cl>
- Grupo de Conversación Literaria M.A.L. (s.f.). *Inicio* [Página de X/Twitter]. X/Twitter. Recuperado el 20 de octubre de 2024 de [https://x.com/Grupo\\_MAL](https://x.com/Grupo_MAL)
- Grupo de Conversación Literaria M.A.L. (s.f.). *Inicio* [Página de YouTube]. YouTube. Recuperado el 20 de octubre de 2024 de <https://www.youtube.com/@GrupodeConversacionLiterariaM>
- grupo\_mal. (s.f.). *Inicio* [Página de Instagram]. Instagram. Recuperado el 20 de octubre de 2024 de [https://www.instagram.com/grupo\\_mal/](https://www.instagram.com/grupo_mal/)

- grupo\_mal. (s.f.). *Inicio* [Página de Tik Tok]. Tik Tok. Recuperado el 20 de octubre de 2024 de [https://www.tiktok.com/@grupo\\_mal?lang=es](https://www.tiktok.com/@grupo_mal?lang=es)
- Guarín, D. (2018). *Léxico: Una aproximación conceptual*. Verbling. <https://www.verbling.com/es/articulos/post/lexico-una-aproximacion-conceptual>
- Gudiña, V. (31 de octubre de 2023). *Definición de Gesto*. Definición.DE. <https://definicion.de/gesto/>
- Guiraud, P. (1979). *La semiología*. Siglo XXI Editores.
- Gutiérrez, L. (2013). Ahora sí, la comunicación. *Palabra Clave*, 16(1), 7-11. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0122-82852013000100001](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852013000100001)
- Hammond, M. (18 de julio de 2019). Escala de Likert: qué es y cómo utilizarla (incluye ejemplos). *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/service/escala-likert>
- Hauy, M.E. (2014). Lectura literaria: aportes para una didáctica de la literatura. *Zona Próxima*, (20), 22-34. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85331022003>
- Hauy, M.E. (2014). Lectura literaria: aportes para una didáctica de la literatura, *Zona Próxima*, (20), 22-34. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2145-94442014000100003](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2145-94442014000100003)
- Hechavarría, S. (2015). *Material de apoyo al taller de diseño de proyectos de investigación educativa y social*. Universidad de Ciencias Médicas de La Habana. <http://uvsfajardo.sld.cu/los-tipos-de-escalas-y-ejemplos-para-su-diseno>
- Hennings, D.G. (1975). *Mastering classroom communication--what interaction analysis tells the teacher*. Pacific Palisades. <https://archive.org/details/masteringclassro00doro/page/n9/mode/2up>
- Hennings, D.G. (s.f.). *Words are wonderful. An Interactive Approach to Vocabulary. EPS. Literacy and Intervention*. [https://epslearning.com/hubfs/eps-content/resources/research-efficacy/by-category/research-base/WAW\\_research.pdf](https://epslearning.com/hubfs/eps-content/resources/research-efficacy/by-category/research-base/WAW_research.pdf)
- Hernández, C. (04 de noviembre de 2015). *Tipos de justificación* [Diapositiva]. Slideshare. <https://es.slideshare.net/slideshow/tipos-de-justificacin-54755786/54755786>

- Hernández, R. (09 de abril de 2021). La revolución leyente: el 'boom' de los clubes literarios en línea. *Milenio*. <https://www.milenio.com/cultura/laberinto/revolucion-leyente-boom-clubes-literarios-online>
- Hernández, R. M. (2019). La comunicación en el proceso de enseñanza–aprendizaje: su papel en el aula como herramienta educativa. *CAUCE. Revista Internacional De Filología, Comunicación y Sus Didácticas*, (41), 133-155. <http://dx.doi.org/10.12795/CAUCE.2018.i41.08>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008>
- Hernández-Sampieri, S. y Mendoza, C.P. (2008). *El matrimonio cuantitativo cualitativo: el paradigma mixto* [Resumen de conferencia]. Congreso de Investigación en Sexología del Instituto Mexicano de Sexología, AC y la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Tabasco, México. [https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0,5&cluster=10425331302642156146](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0,5&cluster=10425331302642156146)
- Herrera, C., Espinoza, M., Ludeña, B. y Michay, G. (2019). Las Tics como herramienta de
- Herrera, C., Granizo, O. y Herrera, M. (2020). Importancia de las técnicas e instrumentos de recopilación de datos en la investigación jurídica. En E. Cáceres (Coord.), *Pasos hacia una revolución en la enseñanza del derecho en el sistema romano-germánico* (pp.433-447). <https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/6350-pasos-hacia-una-revolucion-en-la-ensenanza-del-derecho-en-el-sistema-romano-germanico-tomo-6-version-electronica>
- Herrera, M. J. y Reinoso, N. V. (2017). La lectura literaria: experiencias en contextos de vulnerabilidad. *Traslaciones. Revista Latinoamericana De Lectura Y Escritura*, 4(7), 102 - 128. <https://revistas.uncu.edu.ar/ojs/index.php/traslaciones/article/view/963>
- Huaire, E.J. (2019). *Método de investigación*. Acta Académica. <https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/35>
- Infoamérica. (s.f.). *Wilbur Lang Schramm (1907-1987)*. <https://www.infoamerica.org/teoria/schramm1.htm>

- Infobae. (08 de mayo de 2022). *De EPUB a PDF: te explicamos las diferencias, y ventajas, de los principales formatos de lectores de libros digitales*. <https://www.infobae.com/leamos/2022/05/08/de-epub-a-pdf-te-explicamos-las-diferencias-y-ventajas-de-los-principales-formatos-de-lectores-de-libros-digitales/>
- Institut de Publique Sondage d'Opinion Secteur. (2022). *Informe de hábitos y*
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2009). *Guía para la presentación de gráficos estadísticos*. Sistema Nacional de Información Ambiental-SINIA. <https://sinia.minam.gob.pe/documentos/guia-presentacion-graficos-estadisticos>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2023). *Módulo sobre lectura 2023*. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/molec/molec2023.pdf>
- Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. (2014). *Los materiales educativos en México. Aproximación a su génesis y desarrollo*. <http://mapeal.cippec.org/wpcontent/uploads/2014/05/xxxLos-Materiales-Educativos-enM%C3%A9xico.pdf>
- Instituto Peruano de Publicidad. (24 de junio de 2020). *Tipos de medios de comunicación masiva*. <https://www.ipp.edu.pe/blog/tipos-de-medios-de-comunicacion/>
- interacción y colaboración en el área de Biología. *Espacios*, 40(41). <https://www.revistaespacios.com/a19v40n41/19404101.html>
- IONOS. (23 de mayo de 2019). *Hipervínculos: definición, estructura y tipos*. <https://www.ionos.mx/digitalguide/paginas-web/desarrollo-web/hipervinculos-que-son-realmente-y-para-que-se-utilizan/>
- IPSOS. (2022). *Informe de hábitos y percepciones lectoras en Chile*. [https://aimchile.cl/wp-content/uploads/2022/04/lpsos\\_Informe\\_de\\_Habitos\\_y\\_Percepciones\\_Lectoras\\_en\\_Chile\\_prensa\\_masivo\\_VF\\_1.pdf](https://aimchile.cl/wp-content/uploads/2022/04/lpsos_Informe_de_Habitos_y_Percepciones_Lectoras_en_Chile_prensa_masivo_VF_1.pdf)
- Jiménez, A. (2021). Concepto y definición de la lectura. *Revista De Educación De Puerto Rico (REduca)*, 8(1), 55–66. <https://revistas.upr.edu/index.php/educacion/article/view/19235>

- Juegas, C. (06 de octubre de 2019). Cómo evitar las muletillas al hablar. *Cristina Juegas. Comunicación*. <https://cristinajuegas.es/como-evitar-las-muletillas-al-hablar>
- Junta de Extremadura. (s.f.). *¿Qué es un Club de Lectura?* Plan de Fomento de la lectura en Extremadura. <http://lecturaextremadura.juntaex.es/web/que-es-un-club-de-lectura#:~:text=%E2%94%80%20%C2%BFCu%C3%A1ntas%20personas%20componen%20un,5%20y%20las%2025%20personas>
- Kojève, A. y Alfaro, Roy. (2013). ¿Qué es la dialéctica? *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, 1(139), 91-102. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15329873006>
- La Sunamita. (s.f.). *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 15 de octubre de 2024 de <https://www.facebook.com/LasSunamitas>
- Layús, A. (2020). *Modelo de comunicación de Shannon y Weaver*. Academia. [https://www.academia.edu/42263031/Modelo\\_de\\_comunicacion\\_de\\_Shannon\\_y\\_Weaver](https://www.academia.edu/42263031/Modelo_de_comunicacion_de_Shannon_y_Weaver)
- Lectupedia. (27 de julio de 2022). *Promedio de libros leídos por país*. <https://lectupedia.com/es/cantidad-de-libros-leidos-por-pais/>
- Lecturalia. (s.f.). *Red social de literatura, comunidad de lectores y comentarios de libros* [Página de inicio]. <https://www.lecturalia.com/>
- León, O. (01 de abril de 2019). Cómo emplear la voz durante el alegato. *ÓscarLeón*. <https://oscarleon.es/emplear-la-voz-alegato/>
- Leoni, S.L. (2012). La importancia de la lectura en una sociedad tecnolozada. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. <https://www.eumed.net/rev/cccss/20/sllh.html>
- Leyva, J. y Guerra, Y. (2020). Objeto de investigación y campo de acción: componentes del diseño de una investigación científica. *Edumecentro*, 12(3), 241-260. [https://revedumecentro.sld.cu/index.php/edumc/article/view/1488/pdf\\_518](https://revedumecentro.sld.cu/index.php/edumc/article/view/1488/pdf_518)
- LibreTexts. (30 de octubre de 2022). *1.2: Significado y contexto compartidos*. <https://n9.cl/em6wt>
- Livingstone, S. R. y Palmer, C. (2016). Head movements encode emotions during speech and song. *Emotion*, 16(3), 365–380. <https://doi.org/10.1037/emo0000106>

- Llamas, J. y López, J.F. (01 de enero de 2021). Cibernética. *Economipedia*. [https://economipedia.com/definiciones/cibernetica.html#google\\_vignette](https://economipedia.com/definiciones/cibernetica.html#google_vignette)
- Lluch, G. (2014). Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red. *Ocnos: Revista de Estudios sobre Lectura*, (11), 7-20. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=259130756001>
- López, E.M. (1994). El análisis de contenido. En M. García, J. Ibáñez y F.R. Alvira (Coords.), *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación* (pp. 461-492). Alianza. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9077345>
- López, F. (2002). El Análisis de contenido como método de investigación. *XXI. Revista de educación*, (4), 167-180. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=309707>
- López, L. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9(8), 69-74. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)
- López, M. (07 de marzo de 2017). *Comunicación y representación técnica* [Diapositiva de Prezi]. Prezi. <https://prezi.com/ehakt8gat8th/comunicacion-y-representacion-tecnica/>
- López, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Universidad Autónoma de Barcelona. <https://ddd.uab.cat/record/129382>
- Lora, S. (s.f.). Personajes corporales: La mirada distraída o evitar el contacto visual con el grupo. *Sebastián Lora*. <https://sebastianlora.com/blog/personajes-corporales-la-distraida-o-evitar-el-contacto-visual-con-el-publico/>
- Luján, M. (2022). La importancia de la lectura literaria y el impacto en las prácticas de los docentes de nivel inicial y primario. Algunas reflexiones. *Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir*, 1(10), 110 - 124. <https://digitalcommons.fiu.edu/led/vol1/iss10/10/>
- Manso, R.A. (2015). ¡Leer, comentar, compartir! El fomento de la lectura y las tecnologías sociales. *TransInformação*, 27(1), 9-19. <https://doi.org/10.1590/0103-37862015000100001>
- Mark, J.J. (20 de enero de 2021). Anne Hutchinson. (A. Cardozo, Trad.). *World History Encyclopedia*. <https://www.worldhistory.org/trans/es/1-19380/anne-hutchinson/>

- Mark, J.J. (21 de mayo de 2021). *Ágora*. (A. Cardozo, Trad.). *World History Encyclopedia*.  
<https://www.worldhistory.org/trans/es/1-512/agora/>
- Martínez, J. S. (2017). *Esquemas de la Comunicación* [Diapositiva]. Repositorio Material de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.  
<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/handle/123456789/18310>
- Martínez, P.L. (29 de abril de 2011). *Reflexiones sobre la retroalimentación en ambientes virtuales* [Presentación en papel]. II Encuentro Virtual Educa del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.  
<https://recursos.educoas.org/publicaciones/reflexiones-sobre-la-retroalimentacion-en-ambientes-virtuales>
- Mas Alla Letras Latinoamerica. (s.f.). *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 20 de octubre de 2024 de <https://www.facebook.com/people/Mas-Alla-Letras-Latinoamerica/pfbid02KCDZnfw2DpocYxRvpsDNGW4J4TgAd9EQ2JnbKws2R6NwmzszBjZ1JTks7Hjhf12GI/>
- Mateos, J.A. (08 de junio de 2016). La mirada atenta. *Salamanca AL DÍA*. es  
<https://salamancartvaldia.es/noticia/2016-06-08-la-mirada-atenta-182478>
- Mayorga, C.S. (18 de noviembre de 2023). Tabla de frecuencia de datos no agrupados. *Course Sidekick*.  
<https://www.coursesidekick.com/artshumanities/4316348#:~:text=La%20tabla%20de%20frecuencias%20para,crea%20la%20distribuci%C3%B3n%20de%20frecuencia>
- Medina, M., Rojas, R. Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C. y Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Mellado, F. (25 de mayo de 2010). *Tipos de variables en la investigación cuantitativa*. Mellado & asociados consulting. <https://mellado1.com/2010/05/25/tipos-de-variables-en-la-investigacion-cuantitativa/>

- Menchaca, E. A., (1999). Conferencia Magistral con Roger Chartier: "Las Revoluciones de la lectura: siglos XV-XX". *Revista de Humanidades: Tecnológico de Monterrey*, (7), 91-110. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=38400705>
- Microsoft. (25 de abril de 2023). *Detalles de aplicaciones de Office*. Learn Microsoft. <https://learn.microsoft.com/es-es/office365/servicedescriptions/office-applications-service-description/office-applications>
- Mihal, I., Cardini, A. y Paparella, C. (2020). *Un recorrido por las políticas de lectura en la educación argentina*. Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento. <https://www.cippec.org/wp-content/uploads/2020/07/191-DT-EDU-Politic-as-de-lectura-en-argentina-Mihal-Paparella-Cardini-ju....pdf>
- Ministerio de educación. (s.f.). *El movimiento expresivo*. <https://n9.cl/g09t9>
- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (s.f.). *Redes regionales de clubes de lectura*. <https://www.bibliotecaspublicas.gob.cl/redes-regionales-de-clubes-de-lectura>
- Montagut, E. (05 de enero de 2017). *Las Academias*. *Andalán*. <https://www.andalan.es/?p=13039>
- Moral, A., y Arbe, U. (2013). Una experiencia docente sobre La lectura compartida, la lectura por placer y las TICS como medio de comunicación y creatividad: Club de Lectores. *Revista de los Psicólogos de la Educación*, 19(2), 123-126. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=613765436010>
- Morales, A. (06 de junio de 2024). Proceso de Comunicación. *Enciclopedia Significados*. <https://www.significados.com/proceso-de-comunicacion/>
- Morales, R. (2016). Épica: definiciones enciclopédicas. *Káñina*, 40(1), 149-157. <https://doi.org/10.15517/rk.v40i3.29174>
- Moreno, M.A. (2018). *Clubs de lectura virtuales: Propuesta de un modelo de desarrollo, dinamización y evaluación* [Propuesta de Tesis Doctoral, Universidad de Salamanca].

- Moreno, M.A., García, A. y Gómez, A. (2017). Conversando en la nube: cómo organizar un club de lectura virtual. *Revista general de información y documentación*, 27(1), 177-200. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6184644>
- Muntané, J. (2010). Introducción a la investigación básica. *Sociedad Andaluza de Patología Digestiva*, 33(3), 221-227. <https://www.sapd.es/rapd/2010/33/3/03/resumen>
- Natta, P., Pelosio, E., Ramello, H. y Carro, P. (2008). *Teoría(s) de la comunicación*. Universidad Nacional de Córdoba. <https://www.studocu.com/es-ar/document/escuela-superior-de-comercio-y-bachillerato-anexo/economia-sociedad-y-trabajo/1-teorias-de-la-comunicacion-unc-11-51/57066150>
- Naveira, A. (10 de agosto de 2020). Historia de Facebook: nacimiento y evolución de la red social de los (más de) 2.000 millones de usuarios. *Marketing4eCommerceMx*. <https://marketing4ecommerce.mx/historia-de-facebook-nacimiento-y-evolucion-de-la-red-social/>
- Nicolini, E. (05 de septiembre de 2022). *La importancia de los censos como herramienta científica y académica / Entrevistado por Periodista*. Universidad del Norte Santo Tomas de Aquino. <https://www.unsta.edu.ar/la-importancia-de-los-censos-como-herramienta-cientifica-y-academica-2/>
- Núñez, M.I. (2007). Las variables: estructura y función en la hipótesis. *Investigación Educativa*, 11(20), 163-179. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/educa/issue/view/508>
- Nuño, A. (20 de diciembre de 2023). ¿Fin de la democratización de la crítica? *El Confidencial*. [https://www.elconfidencial.com/cultura/2023-12-20/goodreads-aplicacion-literatura-resenas-libros\\_3795531/](https://www.elconfidencial.com/cultura/2023-12-20/goodreads-aplicacion-literatura-resenas-libros_3795531/)
- Ochoa, C. y Molina, M. (2018). Estadística. Tipos de variables. Escalas de medida. *Evidencias en Pediatría*, 14(29), 1-5. <https://evidenciasenpediatria.es/articulo/7307/estadistica-tipos-de-variables-escalas-de-medida>
- Olarte, J.A. (2020). Análisis de contenido, alternativa al diseño de instrumentos tradicionales para el levantamiento de información. Un estudio empírico. En Y. Chirinos, A. G.

- Ramírez, R. Godínez, N. Barbera y D. C. Rojas (Coords.), *Tendencias en la Investigación Universitaria. Una visión desde Latinoamérica* (pp. 42-58). Fondo Editorial Universitario Servando Garcés. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8098027>
- Olvera, A., Fortoul, T.I. y Sánchez, M. (2019). La expresión facial. *Revista de la Facultad de Medicina*, 62(2), 54-55. <https://doi.org/10.22201/fm.24484865e.2019.62.2.11>
- Ordás, A. y Benito, B. (2015). *El club de lectura en la nube* [Resumen de conferencia]. I Congreso Iberoamericano de Bibliotecas Escolares: Educación por competencias: reto del milenio para la interculturalidad y la inclusión social de la Universidad Carlos III de Madrid, la Universidad Estatal Paulista y el Ayuntamiento de Getafe, España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8752746>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (26 de Marzo de 2021). *Cien millones más de niños sin las competencias mínimas de lectura debido a la COVID-19 – La UNESCO reúne a los ministros de educación*. <https://www.unesco.org/es/articulos/cien-millones-mas-de-ninos-sin-las-competencias-minimas-de-lectura-debido-la-covid-19-la-unesco>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (s.f.). *Alianza Mundial para la Alfabetización*. <https://www.uil.unesco.org/es/alfabetizacion/alianza-mundial>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2022). *El estudio ERCE 2019 y los niveles de aprendizaje en lectura: ¿Qué nos dicen y cómo usarlos para mejorar los aprendizajes de los estudiantes?* <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000382747>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (s.f.). *Plan Nacional de Lectura Argentina*. Sistema de Información de Tendencias Educativas en América Latina. <https://siteal.iiep.unesco.org/bdnp/2239/plan-nacional-lectura>
- Pallarés, S. (2017). Lecturas enredadas, Club de lectura online. *Mi biblioteca: La revista del mundo bibliotecario*, (51), 62-71. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6189950>

- Parkes, M. (2004). La Alta Edad Media. En G. Cavallo, y R. Chartier (Ed.), *Historia de la lectura en el mundo occidental* (pp. 153-170). Taurus.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=9405>
- Parra, P. (2017). Clubes de lectura, ¿en “la nube” o en “la tierra”? *Investigación en Información, documentación y sociedad: perspectivas y tendencias*, 1, 145-154.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7462427>
- Pebe, F. (31 de marzo de 2022). Red de Bibliotecas Ayacucho: primer aniversario. *Otlet*, 21.  
<https://www.revistaotlet.com/red-de-bibliotecas-ayacucho-primer-aniversario/>
- Peiró, R. y López, J.F. (01 de mayo de 2021). Teoría de la información. *Economipedia*.  
<http://surl.li/qbuwny>
- Peña, S. (2017). *Análisis de datos*. Areandina. Fundación Universitaria del Área Andina.  
<https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1177>
- Peregrina, C. (2022). *Guía para un club de lectura en colegios, bibliotecas, librerías, familias, amigos*. Kókinos.  
[https://editorialkokinos.com/uploads/activities/pdf/ci\\_mio\\_mi\\_querido\\_mio.pdf](https://editorialkokinos.com/uploads/activities/pdf/ci_mio_mi_querido_mio.pdf)
- Pérez, A. [Alcaldía Iztapalapa] (11 de febrero de 2021). *FOMENTO Y PROMOCIÓN A LA LECTURA "Sala de lectura mitocondria"* [Video]. Facebook.
- Pérez, C. (2018). El libro en la corte. Lecturas femeninas y sus espacios palaciegos en la Baja Edad Media. En E, Corral (Ed.), *Voces de mujeres en la Edad Media. Entre realidad y ficción*. (pp. 513-523). De Gruyter Mouton.  
<https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783110596755-041/html>
- Pérez, G. (14 de marzo de 2022). Ejemplos de Escalas de Likert. *Estudiocontar.com*.  
<https://blog.estudiocontar.com/2022/03/14/ejemplos-de-escalas-de-likert/>
- Pérez, H.M., Pérez, J.M., López, L. y Caballero, C. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. McGraw Hill. <https://www.calameo.com/books/006136136e9e10bc4e7a1>
- Pérez, J. (23 de junio de 2021). *Definición de Herramienta*. Definición.DE.  
<https://definicion.de/herramienta/>

- Pérez, J. (26 de agosto de 2021). *Definición de estímulo*. Definición.DE. <https://definicion.de/Estimulo/>
- Pérez, J. y Gardey, A. (12 de agosto de 2022). *Sincronización*. Definición. DE. <https://definicion.de/sincronizacion/>
- Pérez, J. y Gardey, A. (17 de mayo de 2021). Definición de Interpretación. *Definición. DE*. <https://definicion.de/interpretacion/>
- Pérez, J. y Gardey, A. (19 de julio de 2021). Definición de Codificación. *Definición. DE*. <https://definicion.de/codificacion/>
- Pérez, J. y Merino, M. (16 de agosto de 2021). Definición de Decodificación. *Definición. DE*. <https://definicion.de/decodificacion/>
- Pérez, J. y Merino, M. (2021). *Definición de Texto literario*. Definición.DE. <https://definicion.de/texto-literario/>
- Pirela, F. (24 de octubre de 2024). *Música*. Enciclopedia Concepto. <https://concepto.de/musica/>
- Pita, S. y Pértegas, S. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Cadernos de Atención Primaria*, 9(2), 76-78. <https://www.fisterra.com/formacion/metodologia-investigacion/investigacion-cuantitativa-cualitativa/>
- Pontificia Universidad Javeriana. (2019). *¿Qué es Excel? ¿Cuál es su función en las Ciencias Sociales?* [Archivo de Video]. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/44524>
- Prado, V. (2012). *Manual de operación del programa nacional salas de lectura*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. [https://transparencia.info.jalisco.gob.mx/sites/default/files/FOMENTO%20A%20LA%20LECTURA\\_0.pdf](https://transparencia.info.jalisco.gob.mx/sites/default/files/FOMENTO%20A%20LA%20LECTURA_0.pdf)
- Prieto, S. (10 de septiembre de 2020). *¿Qué es el feedback en la comunicación? Feedback positivo y negativo*. P & A Group. <https://grupo-pya.com/juegos-mentales-proceso-feedback/>
- Quiñonez, L. y Díaz, E. (2007). Material de apoyo para la docencia sobre la formación de los conceptos de la asignatura Sociología del Deporte. *PODIUM: Revista de Ciencia y*

*Tecnología en la Cultura Física*, 2(1), 52-60.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6173798>

Ramos, E. (2009). Plan de fomento de la lectura en Chile: un proceso de construcción participativa, *Serie Bibliotecología y Gestión de Información*, (45), 6-28.  
<https://repositorio.UTEM.cl/bitstream/handle/30081993/823/serie-No-45-2009-Junio-Plan-de-fomento-de-la-lectura-en-Chile-Un-proceso-de-construccion%CC%81n-participativa-Enrique-Ramos.pdf>

Readings in the North. (15 de Mayo de 2018). *Inicio*. <https://readingsinnorth.wordpress.com/>

Real Academia Española. (s.f.). Estímulo. En *Diccionario de la lengua española*.  
<https://dle.rae.es/est%C3%ADmulo>

Real Academia Española. (s.f.). Leer. En *Diccionario panhispánico de dudas*.  
<https://www.rae.es/dpd/leer>

Real Academia Española. (s.f.). Proceso. En *Diccionario esencial de la lengua española*.  
<https://www.rae.es/desen/proceso>

Rebollo, L. (17-20 de septiembre de 1997). Pausas y ritmo en la lengua oral. Didáctica de la pronunciación. En K. Alonso, F. Moreno y M. Gil (Dirs.), *El español como lengua extranjera. Del pasado al futuro* (pp. 667-676). VIII Congreso Internacional de ASELE, Universidad de Alcalá. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=3891>

Rendón, S.C, y Jarvio, A.O. (2020). El uso de las TIC para promover la lectura en bibliotecas públicas con la intervención de los bibliotecarios. *Investigación bibliotecológica*, 34(83), 129-144. <https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2020.83.58095>

Rivas, A. (16 de septiembre de 2022). *Justificación de una investigación: Cómo elaborar [Ejemplos]*. Normas APA. <https://normasapa.in/justificacion-de-una-investigacion/>

Rivas, R., Roy, I., Pérez, M., Barea, R., Moreno, J., Moreno, M., Palacios, L. y Ureña, K.R. (2020). Pertinencia e impertinencia de los gráficos en la investigación clínica. *Revista Alergia México*, 67(4), 381-396. <https://doi.org/10.29262/ram.v67i4.854>

- Rojas, P. (28 de julio de 2023). El ruido: nuevo elemento de la comunicación. *Delfino*. <https://delfino.cr/2023/07/el-ruido-nuevo-elemento-de-la-comunicacion>
- Rovira, J. (2015). Redes sociales de lectura: del libro de caras a la LIJ 2.0. *Investigaciones Sobre Lectura*, (3), 106–122. <https://doi.org/10.24310/revistaisl.vi3.11084>
- Rozas, M.F. (11 de febrero de 2022). ¿Qué es un club de lectura y cómo funciona? VUELO ARTICO. <https://www.vueloartico.com/2022/02/11/que-es-club-lectura-como-funciona/>
- Ruíz, A. (2021). *El contenido y su análisis: Enfoque y proceso*. Universitat de Barcelona. <https://hdl.handle.net/2445/179232>
- Ruiz, J. (2010). Importancia de la investigación. *Revista científica*, 20(2), 125-126. [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0798-22592010000200001](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-22592010000200001)
- Salazar, M. (2015). *Del aula tradicional a las interacciones en el entorno virtual: modelo de caracterización asignaturas BLENDED de la Universidad de Medellín* [Tesis de Maestría, Universidad de Medellín]. Repositorio Institucional – Universidad de Medellín. <https://repository.udem.edu.co/handle/11407/1282>
- Salomão, A. (09 de mayo de 2023). Ventajas de las pruebas piloto en los estudios de investigación. *Mind the graph*. <https://mindthegraph.com/blog/es/prueba-piloto-en-investigacion/>
- Sánchez, A. (11 de noviembre de 2004). *Juegos de expresión verbal*. Psicomotricidad. <https://www.um.es/cursos/promoedu/psicomotricidad/2004/sesion-expresi%C3%B3n-verbal-a.pdf>
- Sánchez, L. y Campos, M. (2009). La Teoría de la comunicación: diversidad teórica y fundamentación epistemológica. *Diálogos de la comunicación*, 78. <https://www.doccity.com/es/docs/cuales-son-los-elementos-de-la-comunicacion-emisor-el-emisor-es-un-elemento-imprescindible/8552622/>
- Sánchez, S. y Yubero, S. (2015). *Las bibliotecas en la formación del hábito lector*. Universidad de Castilla-La Mancha. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=571857>

- Santa María, L. (2010). *Taller de comunicación humana*. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://portalacademico.cch.unam.mx/recursos-de-apoyo/talleres-de-lenguaje-y-comunicacion/taller-de-la-comunicacion-humana>
- Santos, C.M. (2022). Promoción de lectura virtual con estudiantes de secundaria: una intervención en el contexto de la pandemia de COVID en México. *Álabe: Revista de Investigación sobre Lectura y Escritura*, (25). <https://doi.org/10.15645/Alabe2022.25.4>
- Santos, T. (18 de septiembre de 2024). ¿Qué significa la retroalimentación en comunicación y cuáles son sus ventajas? *Sesame*. <https://www.sesamehr.es/blog/retroalimentacion-comunicacion/>
- Savignano, S. (15 de febrero de 2024). *El lenguaje especializado y el lenguaje técnico: los tecnolectos*. CETI. Centro de Estudios Traducción e Interpretación. <https://elceti.es/el-lenguaje-especializado-y-el-lenguaje-tecnico-los-tecnolectos/>
- Schulze, I. Los medios de comunicación en la Gran Guerra: "Todo por la Patria". *Historia y comunicación social*, 18(0), 15-30. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4650193>
- Secretaría de Cultura. (06 de mayo de 2015). *El Programa Nacional Salas de Lectura, 20 años de socializar el acto mágico de la lectura*. <https://www.gob.mx/cultura/prensa/el-programa-nacional-salas-de-lectura-20-anos-de-socializar-el-acto-magico-de-la-lectura>
- Secretaría de Cultura. (09 de junio de 2018). *¿Sabías que en México hay 3,843 salas de lectura y puedes acudir a una de ellas, ubicada en las 32 entidades del país?* <https://www.gob.mx/cultura/es/articulos/salas-de-lectura?idiom=esCITAR>
- Secretaría de Educación Pública. (2022). *Guía para la elaboración del protocolo de investigación*. [https://cosfac.sems.gob.mx/Investigacion/Prog\\_Innov\\_Inves2022/guia\\_protocolo2022.pdf](https://cosfac.sems.gob.mx/Investigacion/Prog_Innov_Inves2022/guia_protocolo2022.pdf)
- Seoane, T., Rodríguez, J.L. Martín, E., Lurueña, S. y Alonso F.J. (2007). Estadística: Estadística Descriptiva y Estadística Inferencial. *SEMERGEN - Medicina de Familia*, 33(9), 466-471. [https://doi.org/10.1016/S1138-3593\(07\)73945-X](https://doi.org/10.1016/S1138-3593(07)73945-X)

- Seth, R. (13 de octubre de 2019). Los clubs de lectura de celebrities que deberías seguir en Instagram. *Vogue*. <https://www.vogue.es/living/articulos/clubs-de-lectura-instagram-cuentas-recomendaciones-libros-emma-watson-oprah-winfrey>
- Simao, V.L. (2010). *Formación Continuada y varias voces del profesorado de educación infantil de Blumenau: Una propuesta desde dentro* [Tesis de Doctorado, Universitat de Barcelona]. Repositorio Institucional – Universitat de Barcelona. <https://www.tesisenred.net/handle/10803/1371#page=1>
- Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas. (s.f.). *Club de lectura para niñas y niños*. <https://www.bibliotecaspublicas.gob.cl/club-de-lectura-para-ninas-y-ninos>
- Soca, R. (7 de mayo de 2021). La palabra del día: estímulo. *El Castellano*. <https://www.elcastellano.org/envios/2021-05-07-000000>
- Soffia, A. [Bibliotecas Públicas de Chile] (27 de marzo de 2023). *¿Qué son las redes de clubes de lectura en bibliotecas públicas?* [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=pskZ74rHjJM&t=8s>
- Solorzano, N. (2003). *Técnicas de investigación y documentación*. Escuela Superior Politécnica del Litoral. <https://www.researchgate.net/publication/316170196-TECNICAS-DE-INVESTIGACION-Y-DOCUMENTACION-1era-Edicion>
- Soporte de Google. (2024). *Usar Reacciones en Google Meet*. <https://support.google.com/meet/answer/13151720?hl=es&co=GENIE.Platform%3DDesktop>
- Sposob, G. (24 de octubre de 2024). *Factores o indicadores demográficos*. Enciclopedia Concepto. <https://concepto.de/factores-demograficos/>
- Suarez, S, (13 de octubre de 2023). *¿Qué es la codificación?* *Metacontratas.com*. <https://www.metacontratas.com/que-es-la-codificacion/>
- Susana, P. y García, I. (2017). *Lecturas Enredadas, Club de lectura online. Un proyecto de Asociación Inspira en colaboración con la Biblioteca para Jóvenes Cubit (Zaragoza)*. Mi

biblioteca: *La revista del mundo bibliotecario*, 13(51). 62-71.  
<http://hdl.handle.net/10366/145175>

Taipe, L. (2016). La semiótica del silencio. *Horizonte de la Ciencia*, 6(11), 107-112.  
<https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2016.11.232>

Tamaro, E. y Fernández, T. *Julio Ramón Ribeyro*. (2004). Biografías y Vidas. La enciclopedia biográfica en línea. <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/r/ribeyro.htm>

Terzakyan, T. (15 de marzo de 2022). Comunicación sincrónica y asincrónica: ejemplos y ventajas. *Deel*. <https://www.deel.com/es/blog/comunicacion-sincronica-y-asincronica/>

Torres, F. (2023). De la lectura individual a la socialización de la lectura: carácter ambital y personalista de la literatura y del club de lectura. *Quién. Revista de filosofía personalista*, 17, 117-140. <https://www.personalismo.org/revista/de-la-lectura-individual-a-la-socializacion-de-la-lectura-caracter-ambital-y-personalista-de-la-literatura-y-del-club-de-lectura/>

Torres, R. (28 de febrero de 2019). Tipos de variables en la investigación cuantitativa. *Solo industriales*. [https://soloindustriales.com/tipos-de-variables-en-la-investigacion-cuantitativa/#google\\_vignette](https://soloindustriales.com/tipos-de-variables-en-la-investigacion-cuantitativa/#google_vignette)

Tovar, K. y Riobueno, M.C. (2018). El club de lectura como estrategia creativa para fomentar la lectura creativa en los estudiantes educación integral. *Revista de Investigación*, 42(94), <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=376160142004>

Turiaci, M. (05 de noviembre de 2020). *Las políticas de promoción de la lectura en Argentina*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/las-pol%C3%ADticas-de-promoci%C3%B3n-la-lectura-en-argentina-mariana-turiaci/>

Ucha, F. (diciembre de 2012). *Definición de Mirada*. Significado. <https://significado.com/mirada/>

Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca. (2020). *Importancia de la retroalimentación en el proceso de evaluación*. [http://cecad-uabjo.mx/Importancia\\_de\\_la\\_retroalimentacion.pdf](http://cecad-uabjo.mx/Importancia_de_la_retroalimentacion.pdf)

- Universidad Católica de La Plata (21 de agosto de 2018). *Bahía Blanca: la mayor puerta a la Patagonia*. <https://www.ucalp.edu.ar/bahia-blanca-la-mayor-puerta-a-la-patagonia/>
- Universidad de Champagnat. (29 de abril de 2002). *Aprendizaje mediante motivación y comunicación*. Gestipolis. [https://www.gestipolis.com/aprendizaje-mediante-motivacion-y-comunicacion/#google\\_vignette](https://www.gestipolis.com/aprendizaje-mediante-motivacion-y-comunicacion/#google_vignette)
- Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. (2018). *Guía básica del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación*. <https://www.ujat.mx/23>
- Uribe, C. (26 de septiembre de 2023). Formatos de Imagen, Video, Audio y Texto. *Genially*. <https://view.genially.com/651253c6baad62001106020c/interactive-content-formatos-de-imagen-video-audio-y-texto>
- Vargas, E. (2015). Las funciones del lenguaje de Jakobson en la titulación deportiva: estudio estilístico de la nación y la extra. *Revista de filología y lingüística de la Universidad de Costa Rica*, 41(1), 143-156. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5264616>
- Vega, D. (Viernes 13 de noviembre de 2020). *Club de lectura virtual - Algunas ideas y herramientas para su aplicación* [Resumen de conferencia]. XI Jornada Temas Actuales en Bibliotecología de la Biblioteca del Centro Médico de Mar del Plata y la Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, Argentina. <http://surl.li/udyrml>
- Viloria, H.A. y Hamburger, J. (2019). Uso de las herramientas comunicativas en los entornos virtuales de aprendizaje. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 140, 367-384. <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3558>
- Vizcarra, F., Ovalle, L.P. y Corona, S. (2012). Lectores y formación de ciudadanías en México. Observaciones sobre el Programa Nacional Salas de Lectura del Conaculta. *Estudios Fronterizos*, 13(25), 157-190. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-69612012000100006](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-69612012000100006)
- Watzlawick, P., Beavin, J. y Jackson, D. (1991). *Teoría de la comunicación humana*. Herder. <https://holossanchezbodas.com/wp-content/uploads/2020/05/teoria-de-la-comunicacion-humana-watzlawick-1.pdf>

Westreicher, G. (01 de abril de 2022). *Muestreo no probabilístico*. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/muestreo-no-probabilistico.html>

Yáñez, I.C. (2023). El poder de la palabra: comunicación sincrónica en entornos virtuales.  
*Horizontes: Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 7(29), 1411-1422.  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2616-79642023000301411](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2616-79642023000301411)

Zapata, G. (2004). *Comunicación Organizacional*. Universidad Mayor de San Simón.  
[https://www.academia.edu/3131155/Comunicacion\\_Organizacional](https://www.academia.edu/3131155/Comunicacion_Organizacional)

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.  
México.

## Anexos

<b>Alojamiento de la Tesis en el Repositorio Institucional</b>	
<b>Título de Tesis:</b>	Estímulos comunicativos generados en la retroalimentación de dos Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos
<b>Autor(a) de la Tesis:</b>	América López León
<b>ORCID:</b>	0009-0002-4424-5491
<b>Resumen de la Tesis:</b>	<p>En la esfera digital, existen espacios de discusión sobre todo tipo de temas, entre ellos resaltan los Clubes de Lectura Virtuales Sincrónicos Públicos (CLVSP) que, ya sea de forma intencionada o no, fomentan la lectura y la participación oral entre sus integrantes, por lo que su funcionamiento es esencial en un contexto en el que la población parece alejarse cada vez más de la lectura por placer.</p> <p>En este sentido, se presenta un estudio básico de enfoque cuantitativo no experimental con alcance exploratorio-correlacional y temporalidad transversal que, a través de las técnicas de análisis de contenido y censo, tiene el objetivo de determinar los estímulos comunicativos (verbales, vocales, físicos y situacionales) que se generan en la retroalimentación de los CLVSP “Ribeyro Virtual” y “Bahía Blanca” bajo la perspectiva el modelo de Hennings (1975).</p> <p>Los resultados obtenidos demuestran que la escasa presencia estímulos (sobre todo físicos y situacionales) incide en la retroalimentación de las sesiones de los clubes objeto de estudio. Teniendo esto en cuenta, se recomienda a futuros investigadores, entre otras cosas, profundizar en un único estímulo comunicativo que lleve a la propuesta de nuevos sub-estímulos.</p>
<b>Palabras claves de la Tesis:</b>	Clubes de Lectura, Clubes de Lectura Virtuales, Retroalimentación, Comunicación sincrónica y Estímulos comunicativos.

<p><b>Referencias citadas:</b></p>	<p>Bonilla, A.M., Triana, A.C. y Silva, A.M. (2021). Club Virtual: estrategia de enseñanza y aprendizaje para el fortalecimiento de la lectura crítica. <i>Revista Iberoamericana de Educación</i>, 85(1), 117-133. <a href="https://doi.org/10.35362/rie8514016">https://doi.org/10.35362/rie8514016</a></p> <p>De la Cruz, I. y Saurín, J. (2013). <i>Los clubes de lectura en la era digital. Pasado, presente y futuro</i> [Resumen de conferencia]. VI Congreso Nacional de Bibliotecas públicas del Ministerio de Educación Cultura y Deporte, España. <a href="https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4480204">https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4480204</a></p> <p>Delgado, P. (23 de junio de 2020). Aprendizaje sincrónico y asincrónico: definición, ventajas y desventajas. <i>Observatorio: Instituto para el Futuro de la Educación</i>. <a href="https://observatorio.tec.mx/edu-news/aprendizaje-sincronico-y-asincronico-definicion">https://observatorio.tec.mx/edu-news/aprendizaje-sincronico-y-asincronico-definicion</a></p> <p>Ferrándiz, J.U. (2013). Clubes de lectura virtuales: el modelo por videoconferencia. <i>Tejuelo: Revista de ANABAD Murcia</i>, 13, 26-35. <a href="https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5215446">https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5215446</a></p> <p>Hennings, D.G. (1975). <i>Mastering classroom communication--what interaction analysis tells the teacher</i>. Pacific Palisades. <a href="https://archive.org/details/masteringclassro00doro/page/n9/mode/2up">https://archive.org/details/masteringclassro00doro/page/n9/mode/2up</a></p> <p>Hernández, R. M. (2019). La comunicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje: su papel en el aula como herramienta educativa. <i>CAUCE. Revista Internacional De Filología, Comunicación y Sus Didácticas</i>, (41), 133-155. <a href="http://dx.doi.org/10.12795/CAUCE.2018.i41.08">http://dx.doi.org/10.12795/CAUCE.2018.i41.08</a></p> <p>Martínez, P.L. (29 de abril de 2011). <i>Reflexiones sobre la retroalimentación en ambientes virtuales</i> [Presentación en papel]. II Encuentro Virtual Educa del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. <a href="https://recursos.educoas.org/publicaciones/reflexiones-sobre-la-retroalimentaci-n-en-ambientes-virtuales">https://recursos.educoas.org/publicaciones/reflexiones-sobre-la-retroalimentaci-n-en-ambientes-virtuales</a></p> <p>Viloria, H.A. y Hamburger, J. (2019). Uso de las herramientas comunicativas en los entornos virtuales de aprendizaje. <i>Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación</i>, 140, 367-384. <a href="https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3558">https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3558</a></p> <p>Watzlawick, P., Beavin, J. y Jackson, D. (1991). <i>Teoría de la comunicación humana</i>. Herder. <a href="https://holossanchezbodas.com/wp-content/uploads/2020/05/teoria-de-la-comunicación-humana-watzlawick-1.pdf">https://holossanchezbodas.com/wp-content/uploads/2020/05/teoria-de-la-comunicación-humana-watzlawick-1.pdf</a></p>
------------------------------------	--