

Prácticas de lectura. Acerca del placer y la literatura en jóvenes adultos estudiantes.

Alejandra Ravettino Destefanis.

Cita:

Alejandra Ravettino Destefanis (2012). *Prácticas de lectura. Acerca del placer y la literatura en jóvenes adultos estudiantes. VII Jornadas de Sociología de la UNLP. Departamento de Sociología de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, La Plata.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-097/559>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eRxp/gMp>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.



VII Jornadas de Sociología de la UNLP

“Argentina en el escenario latinoamericano actual: debates desde las ciencias sociales”

La Plata, 5, 6 y 7 de diciembre de 2012

Mesa 39: El placer del texto: sociología, literatura y subjetividades en torno al campo literario y las prácticas de lectura.

RAVETTINO DESTEFANIS, Alejandra (UBA-UCES)

a-rades@live.com.ar; aravettino@arnet.com.ar

Prácticas de lectura. Acerca del placer y la literatura en jóvenes adultos estudiantes.

INTRODUCCIÓN

La lectura es una práctica independiente de su soporte, y el comportamiento del lector frente a los libros es distinto si lo comparamos con las revistas. Un individuo puede leer artículos vinculados con el espectáculo, la política o la economía, y lograr comprenderlos y asimilarlos de manera veloz e igualmente temporal, debido al carácter inmediatesta y estacionario de sus relatos. El proceso de lectura de libros es una práctica singular debido a la continuidad de sus textos, la exigencia intelectual y disciplinaria para poder permanecer y terminar la lectura, y los factores externos desvinculados de la misma voluntad del lector.

Por otra parte, se conoce que el nivel educativo de la población es un determinante básico: a mayor escolaridad corresponde una mayor incidencia en la lectura. Asimismo, la correlación entre educación y frecuencia de lectura es directa: a mayor nivel educativo, mayor frecuencia de lectura. No obstante, nos preguntamos por la población de universitarios, y la lectura no por deber, sino por placer. En este sentido, proponemos reflexionar respecto de la relación que jóvenes de sectores medios urbanos, dentro del sistema de educación formal, mantienen con

la *cultura escrita*¹ durante su tiempo libre. Para ello, caracterizaremos las *prácticas literarias*² a partir de los resultados obtenidos en el propio relevamiento.³

Creemos que las formas de apropiación y uso del libro deben ser tan centrales en la investigación como las estrategias de mercado. Por ello, concebimos al estudio del consumo no sólo como la indagación estadística del modo en que se compran las mercancías, sino también como el conocimiento de las operaciones con que los públicos seleccionan y combinan los productos y los mensajes. Es decir, cómo los consumidores mezclan las estrategias de quienes fabrican y comercian los bienes con las tácticas necesarias para adaptarlos a la dinámica de la vida cotidiana (Certeau 1996). Entonces, proponemos acercarnos a las prácticas de lectura de los estudiantes universitarios y entender de qué manera la lectura cobra importancia en su vida diaria.

Antecedentes

De acuerdo con el CERLALC (2008) las mediciones del comportamiento lector son escasas en Iberoamérica, aunque cada vez el sector público y el privado asuman la tarea de realizarlas. Los estudios cuantitativos de hábitos lectores y de comportamiento lector de los países de la región se iniciaron a finales de la década de los noventa.⁴

¹ Entendemos *cultura escrita* como el conjunto de prácticas y representaciones vinculadas con el libro y la lectura por las cuales el sujeto construye el sentido de su existencia a partir de ciertas necesidades sociales (Chartier 2000). Las representaciones sociales involucran al conjunto de formas de pensamiento y de sentido común que son construidas en los procesos de interacción y comunicación social (León 2002:369).

² Sub-dimensionada en *hábitos de lectura* que reflejan el comportamiento del lector en cuanto a número de libros leídos, temas que prefiere leer, idioma en el que normalmente lee, motivos por los cuales lee, frecuencia de lectura, acceso al libro (préstamo o compra) y asistencia a bibliotecas, entre otras variables. No obstante, consideraremos prácticas literarias a otras manifestaciones de consumo cultural que acompañan a estos hábitos: asistir a eventos específicos (ferias), comprar revistas culturales, leer suplementos culturales y críticas literarias, participar en presentaciones de libros, pertenecer a círculos de lectores y otras comunidades afines, concurrir a plazas de venta (ferias itinerantes o paseos de compra), entre otras.

³ Los resultados que presentamos corresponden a la fase preliminar del análisis de datos del proyecto de investigación, iniciado en 2011 en el marco del Departamento de Investigación de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, “El consumo de libros en los sectores medios urbanos. Un análisis respecto de las tendencias de lectura contemporáneas”.

⁴ El primer país en hacer este ejercicio fue Chile en 1999 con la “Encuesta Nacional de Lectura y Consumo de Libros”. En 2000, Brasil hizo su primera medición de comportamiento lector, “Retrato de Lectura en Brasil.” Un año después Argentina y Colombia aplicaron la primera encuesta de medición del comportamiento lector, “Encuesta Nacional de Lectura y Uso del Libro” y “Hábitos de Lectura y consumo de Libros en Colombia”, respectivamente. Perú, en 2004, realizó su estudio “Hábitos de

Carecemos de datos actualizados relativos al consumo de libros a nivel nacional. Los últimos disponibles corresponden a la Encuesta Nacional (2001)⁵, con cuyos resultados la CERLARC trabaja, y esta ponencia tomará como antecedente más reciente. Por el contrario, abundan datos del sector respecto de la producción editorial en el país.⁶

Aspectos metodológicos

Durante junio-julio de 2012 auto administramos un cuestionario de tipo estructurado a estudiantes de niveles terciario y universitario. Obtuvimos una muestra no probabilística e intencional conformada por 206 casos. Como aspecto constante, los miembros de la unidad de análisis están dentro del sistema de educación formal: cursan profesorado y carreras de grado. Las instituciones donde se llevó a cabo el relevamiento son el Profesorado Público Joaquín V. González, la Universidad de Buenos Aires (Facultad de Ciencias Sociales), Universidad de Belgrano (Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Facultad de Arquitectura y Urbanismo) y la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (Facultad de Comunicación, Facultad de Psicología y Ciencias Sociales y Facultad de Económicas).⁷

Si bien el instrumento de recolección contempla otras dimensiones de análisis, en lo que sigue presentaremos los resultados de los ejes: *prácticas de lectura y consumo de libros*.⁸

Por último, los cuestionarios completos fueron procesados mediante el software estadístico SPSS.

Lectura y ciudadanía informada en la población peruana” y en el 2005 Colombia realizó su segunda medición “Hábitos de Lectura y consumo de Libros en Colombia.” En 2006, México y República Dominicana, realizaron sus estudios, “Encuesta Nacional de Lectura” e “Investigación sobre Hábitos de Lectura y Actitudes del lector en la República Dominicana”, respectivamente. Finalmente en 2007, Brasil realizó el último estudio de la región el “Retrato de Lectura en Brasil”.

⁵ “Encuesta Nacional de Lectura y Uso del Libro”. Realizada para el Ministerio de Educación de la Nación por la empresa Catterberg y Asociados. Mayo 2001.

⁶ Como administradora de la Agencia Argentina de ISBN la Cámara Argentina del Libro (CAL) puso a disposición información del sector hasta el cierre del ejercicio N°72 (30 de Junio de 2012). Fuente: <http://www.editores.org.ar/>

⁷ Los casos recolectados se distribuyen en las carreras: Contador, Economía, Administración de Empresas, Recursos Humanos, Comunicación Social, Sociología, Turismo, Diseño gráfico y Comunicación audiovisual (UCES); Diseño gráfico y Ciencias de la Comunicación (UB); Trabajo Social (UBA); Profesorado de Ciencias de la Educación y Profesorado de Psicología(Joaquín V. González).

⁸ Las dimensiones contempladas en el cuestionario: Consumo cultural y uso del tiempo libre: actividades de esparcimiento, uso de Internet y exposición diaria a la TV; Consumo cultural: medios gráficos (diarios, revistas y suplementos); Lectura digital y analógica: soportes utilizados y percepción respecto de los tipos de lectura posibles; Consumo de libros durante el tiempo libre.

Presentación y análisis preliminar de resultados

Breve caracterización de la muestra

El 60% de los encuestados pertenece al sexo femenino. El 50% se ubica en el rango etario que va de los 18 a los 24 años, seguido por el de 25 a 34 años (45%), el resto de la muestra supera esta edad en pequeñas y similares proporciones.

El 80% de los estudiantes trabaja. Respecto de la calificación laboral, el 57% ocupa cargos operativos, el 25% cargos técnicos, el 10% no está calificado, el 5,5% son profesionales y el 2,5% ocupan cargos directivos. Y acerca de la categoría ocupacional, el 87% son empleados, el 8% es cuentapropista y el resto patrón.

En términos generales, los encuestados habitan la Ciudad y Provincia de Buenos Aires, y pertenecen a sectores medios.

Algunos datos del sector editorial

En 2008, el sector editorial atravesó su quinto año de crecimiento consecutivo llegando su producción a representar más de 1100 millones de pesos, y un 0,025% del PBI total. Ese mismo año, la Argentina tuvo el récord histórico de 97 millones de ejemplares, acompañado por una importante proliferación de los títulos editados (SInCA 2010).

De acuerdo con datos del sector, durante el segundo trimestre de 2011, se registraron en base al ISBN 8122 títulos con una producción de 40,8 millones de ejemplares, lo que determinó una tirada promedio de 5000 unidades por cada registro. En suma, la actividad editorial resultó superior a la de 2010: los títulos crecieron casi 18%, y la producción de ejemplares más que se duplicó (107%). Principalmente esto se debió a una publicación de la categoría Religiones (*La Gran Esperanza*)⁹ con más de 8 millones de ejemplares producidos. Asimismo, el sello Arte Gráfico Editorial Argentino de Clarín concentró, en sólo 20 títulos, 10 millones de ejemplares.

Cabe señalar que el 86% de los títulos de la producción corresponde a novedades, mientras que tan solo el 14% restante constituyen

⁹ *La Gran Esperanza* (con un tiraje superior a 160 millones de copias en el mundo), de la autora Elena G. de White, describe la fase final del conflicto cósmico que se desarrolló entre el bien y el mal a lo largo de la historia. El libro posee once capítulos seleccionados y condensados de la versión de *El conflicto de los siglos*, un clásico que se originó con la publicación, en 1858, del libro *The Spiritual Gifts*, (vol I) *The Great Controversy between Christ and his Angels and Satan and His Angels*. Fuente: <http://lagranesperanza.org/el-libro>

reimpresiones. Durante 2011, se observa un crecimiento porcentual en los títulos registrados del 17%.

En suma, en tanto aumenta el número de editoriales (aproximadamente 523) y aumenta el número de novedades y reimpresiones (17%), paradójicamente disminuyen los tirajes. A partir de estos datos, cabría preguntarnos ¿más libros y menos lectores?

Motivos de lectura

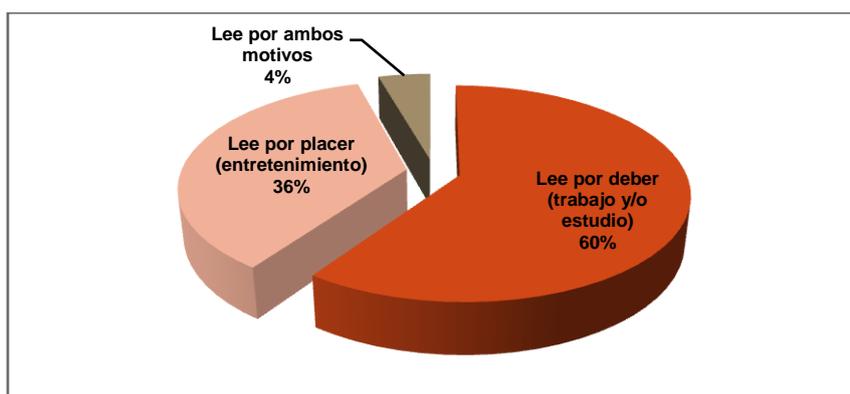
En lo que sigue admitimos que son *lectores* todos los individuos que toman la decisión de consumir lectura, y son *compradores* los individuos que toman la decisión de comprar un libro. En este sentido, podríamos pensar en convergencia y divergencia, según se compre y/o se lea. La convergencia sucede cuando los factores de consumo están muy próximos entre sí; y la divergencia puede darse en dos direcciones: hacia la compra o hacia el uso (Cole 2003:28).

Este estudio considera lectores y compradores, puesto que el cuestionario así como interpela a los lectores, indaga en la frecuencia y los motivos de compra de libros para regalar de posibles no lectores.

De acuerdo con el informe de la CERLARC (2008), en base a la Encuesta Nacional de Lectura (2001), el *gusto* es el principal motivo de lectura, razón asociada con leer por entretenimiento. La segunda razón por la cual se lee es *por deber*, sea por estudios o por trabajo. En la Argentina, del 55% de la población que leyó por lo menos un libro ese último año, el 30% lo hizo por *obligaciones de trabajo*, el 18% por *estudio*, mientras que el 69% lo hizo por placer en los momentos de tiempo libre.

A los fines de este estudio, como la población encuestada es universitaria, dimos por entendido que leían. De allí que no indagamos si tenían el hábito, sino que preguntamos por la principal razón. En este sentido, **el 60% de los jóvenes lee exclusivamente por trabajo o estudio**, es decir, por deber (la proporción de lectura por placer y deber se invierte notablemente al interpelar exclusivamente a jóvenes universitarios). El próximo gráfico detalla la distribución de la muestra según los motivos de lectura:

Gráfico 1: Motivos de lectura. Jóvenes universitarios, 2012.



Fuente: Elaboración propia. Base: 206 estudiantes del Joaquín V. González, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y Universidad de Buenos Aires.

Intensidad lectora

La *frecuencia de lectura* de libros indica la periodicidad con la que se lee para determinar si la población lectora es frecuente u ocasional. En este sentido, Argentina tiene una lectura promedio anual de 3,2 libros por año (CERLARC 2008).

Al analizar detalladamente la *intensidad lectora*, el 8% de la población leyó más de 10 libros el último año (anterior a la encuesta de 2001), entre 1 y 10 libros el 47% y ningún libro el 45%. En términos regionales, Argentina presenta altos índices de lectura destacándose en la región por una mayor población de lectores frecuentes (39%) y la más baja población no lectora (28%). Asimismo, el 47% de la población argentina lee diariamente entre 15 y 20 minutos de manera continua (CERLARC 2008).¹⁰

En este estudio indagamos *intensidad* expresada en “cantidad de libros leídos al año”. Entre quienes tienen el hábito de leer por placer, es decir,

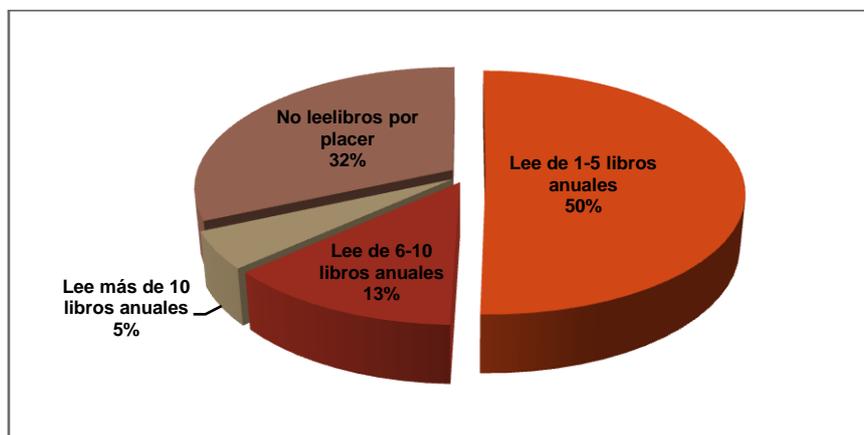
¹⁰ Las cifras en América Latina demuestran que Argentina registra el más alto porcentaje de lectura de libros en la población (55%), seguido por Chile (51%), Brasil (46%) y Colombia (45%). Siguen Perú (35%) y México (20%). Por su parte, España registró en 2011 un índice de lectura de libros de 61%.

Se destaca el alto consumo de libros en Argentina y Chile, donde más del 50% de la población reportó leer libros: “en revistas, Chile y Brasil son los países con más lectura de éste tipo de formatos; y en periódicos, Perú registra una tasa muy superior al resto de países, similar a la de España”.

Asimismo, el CERLAC aseguró que en cuanto al consumo promedio de libros, Chile y Argentina encabezan la lista con 5,4 y 4,6 libros leídos por habitante, respectivamente. Luego se encuentran Colombia y México, con 2,2 y 2,9 libros promedio por habitante, en tanto España registró un promedio de 10,3 libros leídos por habitante en 2011.

la lectura vinculada con el entretenimiento, observamos que **el 32% de los jóvenes encuestados indicó no leer por placer**. Del resto, **leen entre 1 y 5 libros anuales el 50%**. El próximo gráfico detalla la distribución de la muestra según la cantidad de libros leídos al año:

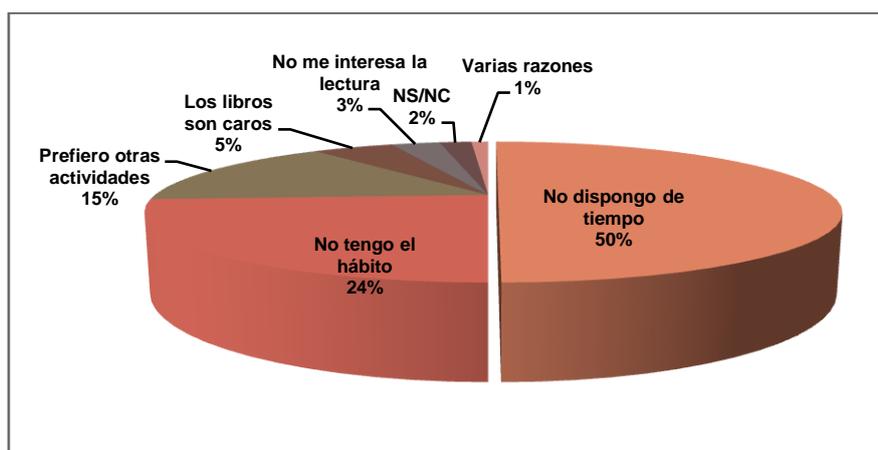
Gráfico 2: Cantidad de libros leídos al año. Jóvenes universitarios, 2012.



Fuente: Elaboración propia. Base: 206 estudiantes del Joaquín V. González, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y Universidad de Buenos Aires.

Cuando preguntamos por qué no leen por placer, **la mitad de la población encuestada manifestó que “no dispone de tiempo”, y el 24% asumió “no tener el hábito”**. El próximo gráfico ilustra la distribución de la muestra en otros motivos posibles:

Gráfico 3: Razones de no lectura por placer. Jóvenes universitarios, 2012.



Fuente: Elaboración propia. Base: 206 estudiantes del Joaquín V. González, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y Universidad de Buenos Aires.

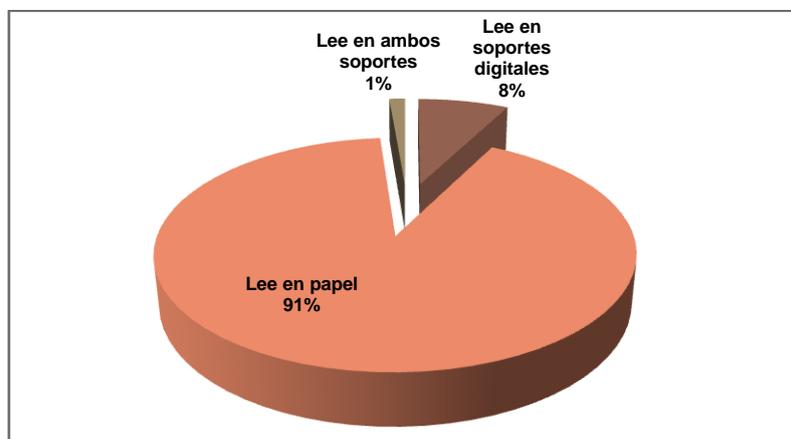
Soportes de lectura

De acuerdo con Benjamín (2007) la aparición de nuevas modalidades de experiencia violentan los modos tradicionales de percepción y cognición. Por ello, los nuevos soportes de lectura son un tema de gran complejidad en el análisis del comportamiento lector, debido a que modifican la propia experiencia de leer. La hipertextualidad y los hipervínculos, encontrados en los contenidos que se ofrecen en Internet, implican para el lector nuevos desafíos: pueden constituir una fuente de contenidos que enriquezcan su conocimiento o pueden perder al lector en un mar de información.

Si bien el principal soporte continúa siendo el libro en papel (86%), comienza a observarse el avance de la *descarga digital* que en el último año presenta un crecimiento del 8% (CAL 2011). El informe de 2010, revela que se editó en papel un 94% y sólo un 6% en otros soportes (equivalentes a 500 publicaciones).¹¹

Respecto de los soportes de lectura, **el 91% de los jóvenes encuestados lee libros en formato papel**, es decir, el libro tradicional. El próximo gráfico detalla la distribución de la muestra en otras modalidades de lectura según el soporte utilizado:

Gráfico 4: Soportes de lectura. Jóvenes universitarios, 2012.



Fuente: Elaboración propia. Base: 206 estudiantes del Joaquín V. González, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y Universidad de Buenos Aires.

¹¹ Dentro de las descargas virtuales, la CAL distingue la descarga digital de la descarga en línea (6%). De éstas el 4% es digital, el 1% en línea, y otras ocupan el 1% (CD-ROM y part-work o fascículo.)

Compra de libros

Generalmente se presta a confusión la lectura y la compra de libros utilizándose como prácticas similares. Un libro es comprado y usado (leído), o sólo usado, o comprado y regalado. En el lenguaje del sector, el uso y la compra son dos fenómenos que tienen una distinta aunque notoria influencia en la productividad y rentabilidad de la actividad editorial. Por ello, cabe la discriminación si lo que se pretende es diferenciar los usuarios de los compradores.

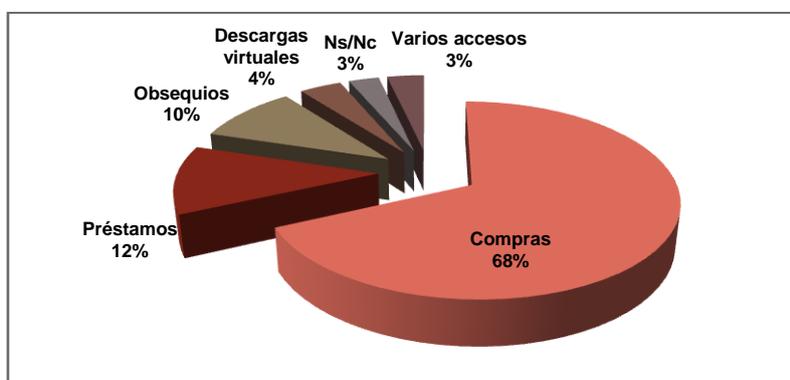
En Argentina, como en el resto de países de la región iberoamericana, la compra está claramente vinculada al nivel socioeconómico. Mientras que en el nivel socioeconómico alto el 15% no compró ningún libro, en el nivel socioeconómico bajo la población de no compradores es del 70%. El 41% de la población que tiene un nivel socioeconómico alto, en promedio, compra más de 10 libros al año (CERLARC 2008).

Respecto del modo en que se accede al libro, el 48% los compra, el 24% acostumbra los préstamos entre familiares, amigos o compañeros de estudio, el 9% accede al libro porque lo compró algún miembro de la familia, el 7% lo pide prestado a una biblioteca, al 6% se lo regalan y el restante 6% tenía los libros en la casa hacía tiempo (CERLARC 2008).

En la muestra de jóvenes universitarios, la tendencia es similar: **el 68% compra los libros que lee**. Para construir este dato no discriminamos entre lectores y compradores, puesto que preguntamos *cuál es la procedencia de la mayoría de los libros que lee* asumiendo que ambas prácticas se fundían en la figura del consumidor de libros.

Por otra parte, agregamos la opción “descargas virtuales” (sin diferenciar entre compras en tiendas virtuales y descargas ilegales) como alternativa posible para acceder al libro. El próximo gráfico detalla la procedencia de los libros que leen los jóvenes estudiantes:

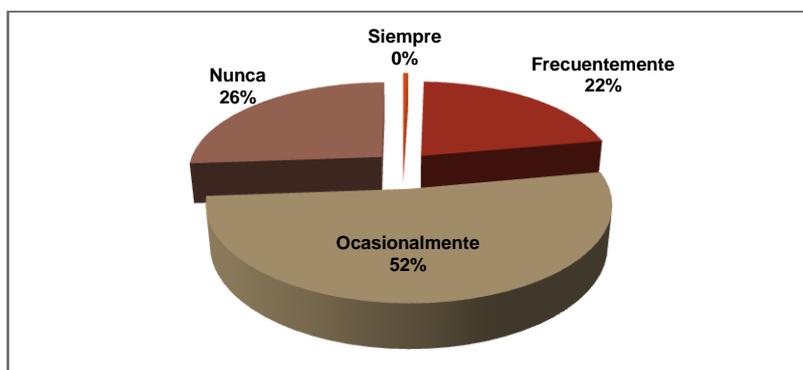
Gráfico 4: Formas en las que se accede al libro. Jóvenes universitarios, 2012.



Fuente: Elaboración propia. Base: 206 estudiantes del Joaquín V. González, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y Universidad de Buenos Aires.

Luego, sean o no lectores, preguntamos si un libro era una opción de regalo. En este sentido, **más de la mitad de la población encuestada indicó que “ocasionalmente” compra libros para regalar**. El próximo gráfico detalla la frecuencia de compra:

Gráfico 5: Frecuencia de compra de libros para regalar. Jóvenes universitarios, 2012.

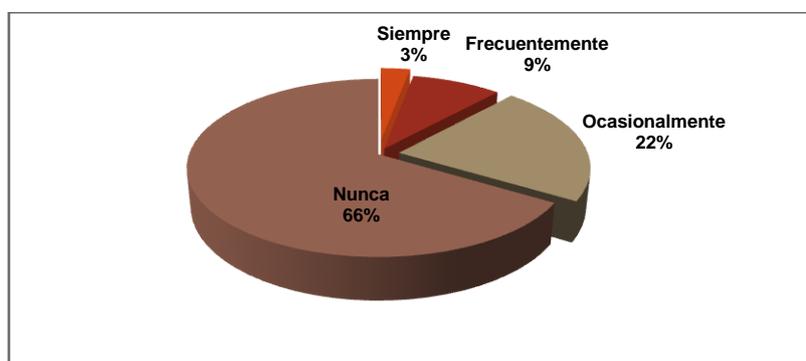


Fuente: Elaboración propia. Base: 206 estudiantes del Joaquín V. González, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y Universidad de Buenos Aires.

La edición de libros Infantiles y Juveniles muestra un tendencia de crecimiento en los últimos años, aumentando un 55% los títulos registrados en esa temática con respecto al registro de 2009 (CAL 2010).

Del mismo modo, asumiendo que se puede ser “comprador” de libros pero no necesariamente “lector”, preguntamos si compran libros infantiles. El próximo gráfico detalla la frecuencia de compra:

Gráfico 6: Frecuencia de compra de libros infantiles. Jóvenes universitarios, 2012.



Fuente: Elaboración propia. Base: 206 estudiantes del Joaquín V. González, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y Universidad de Buenos Aires.

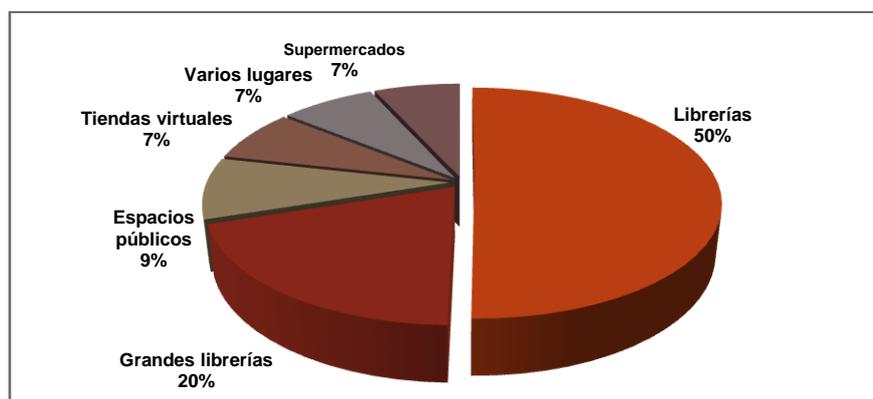
Asimismo, preguntamos cuáles son los motivos por los cuales se compra libros infantiles. La respuesta más recurrente fue “*estimular la lectura en los niños de la familia*”. Es notable que individuos no lectores reconocieran el valor de la lectura y la importancia de incentivarla en hijos y sobrinos. Creemos que esto se debe a la histórica connotación que tiene el libro como bien que confiere prestigio incurriendo, en ocasiones, en cierta idealización.

Canales de compra

La librería es el tipo de comercio minorista más frecuentado para la compra de libros en Iberoamérica, seguido por los grandes almacenes (hipermercados) y ferias del libro. En Argentina la población que compra libros en librerías es del 81% y hay 19,827 habitantes por librería. La tipología del comprador de libros en librerías es coincidente con la tipología del comprador y del lector, que están principalmente determinados por el nivel de estudios y de ingresos. Las librerías se clasifican en librerías a la calle, librerías en centros comerciales y café librerías. De estos tres tipos, las que están ubicadas en la calle son las más utilizadas por los compradores (65%), seguida por las ubicadas en centros comerciales (10%) y el café librería (6%) (CERLARC 2008).

Respecto de la muestra de jóvenes universitarios, la tendencia es similar: **el 73% compra libros en las librerías tradicionales y el 20% en las grandes cadenas**. El siguiente gráfico distribuye la muestra según sea el lugar donde adquieren los libros:

Gráfico 7: Lugares de compra de libros. Jóvenes universitarios, 2012.



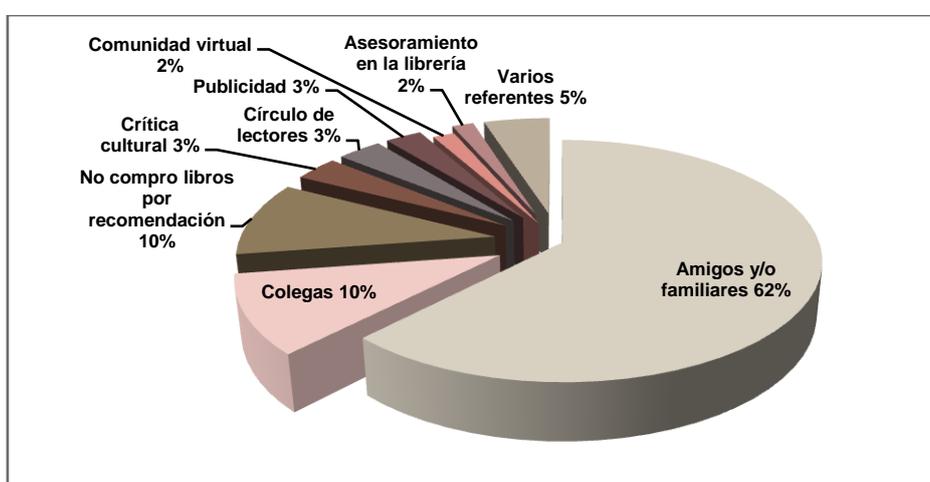
Fuente: Elaboración propia. Base: 206 estudiantes del Joaquín V. González, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y Universidad de Buenos Aires.

Recomendaciones

El 64% de los argentinos elige los libros por *iniciativa propia* y el 19% por recomendación de otros (46% consulta a familiares o amigos y 39% a docentes) (CERLARC 2008).

Preguntamos a los jóvenes quiénes son sus principales referentes cuando compran un libro por recomendación. En este sentido, nos respondieron que son los amigos y familiares sus principales referidos. El gráfico que sigue indica cómo se distribuye la muestra en función de otras fuentes de recomendación posibles:

Gráfico 8: Principales referentes al momento de comprar un libro por recomendación. Jóvenes universitarios, 2012.



Fuente: Elaboración propia. Base: 206 estudiantes del Joaquín V. González, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y Universidad de Buenos Aires.

Tipo de lectura

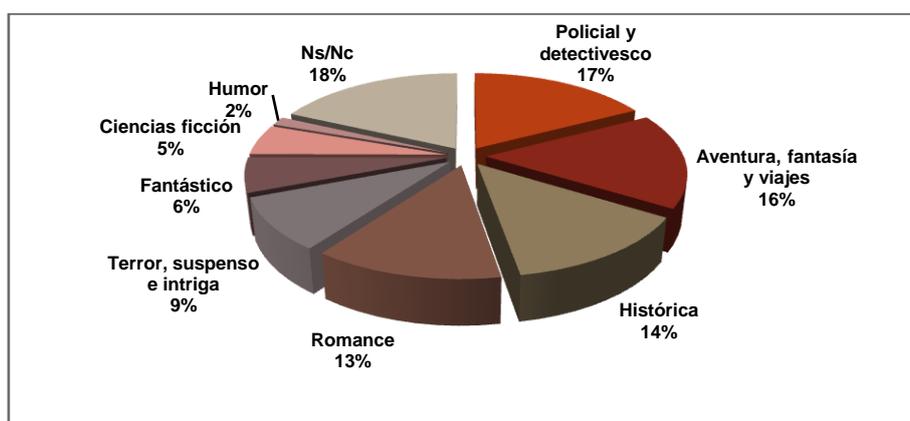
Según la CAL la mayor cantidad de títulos editados corresponde a Ficción y literatura.¹² De acuerdo con el CERLARC (2008) los géneros literarios más leídos por los argentinos son la novela y el cuento (66%). El tema preferido de lectura es Historia (73%), seguido por las Humanidades y ciencias sociales (58%) y la Ficción y literatura (50%).

¹² Durante el primer semestre de 2011, Ficción y literatura (24,5%), junto con la categoría Infantil y Juvenil concentraron el 37,5% del total de los títulos editados. Otras temáticas con gran cantidad de títulos: Ciencias sociales, humanidades y derecho (18,5%) y Textos y educación (10,8%). Si se ordenara por cantidad de ejemplares producidos, las obras de literatura también serían las de mayor producción (19,7% Ficción y literatura e Infantil y juvenil). Le siguieron: Textos y educación (18,7%) y excepcionalmente las temáticas de Arte, arquitectura y diseño (17,4%), aunque con muy pocos títulos; y la de Religiones, que por una sola publicación se sobredimensionó su participación en el total de la producción (14,7%) (CAL 2010).

Entre los jóvenes universitarios, **el 67% indicó elegir la Ficción y literatura**, el 8% la Autoayuda, espiritualidad y superación, el 5% libros Técnico-profesionales.¹³ El 20% restante se distribuye de modo poco significativo y similar entre la Investigación periodística, la Biografía, el Ensayo, la Novela gráfica/comic y otros tipos de lectura más específicos.

A quienes eligieron Ficción y literatura les preguntamos cuál género prefieren leer en su tiempo libre, en este sentido, el próximo gráfico sintetiza los resultados:

Gráfico 9: Ficción y literatura: Géneros preferidos. Jóvenes universitarios, 2012.



Fuente: Elaboración propia. Base: 206 estudiantes del Joaquín V. González, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y Universidad de Buenos Aires.

Una de las preguntas abiertas del cuestionario solicitaba que se ofreciera el título del último libro leído por placer. En este sentido, 148 jóvenes completaron esa pregunta. De éstos, **el 66% leyó ficciones y el 34% no ficciones**. Dentro de las ficciones se destacan las novelas de las sagas Crepúsculo y Harry Potter, así como los thrillers de Katzenbach. La próxima tabla indica los títulos más reiterados en la muestra:

Tabla 1: Principales títulos leídos de ficción. Jóvenes universitarios, 2012.

Título	Autor
<i>Luna nueva</i>	Stephenie Meyer
<i>Amanecer</i>	
<i>Harry Potter</i>	Joanne Rowling
<i>Juego de tronos</i>	George Martin
<i>El profesor</i>	John Katzenbach

¹³ Cabe señalar que en el cuestionario auto administrado la categoría “textos técnico-profesionales” incluía los temas vinculados con la historia, las humanidades y ciencias sociales, y el resto de las ciencias.

<i>El psicoanalista*</i>	
<i>Los padecientes</i>	Gabriel Rolón
<i>La insoportable levedad del ser</i>	Milan Kundera
<i>Rayuela</i>	Julio Cortázar
<i>El cuaderno de Maya</i>	Isabel Allende
<i>Caballo de fuego</i>	
<i>Lo que dicen tus ojos</i>	Florencia Bonelli

Fuente: Elaboración propia. Base: 206 estudiantes del Joaquín V. González, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y Universidad de Buenos Aires. NOTA: *título más reiterado.

Notamos que, con excepción de *Rayuela* (1963) y *La insoportable levedad del ser* (1984), son títulos actuales que no superan los cinco años de antigüedad en ser publicados. Por otra parte, todos los títulos experimentaron récords en el volumen de venta o están próximos a convertirse en best-sellers. Lluch (2008) habla de “paraliteratura” cuando se refiere a los relatos que fomentan el enganche consumista y masivo globalmente.¹⁴

Dentro de las no-ficciones se destacan los títulos que expone la próxima tabla:

Tabla 2: Principales títulos leídos de no-ficción. Jóvenes universitarios, 2012.

Título	Autor
<i>Steve Jobs</i>	Walter Isaacson
<i>Economía 3D</i>	Martín Lousteau
<i>El secreto</i>	Rhonda Byrne
<i>Encuentros. El lado B del amor</i>	Gabriel Rolón

Fuente: Elaboración propia. Base: 206 estudiantes del Joaquín V. González, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y Universidad de Buenos Aires.

El fenómeno es similar a las ficciones, se trata de títulos recientemente publicados y cuya popularidad estuvo notoriamente atravesada por las estrategias de mercado.

¹⁴ Gemma Lluch toma el término “paraliteratura” del francés; proviene de la investigación de los libros del XIX. Ella lo utiliza siguiendo a los investigadores franceses, tal como puede leerse en: *Literatura juvenil y otras narrativas periféricas* (2007).

Reflexiones finales

La lectura del individuo es un fenómeno moderno, explica Benjamín, corresponde justamente al surgimiento de la subjetividad y de la intimidad; esta relación subjetividad-intimidad no se vincula con lo que fuera la lectura en voz alta. Entonces, no es que la gente no haya leído nunca alguna vez solo, pero no se puede enseñar a leer sólo para que la gente lea sola en su cuarto, en su casa, en su asiento del bus. Leer es mucho más, dice Barbero (2005). En este sentido, creemos que la práctica de la lectura involucra diferentes disciplinas donde participan desde los intermediarios culturales hasta los economistas de la cultura, desde los mediadores a los políticos, desde los autores a los diseñadores gráficos, desde los adultos a los niños y adolescentes. Un análisis completo de la lectura como práctica social debería incluir a todos los componentes de este entramado.

Por otro lado, resulta evidente el impacto que las tecnologías de la información y la comunicación tienen en la industria editorial, no sólo estableciendo nuevas fuentes de acceso a todo un abanico de productos, sino generando nuevos hábitos de consumo, con necesidades y expectativas inéditas y específicas. Sostenemos que lo digital diversifica los hábitos de consumo cultural en general y de compra de libros en particular re-significando a las prácticas de lectura. Por ello, ¿cuál es la relación que los lectores establecen con los textos a partir de la presencia de Internet y qué implicancias tiene la informatización del entretenimiento y digitalización de libros en los hábitos de lectura?

Precisamente, a partir de la reformulación del campo cultural y la actividad editorial así como la re-significación de la lectura, nos preguntamos respecto de las prácticas literarias en jóvenes adultos estudiantes. En este sentido, nos convoca el consumo de libros vinculado con el entretenimiento, es decir, la *literatura por placer*. A través de un cuestionario auto-administrado, aplicado a estudiantes de nivel terciario y universitario, indagamos en el tipo de lecturas que prefieren, el modo en que leen, las formas de acceso al libro, los motivos de lectura, la intensidad lectora, los soportes utilizados y los canales de compra. En el análisis de los casos obtuvimos ciertas estimaciones que nos permiten reflexionar respecto del vínculo entre jóvenes, prácticas de lectura y placer.

En la introducción se planteó que si bien los indicadores estadísticos son alentadores respecto de la actividad editorial, la cantidad de libros leídos por individuo no acompañaría este fenómeno de mercado. Asimismo escasean los librerías en presencia de “los demasiados libros” (Zaid 1996). Se trata de un fenómeno que reviste una cantidad sideral de

títulos en tiradas muy pequeñas. Exhaustos por no saber dónde ubicar tantos ejemplares, los libreros se limitan a informar mediante una computadora la disponibilidad del ejemplar. En este sentido, se encuentran de modo progresivo más proclives a sondear el interés del público que a influir sobre él (de Diego 2007). Se observan libros en cadenas de música y en kioscos, en estaciones de servicio y supermercados. Poco a poco, desaparece el viejo librero que sumaba a su pequeño comercio el prestigio de su trayectoria y experiencia.

También como indicador de este clima de época, observamos los títulos que los jóvenes indicaron haber leído recientemente. A propósito de ello, y en función del ritmo de publicación que se exige, inevitablemente cae la idea de “obra maestra”, aquel relato pensado en virtud de la trascendencia. La fugacidad con que aparecen y desaparecen los títulos inhibe la permanencia. La literatura ya no es vista como manifestación y parte sustancial de la identidad nacional, como estrategia en contra de la alienación de la cultura de masas o como resistencia político-social (Kozak Rovero 2001).

Por último, creemos que conocer el comportamiento lector de un país contribuye a comprender cómo se han materializado las políticas y esfuerzos de gobiernos y editores. La evaluación del comportamiento lector es uno de los aspectos que constituyen el objeto de conocimiento de la lectura. Y si bien la evaluación del comportamiento lector apunta a investigar apenas una de las variables, la evolución de los resultados permite hacer un monitoreo de los avances de los planes y programas de lectura y de los impactos que estos tienen sobre la población (CERLALC 2007). Asimismo, permite contar con indicadores cuantitativos, que resultan útiles para orientar los planes y las políticas nacionales de lectura y bibliotecas, así como las políticas editoriales. Sin embargo, hay una falta de mecanismos de evaluación del impacto de las acciones implementadas en las comunidades, ya sea a nivel local, nacional o subregional. Sólo algunas de las iniciativas que trabajan por la lectura, cuentan con indicadores que permiten conocer los logros o desaciertos en el sector y orientan la toma de decisiones. En este sentido, sostenemos la importancia de actualizar los datos a nivel nacional (recordemos que la última Encuesta Nacional de Lectura es de 2001) y trabajar con medidores de impacto respecto de programas y planes que se lleven a cabo como iniciativas públicas.¹⁵

¹⁵ Una de las recientes iniciativas responde al Plan Nacional de Lectura. Presidencia de la Nación. Ministerio de Educación.
<http://planlectura.educ.ar/listar.php?menu=2&submenu=1&mostrar=465;>

BIBLIOGRAFÍA

- Bazin, Patrick. 1996. Hacia la metalectura. En Numberg, Geoffrey. 1998. *El futuro del libro ¿Esto matará eso?* Barcelona: Editorial Paidós.
- Barbero, Martín Jesús. 2005. *Los modos de leer*. Conferencia en la semana de la lectura CERLALC en el panel “Lectura y medios de comunicación”. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Recuperado en noviembre de 2008, de <http://www.c3fes.net/docs/modosleerbarbero.pdf>
- Barbero, Martín Jesús. 1987. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.
- Benjamín, Walter. 2007. *Conceptos de la filosofía de la historia*. La Plata: Terramar.
- Bourdieu, Pierre. 1995. *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, Pierre. 1997. *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, Pierre. 2010. *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- CAL. 2012. (Cámara Argentina del Libro). Anexo estadístico. <http://www.editores.org.ar/>
- CERLALC. 2008. (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina, el Caribe, España y Portugal). Comportamiento lector y consumo de libros en Iberoamérica (cap.7, pp. 209-254). *El espacio iberoamericano del libro*. Fundación Grupo Iberoamericano de Editores, GIE.
- Chartier, Roger. 2000. *Cultura escrita, literatura e historia*. México: FCE.
- Cole, David. 2003. *Marketing editorial: la guía*, Conaculta: Fondo de Cultura Económica, Fonca.
- De Certeau, Michel. 1996. *La Invención de lo Cotidiano I. Artes de Hacer*. México: Universidad Iberoamericana.
- De Diego, José Luis. 2006. *Editores y políticas editoriales en Argentina*. Buenos Aires / México: Fondo de Cultura Económica.
- Escarpit, Robert. 1962. *Sociología de la literatura*. Buenos Aires: Fabril.
- Kozak Rovero, Gisela. 2001. ¿Adónde va la literatura? La escritura, la lectura y la crítica. Entre la galaxia Gutenberg y la galaxia electrónica. *Revista Iberoamericana*. 67: 687-707.
- León, Marú. 2002. Representaciones sociales: actitudes, creencias, comunicación y creencia social. En Morales, et. al. *Psicología social*. Buenos Aires: Prentice Hall.
- Luch, Gemma. 2008. “Internet está lleno de lectores y vacío de libros”. Recuperado en marzo de 2012, de <http://portal.educ.ar/noticias/entrevistas/gemma-lluch.php#biblio1>
- Presidencia de la Nación. Ministerio de Educación. Plan nacional de lectura. 2012. <http://planlectura.educ.ar/listar.php?menu=2&submenu=1&mostrar=465>

SInCA. 2012. (Sistema de Información Cultural de la Argentina). Libros (cap. 2, pp. 46-71). *Valor y símbolo. Dos siglos de industrias culturales en Argentina*.

Schücking, Levin. 1950. *El gusto literario*. México: FCE.

Zaid, Gabriel. 1996. *Los demasiados libros*. Barcelona: Anagrama.