

Tipologías de uso y significado de la lectura como agente de cambio.

Estudio elaborado por la consultora ARSChile Ltda.
a solicitud del Departamento de Estudios, Programa
BiblioRedes



Santiago, junio 2008

Resumen Ejecutivo.

Se presenta en este documento el Informe final del estudio realizado por la consultora ARSChile Ltda. a solicitud del Departamento de Estudios del Programa BiblioRedes de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM). Su objetivo propósito es identificar los usos y significados de la lectura entre los/as usuarios/as de las bibliotecas públicas en Chile.

El informe se encuentra organizado en los siguientes capítulos. En el primer capítulo establece el marco analítico del estudio a partir de los principales aportes obtenidos desde la llamada sociología de la lectura, así como la teorización sobre capital cultural de Bourdieu. Por otro lado se proyecta el alcance del estudio a partir de la revisión de los estudios existentes en Chile sobre lectura y consumo cultural. Una vez establecido el marco analítico que orientó la realización del estudio, se presentan de forma sucesiva los tres capítulos con la presentación y análisis de sus resultados. En el segundo capítulo se da cuenta de los resultados referentes a los hábitos de lectura de los/as usuarios/as de las bibliotecas públicas. El propósito del tercer capítulo es indagar en sus razones, motivaciones y percepciones que tienen para la lectura. En el cuarto los datos obtenidos en el estudio son utilizados para establecer los condicionantes sociales que inciden en la condición de lector. Estos tres capítulos responden a la misma estructura. En primer lugar se deriva del marco general un marco analítico específico para cada una de las dimensiones consideradas. En segundo lugar se presentan de forma descriptiva los datos obtenidos de la aplicación del cuestionario a la muestra de usuarios/as seleccionadas como parte del estudio. Por último, en tercer lugar se procede al análisis de los datos de la encuesta sumando los aportes de la aplicación de las herramientas cualitativas.

El capítulo quinto contiene resultado final del estudio, una tipología de usuarios/as de las bibliotecas públicas derivada del análisis realizado para cada una de las dimensiones. Unos tipos que son expresión del proceso de transformación en que actualmente se encuentran las bibliotecas públicas.

Ficha Técnica del Estudio.

Título del estudio: Tipologías de uso y significado de la lectura como agente de cambio

Palabras Clave: Lectura, Biblioteca, Capital Cultural, Capital Social, Internet

Naturaleza del estudio: Estudio exploratorio

Período de ejecución: octubre 2007 – junio 2008

Contraparte Técnica Programa BiblioRedes

Departamento de Estudios

Equipo de Trabajo ARSChile

José Ignacio Porras
Coordinación

Evelyn Arriagada
Daniela Perez
Patricio Olivera
Ximena Vera

Índice

Capítulo n. 1 – Marco de Analítico.....	p.7
1.1. Consideraciones conceptuales y Teóricas.....	p.7
1.1.1. Capital cultural, consumo cultural y lectura.....	p.7
1.1.2. La lectura como consumo cultural.....	p.9
1.1.3. Significados de la lectura y su relación con las necesidades actuales.....	p.11
1.2. Antecedentes.....	p.13
1.2.1. El consumo cultural en Chile.....	p.13
1.2.2. Antecedentes de lectura de usuarios/as de la DIBAM.....	p.16
Capítulo n.2 - Hábitos de lectura de usuarios/as de las bibliotecas públicas.....	p.18
2.1. Aspectos teórico-conceptuales.....	p.18
2.1.1. Definición e importancia de la lectura.....	p.18
2.1.2. Hábitos de lectura.....	p.19
2.1.3. Uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC´s) y adquisición de conocimientos.....	p.21
2.2. Presentación de Resultados.....	p.22
2.2.1. Datos generales.....	p.22
2.2.2. Género.....	p.32
2.2.3. Localización geográfica (Urbano/Rural).....	p.37
2.2.4. Rango etáreo.....	p.43
2.2.5. Ocupación.....	p.48
2.2.5. Ingreso.....	p.55
2.3. Análisis de datos.....	p.59
2.3.1. Niveles de lectura y la importancia de los “recursos” en usuarios/as de bibliotecas públicas.....	p.59
2.3.2. La importancia del género en los temas de lectura.....	p.61
2.3.3. Lectura digital y lectura impresa. ¿Complementarias o excluyentes?.....	p.63
2.3.4. Lugar de lectura, el hogar.....	p.68
Capítulo n.3 - Significados y percepciones asociadas a la lectura.....	p.70
3.1. Aspectos teórico- conceptuales.....	p.70
3.1.1. Índices de lectura ¿una construcción real?.....	p.70
3.1.2. Usos de la lectura.....	p.71

3.1.3. Las nuevas formas de lectura.....	p.72
3.2. Presentación de Resultados.....	p.76
3.2.1. Datos generales.....	p.76
3.2.2. Género.....	p.83
3.2.3. Localización geográfica (Urbano/Rural).....	p.87
3.2.4. Rango etáreo.....	p.89
3.2.5. Ocupación.....	p.95
3.2.5. Ingreso.....	p.101
3.3. Análisis.....	p.105
3.3.1 La lectura como capital cultural.....	p.105
3.3.2. Usos de la lectura. Lectura funcional vs lectura por gusto.....	p.107
3.3.3. La lectura por gusto.....	p.109
3.3.4. Diferencias de género en las posibilidades y motivaciones para la lectura.....	p.110
3.3.5. Nuevas y viejas formas de leer.....	p.112
3.3.5. ¿Es Internet una amenaza para la lectura?.....	p.113
Capítulo.4 - Capital Social y Lectura.....	p.116
4.1. Elementos teórico-conceptuales.....	p.116
4.1.1. ¿Qué es capital social y cómo medirlo?.....	p.116
4.1.2. El vínculo entre capital social y capital cultural.....	p.117
4.2. Presentación de Resultados.....	p.119
4.2.1. Datos generales.....	p.119
4.2.2. Género.....	p.126
4.2.3. Localización geográfica (Urbano/Rural).....	p.129
4.2.4. Rango etáreo.....	p.131
4.2.5. Ocupación.....	p.136
4.2.5. Ingreso.....	p.143
4.3. Análisis.....	p.149
4.3.1. El papel de los agentes socializadores en el gusto y los hábitos lectores/as.....	p.149
4.3.2. Redes sociales en torno a la lectura.....	p.152
Capítulo.5 - Conclusiones.....	p.155

5.1. Tipologías de usuarios/as de bibliotecas públicas.....	p.155
5.1.1. Definición de tipologías.....	p.155
5.1.2. Presentación de los tipos de lectores.....	p.156
5.1.3. Hábitos de lectura según tipo de lectores.....	p.158
5.1.4. Percepciones sobre la lectura según tipo de lector.....	p.163
5.2. Factores ambientales según tipo de lector.....	p.166
5.3. Evaluación de las bibliotecas públicas.....	p.170
Bibliografía.....	p.171

Capítulo n.1

Marco Analítico

E

El propósito de este capítulo es dar cuenta del marco analítico que guiará el cumplimiento de los objetivos planteados por el estudio, Para ello se procede, en primer lugar, a introducir algunas consideraciones generales de carácter conceptual y teórica en el área de la sociología de la

lectura. Posteriormente el foco de atención se traslada a recuperar los principales antecedentes de los estudios realizados en Chile sobre consumo cultural y, en particular, lectura con el fin de contextualizar los resultados del estudio.

1.1. Consideraciones conceptuales y teóricas

1.1.1. Capital cultural, consumo cultural y lectura.

En su formulación original el capital cultural es una forma específica de trabajo acumulado (capital) compuesto por *“los instrumentos para la apropiación de la riqueza simbólica socialmente designada como algo que merece ser perseguido y poseído”* (Bourdieu, 1997). Éste se adquiere principalmente por herencia familiar, pero a diferencia del capital económico, el capital cultural se puede adquirir a través de otros mecanismos de socialización, principalmente en la escuela, pero también en la biblioteca.

El capital cultural representa una colección de fuerzas no económicas tales como los antecedentes familiares, la clase social, la inversión y los compromisos en cuanto a la formación educativa, recursos diversos, etc. Se considera entonces como cualquier situación en los antecedentes personales y sociales que es útil o limita la vida cotidiana. Pueden ser elementos como el estatus familiar, los ingresos, las riquezas, los grados académicos, entre otros. No hay un límite para el capital cultural, más bien depende del contexto en el que se maneje (Arriola y Butrón, s/f).

Bourdieu distingue tres formas de capital cultural: el capital cultural incorporado, que está directamente ligado y forma parte del individuo, representa lo que alguien sabe y puede hacer. Esta forma de capital cultural puede aumentar al invertir tiempo en el automejoramiento a través del aprendizaje. Al estar integrado en el individuo, se convierte en un tipo de *habitus* (habitus entendido como pautas estructuradas y estructurantes de acción) y por lo tanto no puede transmitirse de manera instantánea. El capital cultural objetivado está representado por los bienes

culturales, objetos materiales tales como libros, pinturas, instrumentos y equipo tecnológico. Puede ser apropiado tanto de manera material con el capital económico y de manera simbólica vía el capital incorporado. La tercera forma de capital cultural es la que está en su estado institucionalizado: provee ‘credenciales académicas’ (título profesional, por ejemplo) y calificaciones que crean “un certificado de competencia cultural que confiere, en quien lo posee, un valor convencional, constante, con garantías legales, respecto a su poder”. Estas calificaciones académicas pueden entonces ser usadas como una tasa de conversión entre el capital cultural y el económico.

Cabe destacar que si bien es cierto que el capital cultural puede manifestarse de diversas formas, el conocimiento es una de las formas más típicas de mención y recordatorio en lo que al capital cultural se refiere. Y una de las formas más tradicionales de adquirir conocimiento, jamás la única pero sí una de las centrales, es por medio de la lectura, la que es un eje central constituyente en la construcción de una articulación intelectual, tanto hacia el interior de las personas como hacia el exterior. La lectura es un proceso constructivo, ya que la persona lectora elabora significado, lo que conduce a una nueva adquisición cognoscitiva, por ende, a aumentar el capital cultural.

La forma que tome la lectura, sea en formato papel o en formato digital, sea lineal o multilineal, contribuye a aumentar el capital cultural de las personas en tanto permite la apropiación de la riqueza simbólicamente designada como algo que merece ser perseguido y poseído. En la sociedad de la información, por ejemplo, se requiere poseer el capital cultural referido al uso de las TIC's. Neil Selwyn (2003), acorde a la irrupción de Internet en la vida cotidiana de gran parte de la población, plantea la existencia de destrezas tecnológicas, competencias y conocimientos

prácticos como formas tecnológicas del capital cultural propias de la época actual que son importantes de considerar, además de la socialización en la “tecnocultura” vía familiar en el seno del hogar. Siguiendo a Bourdieu este autor plantea la existencia de capital cultural tecnológico en estado incorporado, objetivado e institucionalizado.

1.1.2 La lectura como consumo cultural.

La apropiación de capital cultural muchas veces se correlaciona de forma directa – y otras veces lamentablemente se confunde- con el consumo cultural, noción que a su vez está fuertemente relacionada con la idea de industria cultural. Según Jesús Martín Barbero, el concepto de industria cultural se origina en la Escuela de Frankfurt, por los investigadores alemanes exiliados en Estados Unidos, T.W. Adorno y M. Horkheimer, quienes en la “Dialéctica del Iluminismo” (1944) acuñan la categoría Industria cultural “para denominar cómo en las sociedades capitalistas la cultura no se transforma en mercancía, sino que se produce como mercancía” (Martín-Barbero, 2000). Actualmente la producción cultural está bajo el dominio de la economía de mercado, lo que significa que “la lógica de la producción va a dominar la lógica de la creación, o por lo menos la va a subordinar como nunca antes lo hizo” (ídem). En los años sesenta la UNESCO pluralizó el concepto de industrias culturales para referirse a todas “las actividades de producción y comercialización que tienen como materia prima una creación protegida por el derecho de autor”. El concepto es amplio para integrar cada una de las industrias dentro de la categoría de cultura.

Las ideas de industria y consumo cultural demuestran que existe una relación intrínseca entre la creación del arte y su producción como mercancía

-tómese como ejemplo la creación y venta de grandes volúmenes del mismo libro-. La cultura de masas vendría siendo aquella que pasa por los medios masivos de comunicación: prensa, radio, televisión, el mundo de los libros, la música, etc. Las industrias culturales ofrecen objetos y experiencias de consumo a través del mercado, que son incluidas en la vida cotidiana y proyectos personales, a partir de los gustos y sensibilidades de cada quien (Perico, 2003).

La producción industrial de bienes culturales incide en que en el mundo entero y en América Latina en particular surjan preocupaciones y reclamos sobre lo que está ocurriendo en el ámbito cultural, a raíz de la globalización, ya que por una parte se habla de una cultura estereotipada y de uniformación transnacional de la cultura, que menoscaba la idiosincrasia y la identidad de cada nación, al consumir los mismos bienes culturales en las más diversas regiones del mundo. Por otra parte se advierte un predominio de la massmediatización, la internacionalización y la organización audiovisual de las culturas, ámbito en el cual domina la cultura del “entertainment” controlada en gran medida para América Latina por las industrias culturales transnacionales con sede en Miami (Subercaseaux, 2002).

García Cancilini define consumo cultural como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (1995: 59). Siguiendo a Mary Douglas y Baron Isherwood ve el consumo como un proceso ritual cuya función primaria consiste en “darle sentido al flujo rudimentario de los acontecimientos”. A través del gasto como ritual la sociedad consagra una cierta racionalidad que la ordena y le da seguridad. Así consumir es hacer más inteligible un mundo donde lo sólido se evapora, por tanto “las mercancías sirven para pensar”.

No obstante lo anterior, existen tendencias que sostienen que el crecimiento vertiginoso de las tecnologías audiovisuales de comunicación fue lo que hizo irrumpir a las masas populares en la esfera pública, sin embargo fueron desplazando el desempeño ciudadano hacia las prácticas de consumo. Es decir, los cambios en la manera de consumir han alterado las posibilidades y las formas de ser ciudadano/a.

Hombres y mujeres perciben que muchas de las preguntas propias de los/as ciudadanos/as sobre pertenencia y derechos, hoy en día se contestan más en el consumo privado de bienes y en los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos (García, 1995). Otras tendencias afirman que el mercado uniformiza el imaginario y los hábitos de consumo, los modos de vida e incluso las prácticas culturales, por tanto, se desprende de lo anterior que no necesariamente las mercancías sirven para pensar, si sólo se consume lo que consume la mayoría, se piensa, vive y siente como la mayoría. En cuanto a las industrias culturales señalan como preocupante la situación de la industria territorial, en términos de diversidad cultural y artística (Subercaseaux, 2002).

En cuanto al libro, Subercaseux (2002) considera que en la era tecnológica actual el libro sigue siendo “un medio insustituible en términos de expresividad, reflexión, educación, pensamiento crítico y autoconciencia histórica” (2002: 66). Para este autor la lectura construye una imagen de la realidad muy diferente a la que entrega la visión o el oído, por tanto es un medio que permite establecer relaciones complejas y significativas entre nuestra cultura y otras; entre el presente y el pasado, entre lo que somos y aspiramos a ser. Sin embargo esta potencialidad está amenazada por lo que ocurre en la industria editorial: al igual que en la industria musical, el paisaje editorial actual se caracteriza por la presencia de grandes transnacionales del libro, que funcionan bajo la lógica de publicar libros que tienen un nicho de mercado asegurado. Sólo unas pocas editoriales independientes privilegian lo cultural por encima de lo económico, pero con varios problemas debido a la carencia de políticas públicas y un marco legislativo y tributario que fomente a los editores independientes.

1.1.3 Significados de la lectura y su relación con las necesidades actuales.

La pregunta ¿qué significa leer hoy? necesita ser respondida en sus muy diversas dimensiones histórico-sociales, histórico-culturales, histórico-políticas; el asunto no es, simplemente, leer un libro, comprar un libro o llenar las bibliotecas de libros. Sostiene Jesús Martín Barbero (2005) que para la inmensa mayoría de quienes tienen que ver con estos temas, leer es aprender a vivir, leer es informarse, leer es cultivar la personalidad, leer es hacerse partícipe de lo que vive tu sociedad. Pero se requiere contestar esta pregunta desde sus múltiples dimensiones, no sólo desde la óptica del especialista.

Afirma Martín-Barbero (2005) que leer ha estado muy condicionado por los soportes. Los formatos en los que se escribe y cómo se publica lo escrito marca formas de lectura completamente distintas, formas social y culturalmente diversas, con condiciones políticas y económicas diferentes de lectura. Para ello hay que considerar que el libro, tal como lo conocemos actualmente, es así desde el siglo XIX.

Destaca también que en otras épocas, la mayoría de la gente en el mundo nunca leyó sola, sino que la lectura individual “sólo es un fenómeno moderno”, en palabras de Benjamin. La lectura individual corresponde justamente al surgimiento de la subjetividad y de la intimidad, y esta relación subjetividad-intimidad no tiene nada que ver con lo que fue la lectura en voz alta. Entonces, no es que la gente no haya leído nunca alguna vez sola, 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.

Es muy importante destacar que en América Latina, el leer ha estado determinado por la acción escolar. Sostiene que ha tenido como eje político pero no como eje cultural al libro, que la cultura letrada está ligadísima a la cultura del “comendador leguleyo”. Que por una parte, está presente una lectura instrumentalizada por el poder colonial, muy ligada a lo religioso y político, y, por otra, cuando América Latina se independiza se tiene una visión de que las mayorías no son para leer; las mayorías habitan sus culturas y la que tiene que saber leer porque es la que tiene que saber hablar y escribir, es la minoría que va a gobernar.

Entonces, la ciudad letrada ha sido la ciudad que consagra la exclusión y en la que el libro es utilizado políticamente, tanto en su materialidad como en su metáfora. En América Latina el tránsito recorrido por la cultura popular ha pasado desde la oralidad a la audiovisualidad, sin hacer detención en el libro, en la escritura, en la educación. Esta situación dificultaría los procesos de comprensión y reflexión, en general propios de la lectura, es por eso que resulta difícil introducir prácticas sobre esta dirección, ya que se deben considerar este tipo de barreras al momento de aplicarlas.

García Canclini (1995) coincide con esta idea: sostiene que hasta mediados del siglo XX la información a través de la lectura y la escritura era una condición para participar de la esfera pública burguesa. Los sectores excluidos (mujeres, obreros, campesinos) podrían transformarse en ciudadanos en la medida en que se educaran en la cultura letrada. Por eso mismo los partidos de izquierda y los movimientos sociales que representaban a estos sectores manejaban una política cultural gutemberguiana: libros, revistas y panfletos. Pocos intelectuales y políticos fueron admitiendo la existencia de culturas populares que constituían “una esfera pública plebeya”, informal, organizada por medio de comunicaciones orales y visuales más que escritas. Para él la cultura escrita es propia de las elites, al igual que las artes plásticas y musicales “clásicas”.

Además de lo anterior, la lectura se encuentra fragmentada. En primer lugar, cada institución no tiene que ver con las otras; la escuela no tiene nada que ver con la biblioteca, la biblioteca no tiene nada que ver con la escuela, los intelectuales no tienen nada que ver con la lectura de la gente, la gente no tiene nada que ver con los intelectuales; la relación de los diversos sectores que tienen que ver con la lectura es nula. En segundo lugar, ni la oralidad, ni la cultura oral, ni la cultura de la imagen aparecen como claves del mundo de la lectura. En tercer lugar, todo lo que se habla de leer como parte de un ejercicio de participación ciudadana queda completamente anulado y no se ve ni en la escuela ni en las bibliotecas; la noción de

lectura es una noción instrumental que está muy ligada a la función o bien escolar, o bien después, la función laboral (Martín-Barbero, 2005).

Las necesidades que la sociedad tiene hoy de los diversos tipos de lectores no están siendo para nada planteada. Entonces, se sigue con una respuesta monoteísta: leer es leer libros y leer libros como se leen en la escuela; se sigue con las declaraciones que exaltan que “la lectura es lírica, gozosa, sensual, sensorial que te abre los sentidos, que te ilumina, que te enriquece”. Martín-Barbero critica la idea –que se suele sostener – que lo único que genera pensamiento son los libros, ya que lo que en realidad se necesita “es saber leer un noticiero de televisión [...] hay que saber leer el periódico y saber leer la televisión en términos de información a partir de la cual se toman decisiones” (Martín-Barbero, 2005:12). No obstante no hay que perder de vista que con esta idea Martín-Barbero exagera la idea de la lectura como un proceso de decodificación de significado y sentido. No hay que perder de vista que por “lectura” tradicionalmente se entiende la decodificación de texto escrito, independientemente de su formato.

Martín-Barbero sostiene que además, en la literatura se le da mucha importancia a la lectura, pero poca a la escritura. Y la escritura es un nivel de mediación que se vuelve sumamente necesario en el mundo actual, ya que para ser ciudadanos y ciudadanas es necesario tanto saber leer como escribir. Pero en general se fomenta mucho más la lectura que la escritura, pese a que se supone que van juntas. Afirma que actualmente escribir se ha hecho real en la virtualidad digital, porque no se puede usar el computador sin escribir. Si no se sabe escribir, no se puede disfrutar del computador ni de Internet. Afirma que “se requiere de una lectura que capacite para asumir la palabra, para expresarse, para escribir”. Y esa apropiación de la palabra tiene una función clarísima en términos de tomar posición frente a la palabra pública que son los medios masivos (escribir en foros de Internet, por ejemplo). La gente debe saber narrar para hacer su historia y recuperar sus memorias, “se requiere también de narradores que nos hagan entender la vida”.

Sostiene que la lectura actualmente –la duda que genera es si antes no– puede ser enormemente evasiva, se lee para refugiarse en ella y no pensar en el estado actual de las cosas, para olvidar, para no pensar el país, para evadirse de la realidad. La ve más como un modo de escape que de empoderamiento.

1.2. Antecedentes. Consumo cultural y lecturas en Chile.

1.2.1. El consumo cultural en Chile.

Son muy escasos los estudios relevantes que existen en Chile sobre el tema de la lectura. Una fuente de datos relevantes sobre la temática lo constituye la encuesta nacional realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre lectura y consumo de libro en 1993 y 1999¹. Un estudio más reciente, denominado, “Chile y los Libros, Índice de Lectura y Compra de libros”, es realizado el año 2006 por Adimark-Fundación La Fuente. Otras investigaciones abordan la lectura dentro del consumo cultural en general. Entre estas se pueden citar: el Informe de Desarrollo Humano del PNUD (2002) “Nosotros los chilenos: un desafío cultural” y “Consumo Cultural en Chile. Miradas y perspectivas” realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), en el año 2005 (editado por Catalán y Torche).

Si bien estos estudios no son exactamente comparables, es posible establecer una cierta contextualización del presente estudio sobre la base de algunos de los resultados obtenidos desde los mismos.

El consumo cultural en Chile ha aumentado considerablemente durante los últimos años. Lo que ha venido acompañado de una expansión en diversos ámbitos de la vida social, ya sea de adquisición de nuevos bienes o de acceso a nuevos

¹ Esta encuesta no se ha vuelto a repetir, por lo que no es posible conocer la evolución de sus indicadores.

espacios. Esta apertura conlleva un proceso de diversificación y diferenciación por medio del consumo. Al respecto, Brunner (2005) plantea la idea que las consecuencias pueden asociarse a una menor exclusión, pero también se multiplica la estratificación y la segmentación de los excluidos. Todo esto deriva de la apropiación que hacen los sujetos sobre los objetos culturales consumidos, identificados y asociados por los distintos grupos participantes de la esfera pública a prácticas particulares de una “clase social”, es decir, el consumo cultural se convierte en formas de distinción social entre diferentes grupos sociales que se identifican con ciertas prácticas de consumo asociadas a estilos de vida, que dan cuenta de la integración o exclusión en la que se sitúan los diversos sujetos (Catalán y Torche, 2005).

La estratificación social, manifestada en el consumo cultural, se demuestra en que existe un acceso marcadamente desigual a este tipo de consumo en Chile. Para la gran mayoría de los chilenos/as el consumo cultural se agota en la televisión y la radio, siendo la disponibilidad de ingresos la principal barrera para acceder a otros bienes culturales.

En Chile el panorama actual de la lectura presenta índices insatisfactorios en el contexto de una sociedad de la información, con un creciente nivel de desarrollo socioeconómico y de ampliación de la democracia. Así, la encuesta de Consumo Cultural CNCA - INE (2005) estima que de un total de 10.255.976 habitantes mayores de 15 años sólo el 42% leyó a lo menos un libro en los últimos doce meses. Según esta misma encuesta en Chile se lee tan sólo un promedio de 1,08 libros al año. El estudio sobre hábitos lectores de Adimark – Fundación La Fuente (2006) indica que un 45% de los mayores de 18 años no lee libros en absoluto, un 34% es lector ocasional, y el 21% puede calificarse como lector habitual.

Los niveles de lectura en Chile se encuentran condicionados por el nivel de ingresos de la familia a la que se pertenece. Son las personas con menores ingresos las que menos leen en nuestro país, es decir, a mayor nivel

socioeconómico, mayor es el nivel de proporción de lectores (coinciden los estudios del INE 1993 y 1999, la Fundación la Fuente, 2006, y el del INE-Consejo de Cultura y las Artes, 2005). Al revisarse las estadísticas de grupos socioeconómicos acomodados, se observa que su nivel de consumo es similar al de países europeos. Esta condición de segmentación en el acceso a bienes culturales específicos como los libros, da la pauta a conductas posteriores, así como también opera como marco de comprensión de los distintos grupos, pudiendo expandirse a medida que aumentan los ingresos económicos de las personas.

Las diferencias en los niveles de consumo entre los diversos grupos se encuentran asociadas a una exclusión en el acceso a bienes culturales. En los niveles socioeconómicos más bajos, no opera el concepto de “gusto” porque no hay posibilidad de elección, en este sentido la traba para consumir estos bienes no es simbólica sino material (INE-CNCA). En la misma línea se manifiesta el estudio de Adimark-Fundación La Fuente: del 45% de los/as chilenos/as que declara no leer libros nunca, aducen como la razón más frecuente la “falta de interés” (47,3% de los que no leen), y esta falta de interés puede ser perfectamente explicable por la no posibilidad de elección. En segundo lugar se menciona el hecho de no tener tiempo. Sólo un 26% de los no lectores señala que el motivo sea la falta de posibilidades (libros caros, problemas a la vista, no saber leer).

En cuanto a las variables género y edad puedan interferir en la cantidad de lectura, hay divergencias en los estudios: según la encuesta Adimark-Fundación La Fuente (2006) no existen diferencias significativas de lectura entre hombres y mujeres, ni tampoco se observan diferencias por edad. En cambio, los resultados de la encuesta INE-CNCA (2005), dan cuenta que el segmento de menor edad entre 15 y 25 años es el que más lee, las mujeres leen más que los hombres y leen más quienes tienen estudios avanzados.

En la encuesta realizada por el INE y CNCA (2005) se muestra que la compra de libros está en el puesto número tres de las preferencias al momento de adquirir un bien cultural.

El promedio de libros que existe en los hogares es de 55 libros, con una variabilidad inmensa. En el 40% de los hogares chilenos existen menos de 10 libros (Adimark-Fundación La Fuente, 2006).

La lectura resulta una actividad opuesta a la televisión. Quienes leen más destinan menos tiempo a la televisión, mientras que quienes leen menos ven más horas de televisión (Adimark-Fundación La Fuente, 2006). Son los sectores bajos los que presentan índices menores de lectura, mientras que el nivel de consumo de televisión y radio son muy altos. Si pensamos que son bienes en los cuales no es necesario invertir una cantidad considerable de dinero, se entiende que opere esta lógica de consumo. Si se piensa en la lectura como un acto de autonomía, es posible comprender la real envergadura del fenómeno del cual muchas personas quedan excluidas.

Existe asociación positiva entre las personas que leen y el uso de Internet, ya que quienes son lectoras frecuentes tienden a ser usuarias de Internet (Adimark-Fundación La Fuente, 2006). Obsérvese que en este caso puede tener un peso importante la influencia del nivel de ingresos, ya que si a mayor ingresos las personas son más lectoras, podría deducirse que una persona lectora es probable que sea de altos ingresos, y por tanto tiene muchas más posibilidades de ser usuaria de las TIC's.

Al preguntarse por la sensación de los/as encuestados/as respecto de su trato cotidiano con el libro y la lectura, un 63.8% reconoce que es más fácil que hace 5 años, sin embargo al desagregar esta cifra, son los sectores más altos los que obtienen mayor grado de satisfacción en este aspecto, en comparación con grupos socioeconómicos bajos. Un 48% de personas pertenecientes al NSE

bajo califican de “importante” la adquisición de bienes como libros e impresos, entre otros, v/s un 65.6% en los NSE medios y altos. Respecto de las motivaciones para leer un 75.9% del total de los encuestados reconoce que consume para entretenerse y un 50.9% para estar informado.

1.2.2. Antecedentes de lectura de usuarios/as de la DIBAM.

Los datos que existen con respecto a la lectura de usuarios/as de bibliotecas públicas son mucho menores. Los resultados obtenidos en los estudios “Casero del Libro”² y “Percepción de la Satisfacción y de las Necesidades Culturales de los Usuarios de las Bibliotecas Públicas”³ permiten aportar a la contextualización avanzada en el apartado anterior.

Con relación al estudio “Casero del Libro” cabe señalar que:

- Antes de su inscripción en el Casero del Libro, un 24,4% de las personas encuestada no leía ningún libro al mes, y un 45% leía un libro al mes.
- En cuanto al tipo de material solicitado, los libros presentaron una frecuencia de 248 (88,9%), diarios y revistas 3,9% cada uno.
- Un 26,9% de las personas encuestadas solicita libros de autores chilenos, un 23,3% solicita novelas y un 18,9% solicita libros de autores extranjeros.
- Un 35,5% de las personas encuestadas declara leer más de tres libros al mes, mientras que un 14,1% declara leer uno al mes.

² Programa de la DIBAM que consiste en la instalación de un punto de préstamo de libros dentro de la Feria Libre de una comuna. El servicio es coordinado por la Biblioteca Municipal y atendido por personal de la biblioteca. La encuesta fue auto-aplicada por 262 personas, durante un día de funcionamiento normal de “El Casero del Libro”, en noviembre de 2005.

³ Estudio realizado durante los meses de noviembre y diciembre del año 2002 por la Subdirección de Bibliotecas Públicas de la DIBAM.

- Un 54,3% considera que los libros solicitados al Casero del Libro le han servido para satisfacer sus ganas de leer, un 16,2% para informarse más y mejor y un 15,2% para hacer o ayudar a hacer tareas escolares.
- De las personas que van a bibliotecas públicas, un 43,5% afirma que principalmente satisface su necesidad de pedir libros; un 17,4% se inclina por la opción “Internet” y el mismo porcentaje afirma que satisface su necesidad de Capacitarse en computación.
- En cuanto al tipo de lectura que les gustaría encontrar en el Casero del Libro, las principales opciones son “literatura chilena” (10,2%), “manualidades” (6,9%) y “educación sexual” (6,3%).

En relación al estudio “Percepción de la Satisfacción y de las Necesidades Culturales de los Usuarios de las Bibliotecas Públicas”:

- Las niñas y niños que asisten a la biblioteca pública inclinan claramente su preferencia de uso del tiempo libre por “ver televisión” con un 64,2%. En segundo lugar – y a una distancia de 53,2 puntos aparece la alternativa “escuchar música” con una representación del 11,0%. Sólo en el cuarto lugar de la escala se presenta la alternativa de lectura con un 7,8%. Los adultos que asisten a la biblioteca valorizan como soporte principal de la lectura el libro, con un 49% de preferencias. Mientras que diarios y revistas han sido leídos con ostensible menor frecuencia en el último mes.
- Acerca del interés por la lectura, el 78,9% de menores de edad manifiesta que sí le interesa y sólo el 21,1% señala su no preferencia por la lectura. En cuanto a las lecturas del último mes el 72,2% de los entrevistados indican que sí ha leído algo (refiriéndose a la lectura de libros).
- En relación a las demandas de los usuarios menores de edad, acerca del soporte de lectura, el libro es el que aparece con mayor preferencia con un 49,2 % y las revistas en segundo lugar alcanzan un 37,2% de respuestas.

Con esto se puede extrapolar, que la tendencia en los jóvenes frente a la pregunta sobre el soporte de la lectura, es a leer libros.

Capítulo n.2.

Hábitos de lectura de usuarios/as de las bibliotecas públicas.

E

El presente capítulo tiene como propósito identificar y caracterizar los hábitos de lectura de los/as usuarios/as de las bibliotecas públicas. El primer apartado del capítulo plantea una serie de aspectos teórico-conceptuales que orientan la posterior presentación e interpretación de los datos, siendo uno de ellos una concepción amplia de la lectura. Los datos que son presentados en el siguiente apartado son, entre otros, relevancia de la lectura en el uso del tiempo libre, frecuencia de lectura, formatos, acceso a libros, preferencias por temas y lugares de lectura. Son consideradas la incidencia de variables como: género, rural/urbano, rango etéreo, nivel de ingreso y ocupación. Al cierre del capítulo se plantea una interpretación de los datos complementado con los resultados obtenidos del focus group.

2.1. Aspectos teórico-conceptuales.

2.1.1. Definición e importancia de la lectura.

No existe consenso al momento de definir que se entiende por lectura. Uno de los enfoques más utilizados es aquél que plantea la lectura como un proceso interactivo de comunicación en el que se establece una relación entre el texto y la lectora o el lector, quien al procesarlo como lenguaje e interiorizarlo, construye su propio significado. En este ámbito, la lectura se constituye en un proceso constructivo al reconocerse que el significado no es una propiedad del texto, sino elaborado por el lector mediante un proceso de transacción flexible, en el que conforme va leyendo, le va otorgando sentido particular al texto, según sus conocimientos y experiencias en un contexto determinado (Gómez et al, 1996). Siguiendo en la misma línea, Ana Arenzana y Aureliano García (1995) plantean que

el acto de leer se convierte en una capacidad compleja, superior y exclusiva del ser humano en la que se comprometen todas sus facultades simultáneamente y que comporta una serie de procesos biológicos, psicológicos, afectivos y sociales que lo llevan a establecer una relación de significado particular con lo leído y de este modo, esta interacción lo lleva a una nueva adquisición cognoscitiva.

La lectura es un eje central constituyente en la construcción de una articulación intelectual, tanto hacia el interior de las personas como hacia el exterior. Hacia el interior en la forma en que se organizan nuestros mundos conceptuales y sensibles, en el modo en que integramos en conjuntos coherentes las miradas de retazos del universo que nos rodea, mientras que hacia el exterior en la forma en que aprendemos a jerarquizar, sopesar y modular lo que hemos atesorado dentro, para transmitírselo a otros (Millán, 2000).

La práctica de la lectura entrena en la comunicación con el otro/a, tanto como forma interiormente: leer es hacerse momentáneamente otro, es percibir en

propia carne los esfuerzos con los que un autor o autora ha tratado de transmitirnos algo, y él o ella se ha dirigido, salvando a veces abismos de tiempo y espacio, a la idea que tenía de sus lectores. En el choque entre el lector soñado por el autor y nuestras reales expectativas lectoras es donde surge la tensión de la apropiación intelectual. Leer es pactar, más que recibir (Ibíd.).

2.1.2. Hábitos de lectura

Reflexionar sobre el consumo de lectura o los hábitos de lecturas obligan a reconocer que el interés por la lectura está condicionado por diversos factores de carácter sociocultural, tales como estilo de vida, la influencia de la familia, el diseño del sistema de enseñanza, entre otros aspectos. Sostiene Viviana Fernández, (s/f), que el hábito de lectura es una preferencia que se consolida con el tiempo y que depende en gran medida de los factores ambientales. De tal forma que no es suficiente con saber leer ni con una simple exhortación a la lectura.

Diversos autores han analizado los factores psicológicos y sociológicos implicados en el hábito de lectura. La citada autora destaca a Moreno Sánchez (2001) quien ha estudiado la influencia de la familia en la conformación del hábito lector en los/as niños/as. Este autor afirma que los hábitos de lectura, el placer y satisfacción de leer no sólo requieren de saber leer y comprender lo leído. Sumado a ello, es interesante constatar que los padres conciben la lectura siempre desde su vinculación con el éxito académico, por tanto, la lectura se transmite y percibe como una “imposición o castigo”. Es decir, el hábito lector no se adquiere de forma automática con la alfabetización, sino que la familia ejerce una influencia directa en la formación de esta vocación. La disposición real de los padres por la lectura, las condiciones para ello, el número de libros en casa, la ausencia de otras distracciones influyen en gran medida. Una conclusión que se extrae de este estudio es que los padres exhortan a sus hijos e hijas a leer pero la práctica contradice estas intenciones, bien porque no se lee en el hogar o porque los propios padres orientan el ocio de sus hijas e hijos hacia otras actividades como a ver la televisión y no a leer un libro.

Fernández (s/f) cita también a Salazar y Ponce (1999), quienes plantean que la lectura en los niños y jóvenes se asocia con obligación, deberes, aburrimiento. Ello es consecuencia de que la lectura entra en el universo de los escolares como una vía o medio para cursar y aprobar las asignaturas. Bajo este prisma se convierte en una actividad que se rechaza y que no entra en el concepto de diversión, más aún no se concibe como un acto cotidiano. Estos autores añaden que la situación no mejora en el caso de los adultos que terminan sus estudios, puesto que utilizan la lectura para actualizar sus conocimientos técnicos o profesionales, casi como única manifestación de este hábito.

La autora considera otros factores que afectan a la consolidación del hábito lector en la actual sociedad:

- a) La calidad de vida, que en nuestros días se identifica con el tiempo libre y con la disponibilidad de tiempo de ocio. Pero en ese tiempo libre no ocupa un lugar preferencial la lectura. En general la televisión y el cine constituyen la oferta de ocio preferida por los/as ciudadanos/as.
- b) En el sistema de valores de la sociedad actual, la lectura no se asocia con los motivadores de logro, afiliación o poder. No se comprende un ciudadano en nuestros tiempos que viva al margen de la televisión, del ordenador, del teléfono móvil. Sus conocimientos y su vocación lectora no se incluyen en la valoración del éxito de los individuos.
- c) En el sistema educativo, en general, la lectura no juega un papel clave ni siquiera para aprobar y menos para aprender. Prevalece, por una parte, un enfoque instrumental de la enseñanza en la que el o la estudiante debe conocer determinados conceptos o herramientas. La enseñanza se reduce a los contenidos específicos de las asignaturas. El aspecto sistémico de la educación se pierde. No es necesario conocer los antecedentes, los eventos

que se relacionan con lo estudiado. Así, con los apuntes o la consulta de un manual puntual o de un sitio web cualquiera, es suficiente. No existe un impulso a la lectura organizado y eficiente desde la enseñanza.

d) En el modelo de gastos de los ciudadanos la compra de libros no constituye un elemento central: diversión, viajes, decoración y hogar, vestimenta, y productos financieros están entre las opciones de gastos una vez se cubren las necesidades básicas.

2.1.3 Uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) y adquisición de conocimientos.

La sociedad de la información es un nuevo modelo de desarrollo que se caracteriza porque la productividad, la eficiencia, la comunicación y el poder se constituyen principalmente a partir de la capacidad tecnológica de procesar información y generar conocimiento (Castells, 2005). En este contexto, el acopio de datos ha aumentado exponencialmente, tanto por el avance del tiempo en sí y la producción de información y conocimiento que ello conlleva como por la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC's).

El surgimiento de Internet ha hecho que la web se convierta en una verdadera biblioteca virtual, situación que posee ventajas y desventajas: la información está al alcance de la mano, pero a su vez la cantidad de información es tan grande que termina siendo problemática para quien no sabe buscar e interpretar lo encontrado. Todo pasa a formato digital; todo acaba formando parte de la web: todo está al alcance de la mano, o más bien a un o dos *clicks* de distancia. Algunas páginas están como informaciones abiertas, accesibles a cualquiera; otras, de acceso restringido. Pero la masa total es ingente: medio billón de páginas web, según los últimos datos; es decir: quinientos mil millones de páginas de información, al otro lado de la pantalla (Millán, 2000). La web se convierte así, parafraseando a

Borges, en "La biblioteca de Babel", que contiene toda la información posible, pero es necesario utilizarla correctamente. Y la lectura juega un papel preponderante en su correcta utilización: la lectura es la llave del conocimiento en la sociedad de la información. Se necesitan habilidades avanzadas de lectura para transformar toda la avalancha de información de la web en conocimiento.

Lo anterior implica la necesidad de adquisición de formas más complejas de capital cultural. Pues se requieren destrezas tecnológicas, competencias y conocimientos prácticos para saber usar las tecnologías, esto es lo que Neil Selwyn, (2003) ha denominado capital cultural tecnológico. Al igual que el capital cultural en general, este puede existir en estado incorporado, objetivado e institucionalizado (Selwyn, 2003: 15). No obstante, para insertarse en la cultura digital se requiere de un conjunto de capacidades, aptitudes y destrezas que permitan la incorporación de los conocimientos que están disponibles en la web.

De esta forma el uso de las herramientas tecnológicas, como medio de acceso a la información, es un recurso simbólico susceptible de ser apropiado y utilizado como herramienta de distinción social. Como Bourdieu señala: "*quien dispone de una competencia cultural determinada, por ejemplo, saber leer en un mundo de analfabetos, obtiene un valor de escasez que puede reportarle beneficios adicionales, debido a su posición en la estructura de distribución del capital cultural*" (Bourdieu, 2000:142). Sin embargo, la masificación de las tecnologías genera distinciones sociales que van más allá del acceso o el uso de estas. No basta con disponer de los aparatos tecnológicos y la conexión si no se tiene el capital cultural para aprovechar sus potencialidades para la adquisición de conocimientos (Selwyn, 2003). Por esta razón no debe presuponerse la relación causal entre acceso/uso de tecnologías y la incorporación de conocimientos. Un claro ejemplo de lo anterior puede apreciarse en un estudio realizado por Fuchs y Wowssmann (2004), que concluye que el acceso al computador en el hogar no mejora, por sí solo, el rendimiento escolar, pudiendo incluso empeorarlo. Cuando el computador se usa para fines educativos o para comunicarse, en cambio, si puede observarse un mejor rendimiento de los/as alumnos/as. De ahí la necesidad de distinguir entre el acceso,

el uso y la apropiación social de las tecnologías. Esta última ocurre cuando el uso cotidiano de las TIC's genera nuevos conocimientos, que resultan útiles para mejorar el desarrollo humano y las condiciones de vida de una comunidad o grupo social (Fazio y Goldstein, 2003).

A partir de lo anterior cabe preguntarse por las relaciones entre el uso de las tecnologías y la lectura. Es decir, si las tecnologías favorecen u obstaculizan la lectura, complementan la lectura de textos en papel o generan nuevas – y más complejas- formas de leer.

2.2. Presentación de resultados.

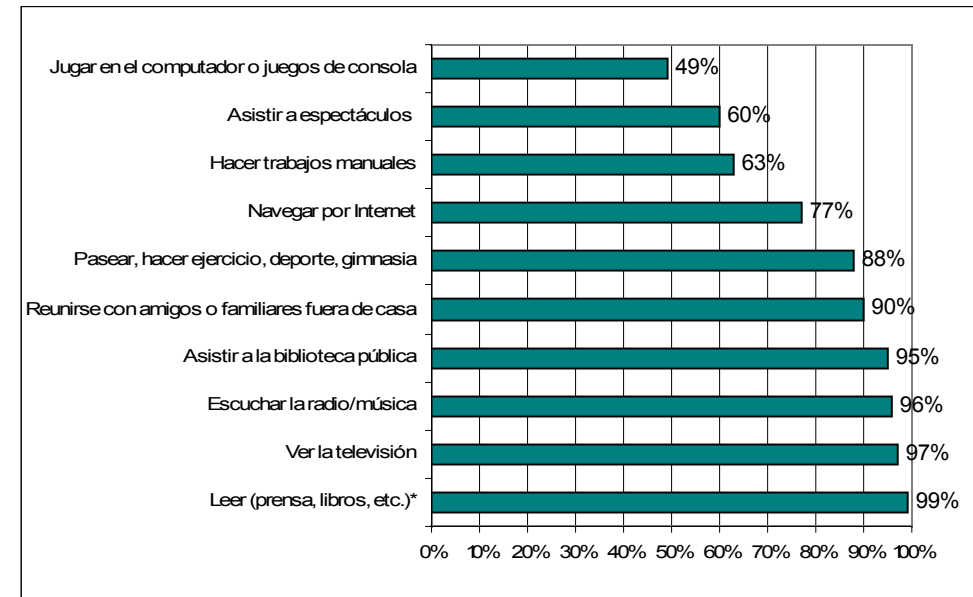
El presente apartado da cuenta de los datos obtenidos de la aplicación del cuestionario a una muestra representativa de usuarios/as de las bibliotecas públicas con relación a aspectos relacionados con hábitos de lectura. Entre otros, se presentan los resultados sobre relevancia de la lectura en el uso del tiempo libre, frecuencia de lectura, formatos, acceso a libros, preferencias por temas y lugares de lectura.

2.2.1. Datos generales.

a) La lectura y el uso del tiempo libre.

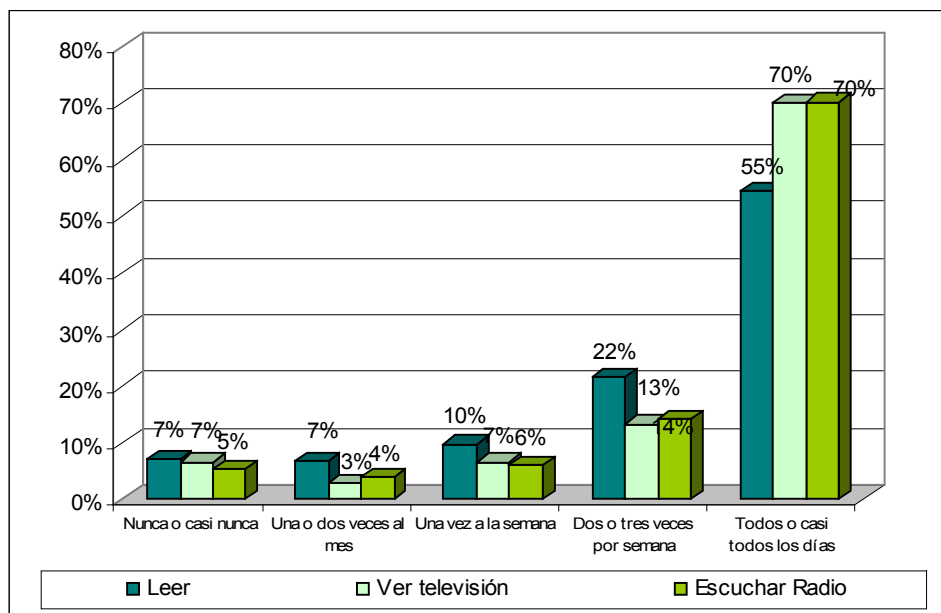
Los/as usuarios/as de las bibliotecas publicas la lectura sitúan en un rango similar de preferencias la lectura con otras actividades como “Ver televisión” (97,7%) o “Escuchar Radio o Música” (95,8%) en lo que respecta al uso del tiempo libre.

Gráfico 2.1. Realización de actividades: Uso del tiempo libre.



Sin embargo, el tipo de frecuencia con que se lee comparada con estas actividades, tal y como se muestra en el gráfico n.2.2, dista de ser similar. Si bien la lectura de “Todos o casi todos los días” alcanza un 55%, porcentaje inferior al de otras opciones como “Ver televisión” (70,1%) y Escuchar radio” (70,2%), un 86% de los/as encuestados/as realizan esta actividad “Al menos una vez a la semana”.

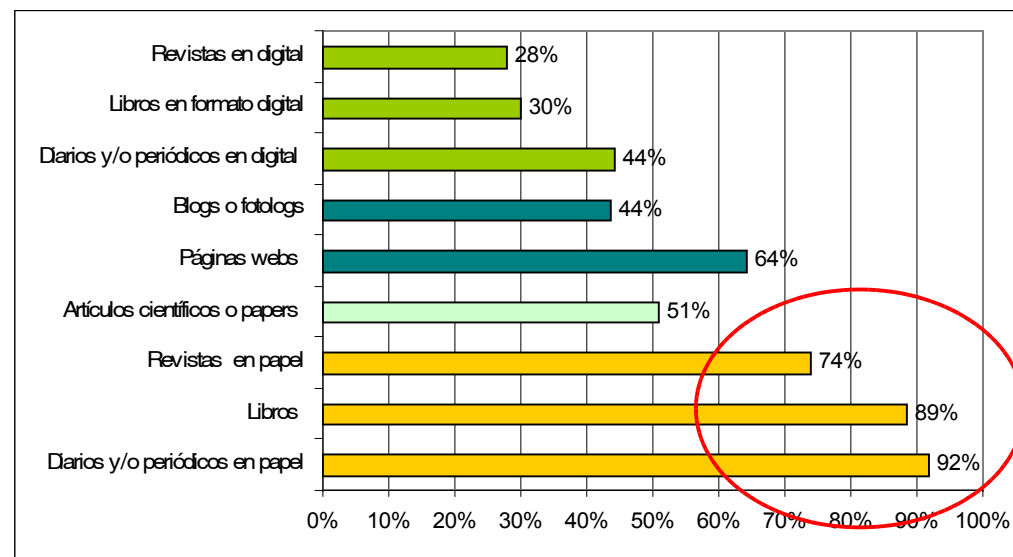
Gráfico 2.2. Actividades realizadas con mayor frecuencia.



b) Formatos y temas de lectura.

Nueve son los tipos de lectura mencionados por los encuestados. El más alto porcentaje son "Diarios y/o Periódicos en papel" (91,9%), así como también de "Libros en papel" (88,6%). Le siguen a mayor distancia las "Revistas" (73,9%) y las "Páginas webs". Por el contrario, los formatos menos utilizados son las revistas y los libros, ambos en formato digital (27,8% y 29,7% respectivamente).

Gráfico 2.3. Lectura por formato

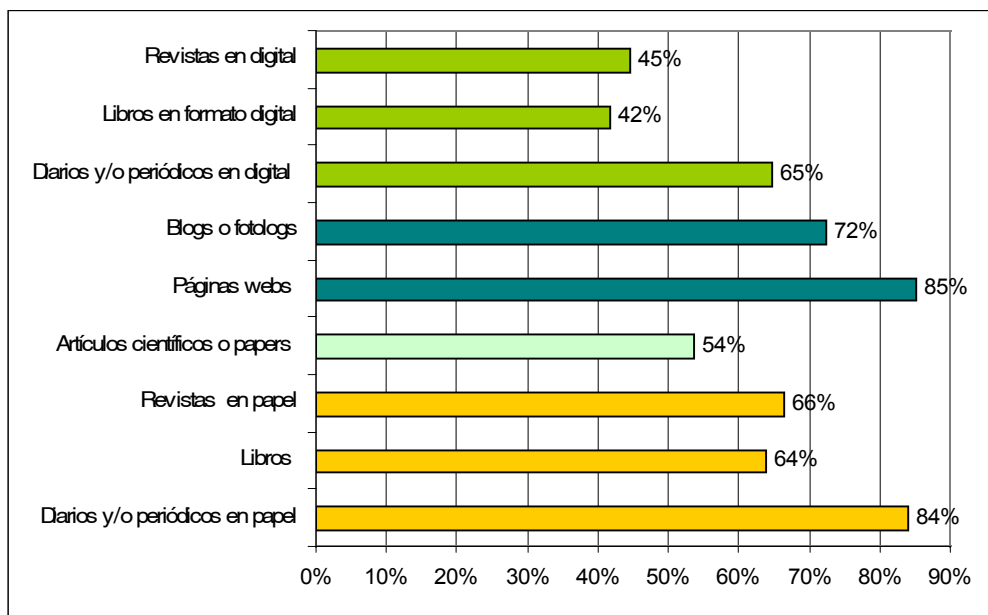


Los datos muestran que hay diferencias entre la lectura en formato digital y en papel, siendo ésta última la de mayor lectura entre los/as usuarios/as⁴.

Los formatos que obtienen mayor frecuencia de lectura, es decir, al menos una vez por semana, son "Diarios y/o periódicos en papel" (84%), "Páginas webs" (85%), seguido por "Blogs o Fotologs" (72%). En tanto los leídos con menor frecuencia son: "Libros en digital" (42%) "Revistas en digital" (45%) y "Artículos científicos o papers" (54%).

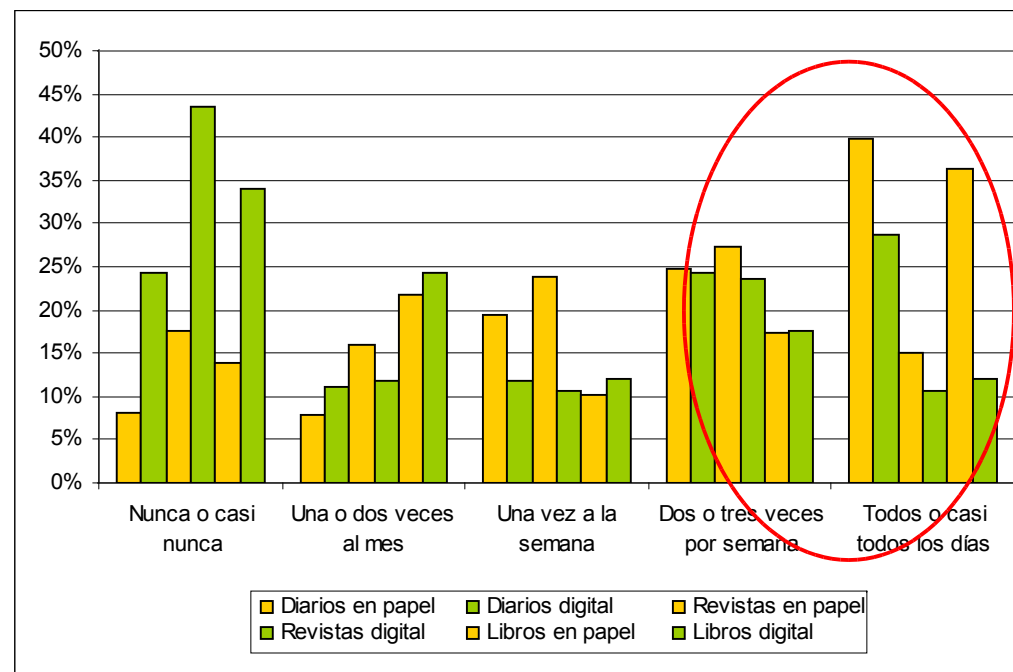
Gráfico 2.4. Lectura "Al menos una vez a la semana" por formato.

⁴ Considerando los formatos de diarios, revistas y libros.



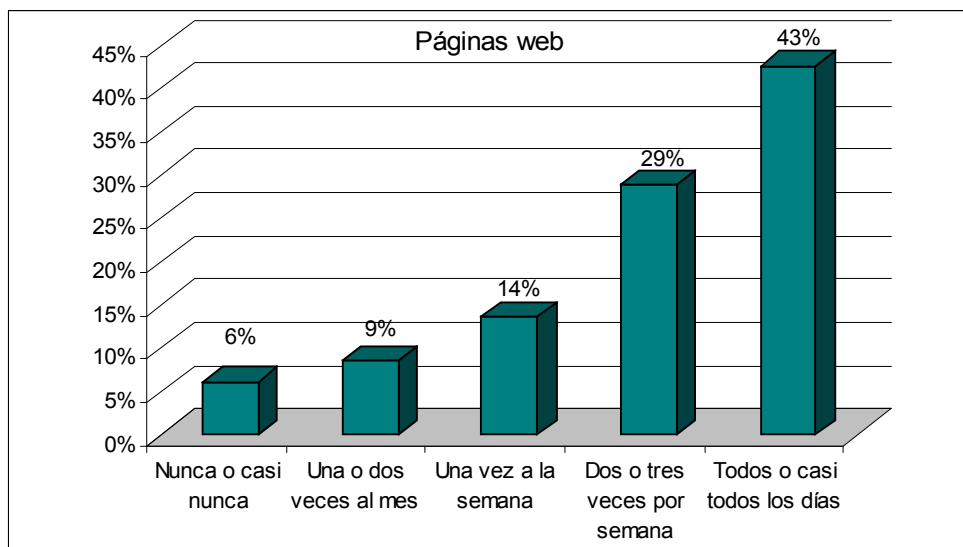
Al revisar más en detalle la diferencia entre ambos soportes, digital y papel, se ve que el segundo es el leído con mayor frecuencia en diarios, revistas y libros.

Gráfico 2.5. Frecuencia de lectura según formato y soporte



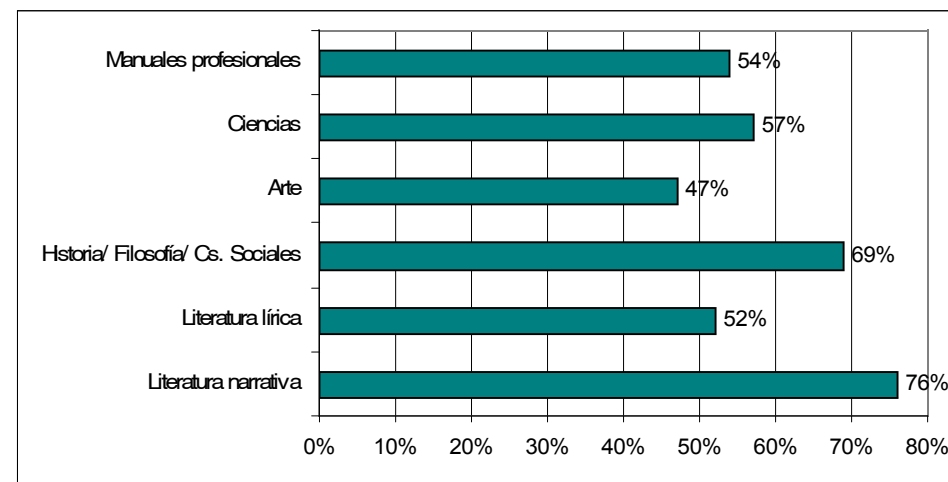
Uno de los formatos con altos niveles de frecuencia de uso son las “Páginas web”, transformándose en el formato digital más frecuentemente consumido por los usuarios/as.

Gráfico 2.6. Frecuencia uso de las paginas web.



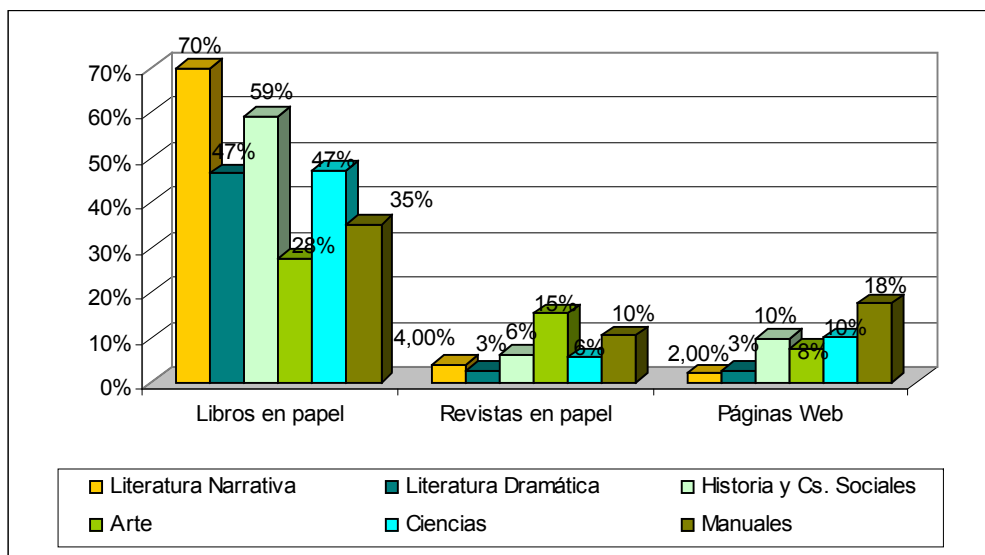
Las áreas temáticas sobre las cuales los usuarios/as de las bibliotecas públicas señalaron leer principalmente son: "Literatura Narrativa" (75,9%), y la "Historia/ Filosofía y Ciencias Sociales" (69,4%). Por el contrario el tema menos leído es "Arte" (46,9%).

Gráfico 2.7. Lectura según área temática



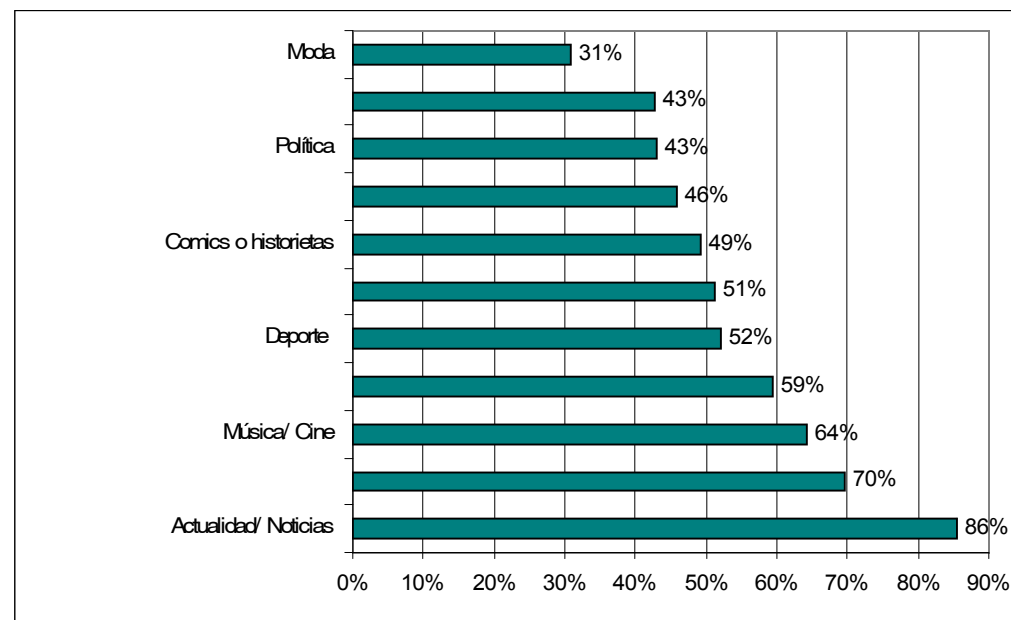
Al hacer una revisión de las temáticas leídas según formato, la mayoría se leen principalmente en formato papel, específicamente en "Libros en papel", del resto de los formatos sólo "Revistas en papel" y "Páginas web" en algunos de estos temas superan el 10%.

Gráfico 2.8. Lectura por formato según área temática



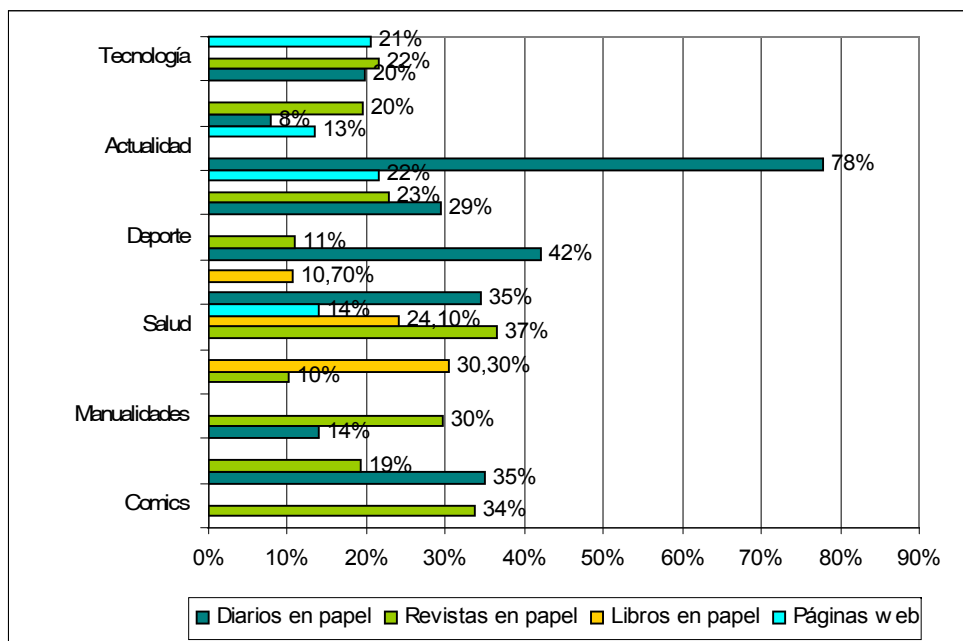
Al ser cuestionados sobre temas específicos de lectura, los usuarios/as de bibliotecas encuestados mencionaron “Actualidad y Noticias” (85,6%), “Temas de Salud y/o Educación Sexual” (69,7%), “Música y Cine” (64,2%), “Tecnología” (59,3%) y “Deporte” (52,1%). El tema menos leído por los usuarios/as es “Moda” (30,9%).

Gráfico 2.9. Lectura por temas específicos



El gráfico 2.10 muestra cómo se distribuyen los temas, en los formatos más utilizados por los/as usuarios/as encuestados/as. Tres de los cuatro son formatos en papel, sólo “Páginas web” obtiene porcentajes importantes en algunos temas como “Tecnología”, “Actualidad”, “Música y Cine” y “Salud”.

Gráfico 2.10. Frecuencia de lectura de temas específicos según principales formatos.

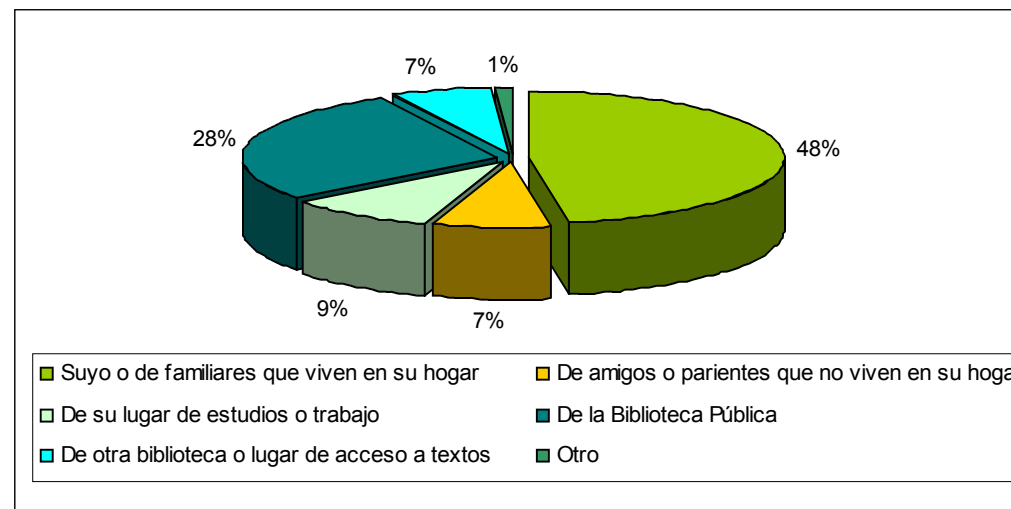


c) Acceso a libros en el hogar y niveles de lectura.

En el apartado se indaga la relación que tiene la pertenencia de libros con los niveles de lectura de las personas, y ver de qué manera se comportan estas dos variables. Para ello se utiliza el dato sobre la propiedad de la mayor parte de los textos que lee, así como también la cantidad aproximada de libros que hay en el hogar de los/as usuarios/as.

Los datos dan cuenta que un 48% de los/as encuestados/as manifiesta que los libros que lee son suyos o de aquellos familiares que viven en su hogar, siendo la segunda alternativa mencionada “De la biblioteca pública” (28%). Este último dato es expresivo de la importancia de la biblioteca como medio de acceso a la lectura ya que, tal y como muestra el gráfico 2.11, entre el resto de las opciones ninguna supera el 9%.

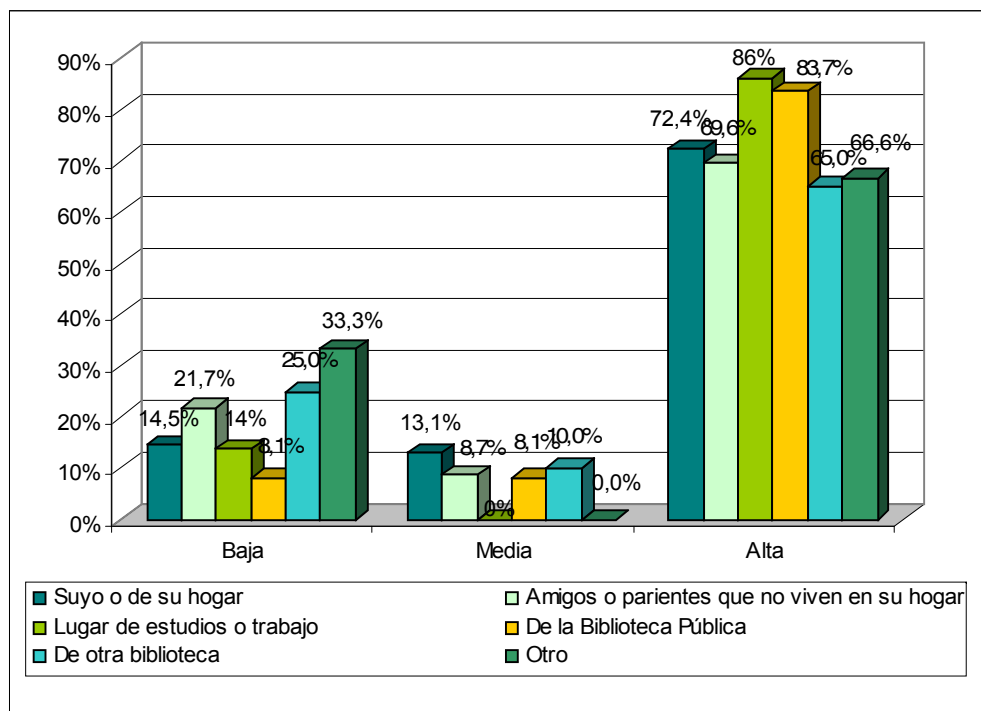
Gráfico 2.11. Propiedad de libros



Al cruzar este dato con la frecuencia de lectura de los/as usuarios/as encuestados/as, se ve que quienes leen más frecuentemente son quienes obtienen los libros de “Su lugar de estudio o trabajo” y de la “Biblioteca Pública”. En tanto quienes leen con menor frecuencia son quienes leen de “Otras bibliotecas”⁵

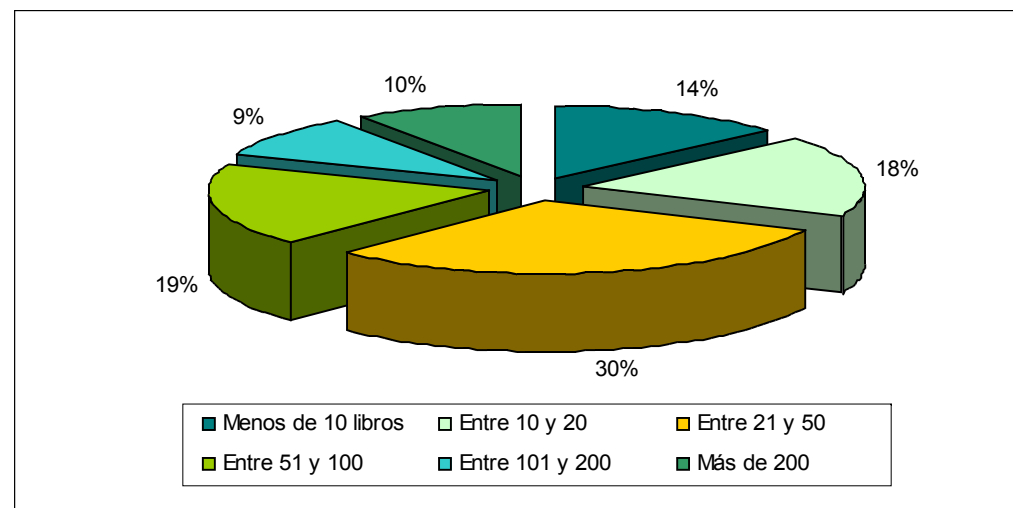
Gráfico 2.12. Frecuencia de lectura según propiedad de libros que principalmente lee.

⁵ Si bien el porcentaje más alto en la frecuencia más baja es la opción “Otro”, no se puede especificar qué lugar es, por lo tanto se lee la segunda categoría con mayor porcentaje de la opción.



Al ser encuestados sobre la cantidad de libros existentes en el hogar, un 30% responde que “Entre 21 y 50”, seguidas de las opciones “Entre 51 y 100” (19%) y “Entre 10 y 20” (18%). Cabe destacar que un 14% menciona poseer “Menos de 10 libros”, mientras que un 10% señala contar con “Más de 200 libros” en su hogar.

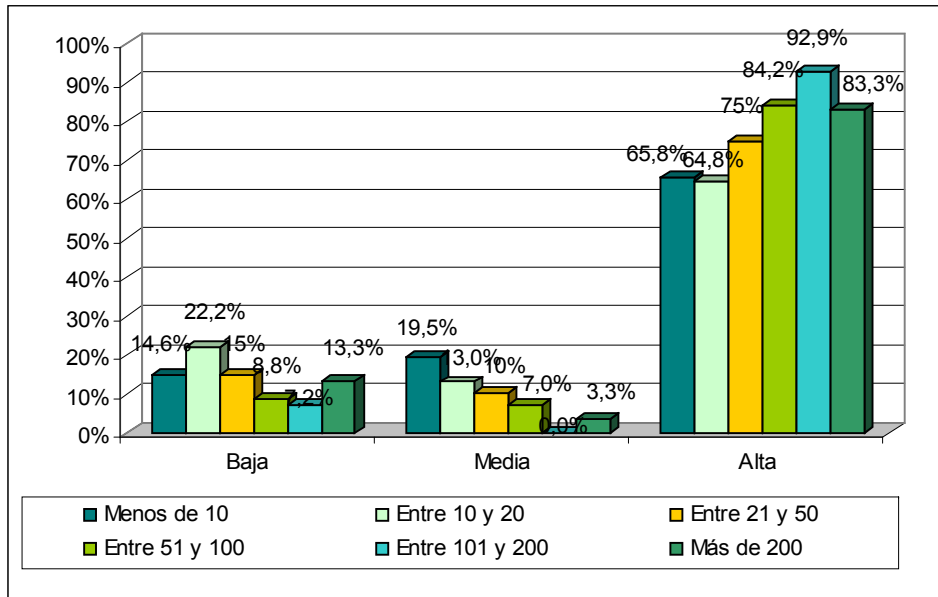
Gráfico 2.13. Cantidad aproximada de libros en el hogar.



Al hacer el mismo ejercicio anterior y cruzar los datos de niveles de lectura con la cantidad de libros que hay en el hogar, el gráfico 2.14 muestra una tendencia. A mayor cantidad de libros en el hogar, mayor frecuencia de lectura en los/as usuarios/as encuestados/as.

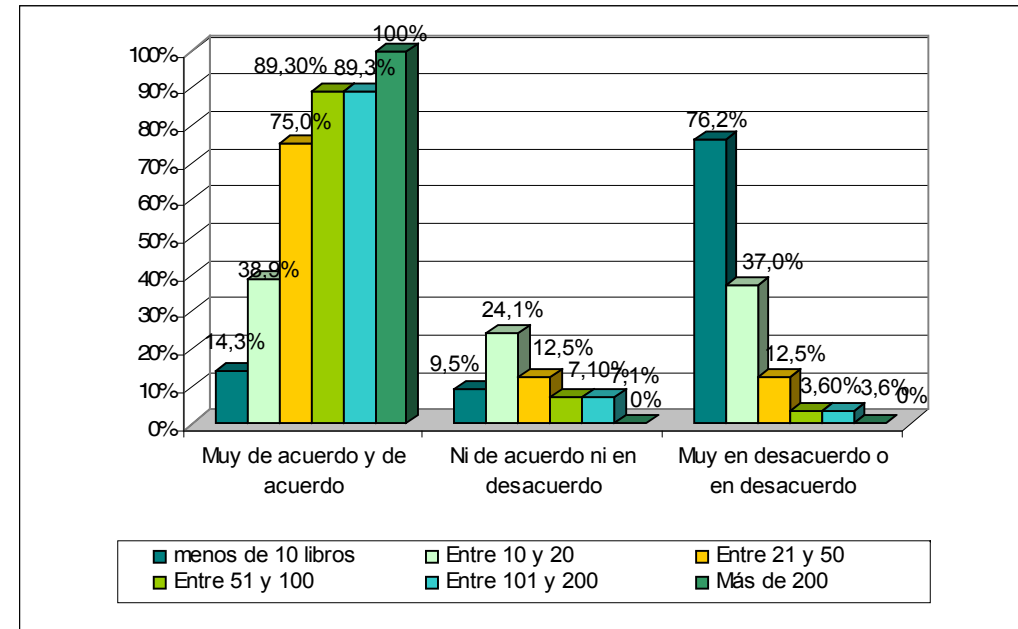
Gráfico 2.14. Frecuencia de lectura según cantidad de libros en el hogar⁶.

⁶ Se define la categoría “Baja Frecuencia” a partir de los/as encuestados que respondieron “Nunca o casi nunca” y “2 o 3 veces al mes”, la categoría “Frecuencia Media” a aquellos/as que respondieron “Media”, mientras que la categoría “Frecuencia Alta” corresponde a “2 o 3 veces por semana” y “Todos o casi todos los días”.



Un 66,7% de los encuestados manifiestan estar “De acuerdo o Muy de acuerdo” con la afirmación “En mi hogar hay muchos libros”. Al cruzar la pregunta con la cantidad de libros en el hogar se evidencia claramente, tal y como muestra el gráfico 2.15, que el grado de acuerdo con esta afirmación se encuentra asociada al número de libros existentes en el hogar. No deja de sorprender, sin embargo, que un 14,3% de personas que afirman tener “Menos de 10 libros en su casa” o el 38,9% de los que poseen “Entre 10 y 20 libros” se manifiesten también “De acuerdo” con esta afirmación.

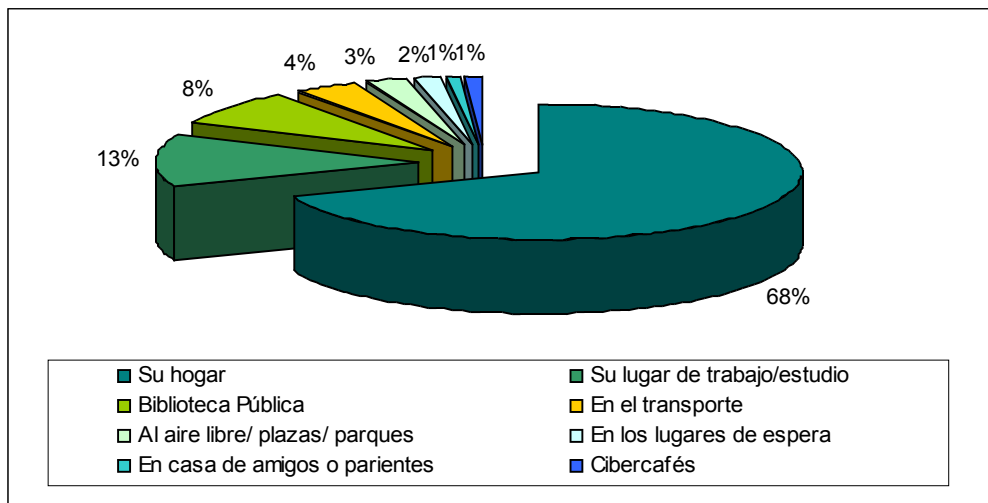
Gráfico 2.15. Acuerdo o desacuerdo con la frase “En mi hogar hay muchos libros”.



d) Lugar de lectura.

A la pregunta sobre el lugar donde preferentemente leen las personas, la respuesta mayoritaria es “Su hogar” (68%). Muy por detrás se señalaron las opciones “Trabajo” (13%) y la “Biblioteca Pública” (8%). Por otra parte los lugares que menos frecuentemente utilizan los/as usuarios/as para leer son los “Cybercafés”, “Casa de amigos o parientes”, “Lugares de espera”, “Al aire libre” y el “Transporte”. Cada uno de estos lugares no supera el 5% del total de respuestas.

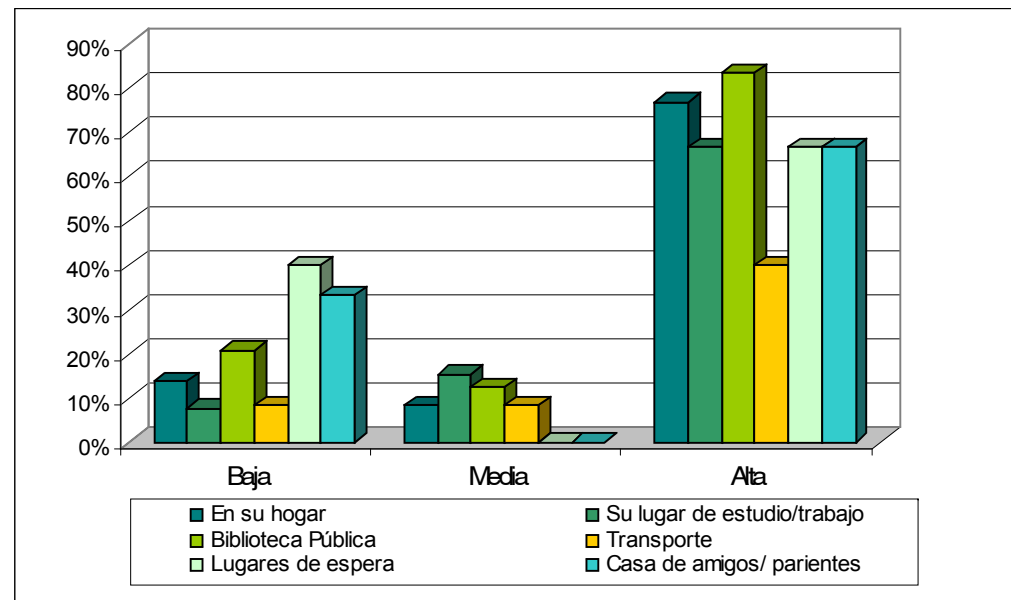
Gráfico 2.16. Principal lugar donde lee.



El gráfico 2.17, da cuenta de la importancia de contar con lugares para la lectura, ya que quienes menores niveles de lectura tienen son quienes leen principalmente en “Lugares de espera” y “Casa de amigos o parientes”.

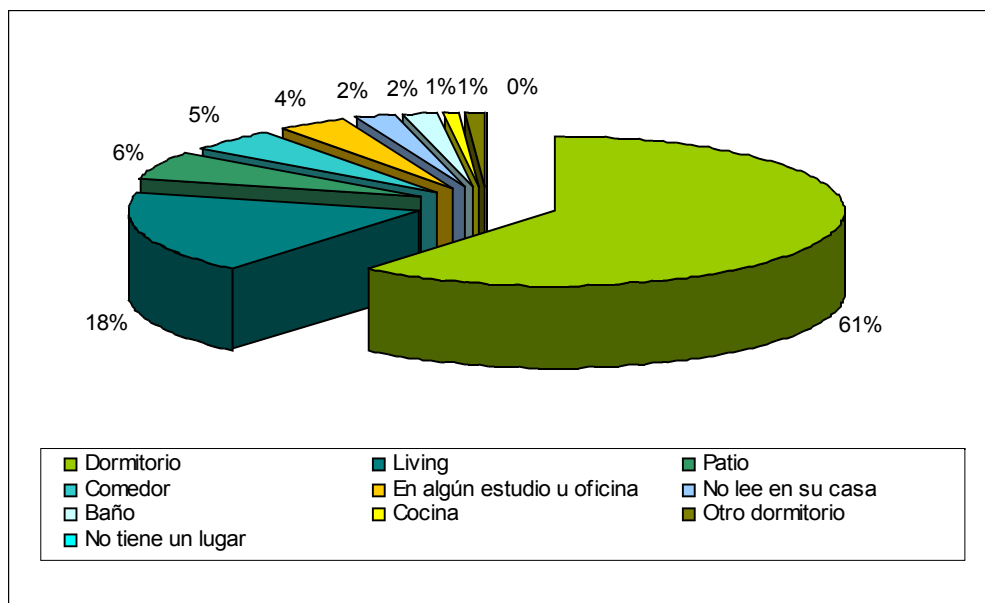
Gráfico 2.17. Nivel de lectura según principal lugar en que lee⁷

⁷ Los niveles de lectura fueron establecidos con base a la frecuencia señalada por los encuestados. La categoría “Baja” corresponde a lectura “Al menos una o dos veces al mes”; la categoría “Media” corresponde “Al menos una vez por semana” y la categoría “Alta” corresponde a varias veces por semana.



Al interior del hogar, el “Dormitorio” es el lugar preferido por los/as usuarios/as con un 61% del total de respuestas, muy por encima del “Living” (18%) que aparece como segundo lugar. Mientras que el resto de alternativas, obtienen porcentajes muy bajos.

Gráfico 2.18. Principal lugar donde lee en su hogar.



Resulta significativo que un porcentaje importante de encuestados afirma que “En mi casa no hay un lugar tranquilo para leer”. Pero a pesar de esto siguen optando por su hogar como principal lugar de lectura. En la tabla 2.1 se observa que del total de usuarios/as que declara leer en su hogar un 64,8% está de acuerdo con que en su hogar no hay un lugar tranquilo para leer. Por otro lado un 69,1% de personas que leen principalmente en su hogar cuentan con un lugar tranquilo para leer dentro de su casa. La diferencia entre estos dos grupos es de sólo 4.3 puntos porcentuales.

Tabla 2.1. Nivel de acuerdo con la frase “En mi casa no hay lugar tranquilo para leer”,

	De acuerdo	En Desacuerdo
Su hogar	64,8%	69,1%
Su trabajo/ lugar de estudio	16,7%	11,6%
La biblioteca pública	5,6%	8,6%
En el transporte	1,9%	4,7%

En los lugares de espera	3,7%	1,3%
En casa de amigos o parientes	1,9%	0,9%
Cybercafé	0	1,3
Al aire libre/ plazas/ parques	5,6%	2,1%

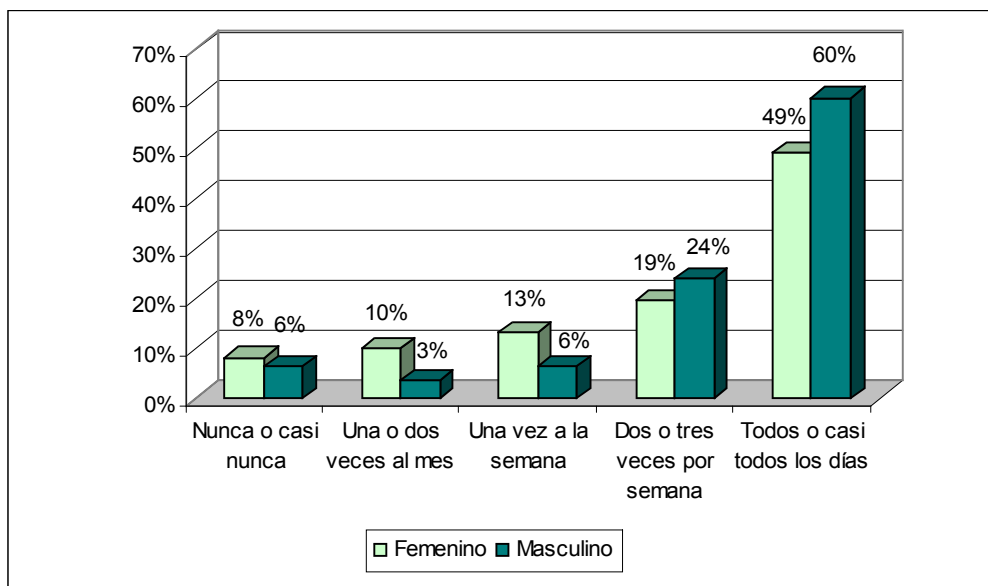
El segundo porcentaje más alto de principal lugar de lectura lo ocupa el “Lugar de trabajo o estudio”. Del total de usuarios/as que prefiere este lugar para leer un 16.7% no cuenta con un lugar tranquilo para leer en su hogar v/s un 11.6% que a pesar de tener un lugar tranquilo para leer en su hogar lee principalmente en su lugar de trabajo o estudio.

2.2.2. Género

a) La lectura y el uso del tiempo libre.

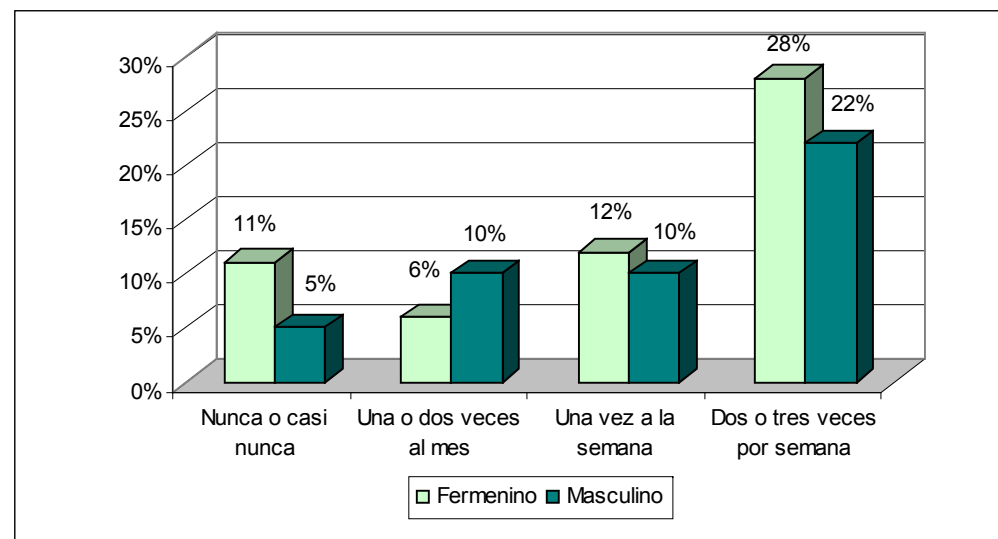
La lectura es en los hombres y mujeres encuestadas en el estudio una de las principales actividades en el uso del tiempo libre. Sin embargo hay variaciones porcentuales importantes en lo que respecta a la frecuencia de la lectura. Los hombres señalan una mayor frecuencia de lectura, llegando a superar en 11 puntos porcentuales dentro de la opción “Todos o casi todos los días”.

Gráfico 2.19. Frecuencia de lectura según género.



Respecto al uso de Internet, los porcentajes obtenidos si bien no muestran diferencias porcentuales importantes de realización entre los encuestados (77,6% usuarios vs 75,6% usuarias), si se observan diferencias en la frecuencia. Como muestra el gráfico 2.20. la diferencia en la opción “Todos o casi todos los días” distancia usuarios de usuarias en casi 10 puntos porcentuales. En el resto de las alternativas este porcentaje va decreciendo.

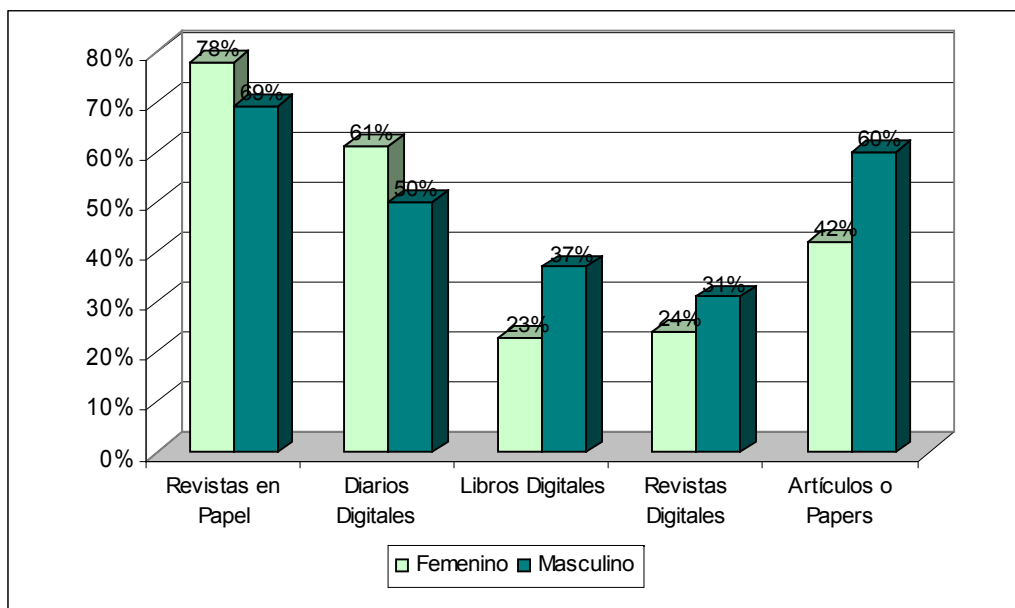
Gráfico 2.20. Frecuencia de uso de Internet según género



b) Formatos y temas de lectura

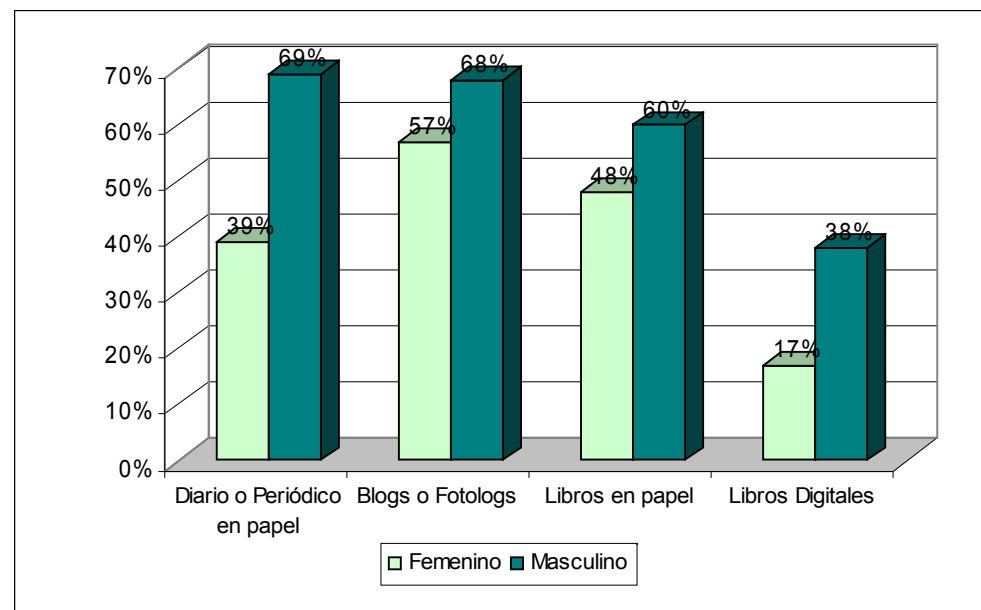
Con respecto a los formatos de lectura, es posible destacar las siguientes diferencias. Mientras que las mujeres manifiestan leer en mayor porcentaje “Revistas en papel” y “Diarios digitales” que los hombres, éstos superan a las mujeres en “Libros digitales”, “Revistas digitales” y “Artículos o *papers* científicos”.

Gráfico 2.21. Lectura por formato según género..



Las frecuencias con que se realizan las lecturas en diversos formatos presenta diferencias significativas en “Diario y Periódico en papel”, “Blogs y Fotologs”, “Libros en papel” y “Libros digitales”. Como se señala en el gráfico 2.22 , en todos los casos son los usuarios encuestados quienes obtienen los porcentajes más altos en relación con las usuarias. Este porcentaje fue obtenido de considerar que una alta frecuencia de lectura en estos formatos es al menos un par de veces por semana.

Gráfico 2.22. Alta frecuencia de lectura por formato según género..



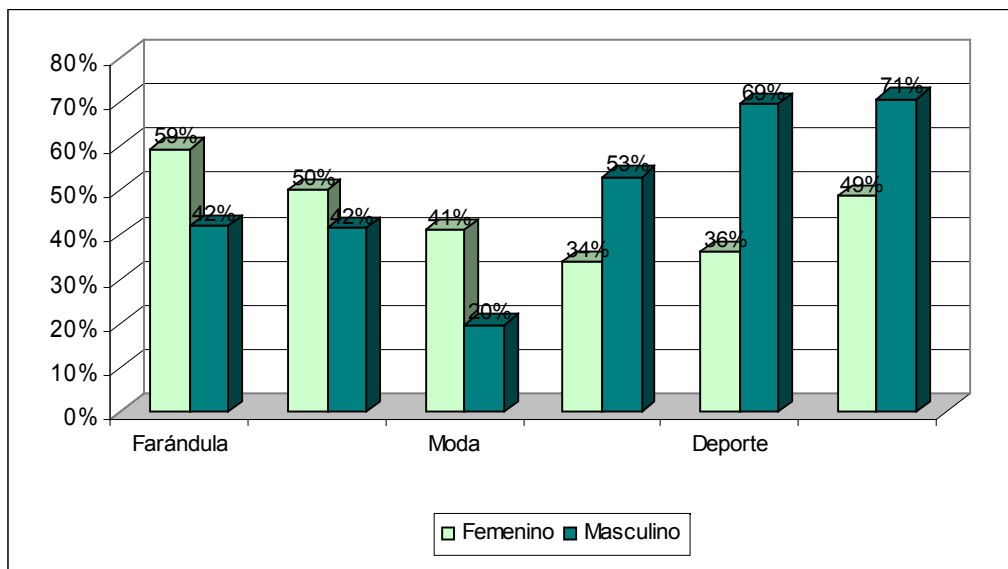
Lo interesante de esta diferencia es que la frecuencia de lectura de libros, en formato digital y en papel es superior en el grupo de los usuarios encuestados. Llama la atención la diferencia en la frecuencia de lectura de “Libros digitales” (30,4% vs 16,6%), así como también en el porcentaje total de lectura en este formato (22,6% vs 37,4%).

Otra diferencia porcentual importante es la frecuencia de “Diarios o periódicos en papel”. Si bien el porcentaje total de lectura en los encuestados es superior en el grupo de usuarias, son los usuarios quienes leen más a menudo en este formato.

Al revisar las áreas temáticas, las principales diferencias por género se observan en la lectura de “Literatura Lírica o Dramática”, siendo las usuarias las que obtienen un porcentaje superior al de los usuarios encuestados (56,9% vs 47,6%). Por otro lado, en “Arte” son los hombres (51%) los que superan porcentualmente a las mujeres (43,1%).

Con respecto a los temas específicos, tal y como se muestra en el gráfico 2.23., es posible destacar que los temas en que claramente las mujeres superan a los hombres encuestados son la “Farándula” (59,4% vs 42,2%), “Manualidades” (50% vs 41,5%) y “Moda” (41,3% vs 19,7%). Por el contrario, los temas preferidos entre los hombres son “Tecnología” (70,7% vs 48,8%), “Deporte” (69,4% vs 36,3%) y “Política” (53,1% vs 33,8%).

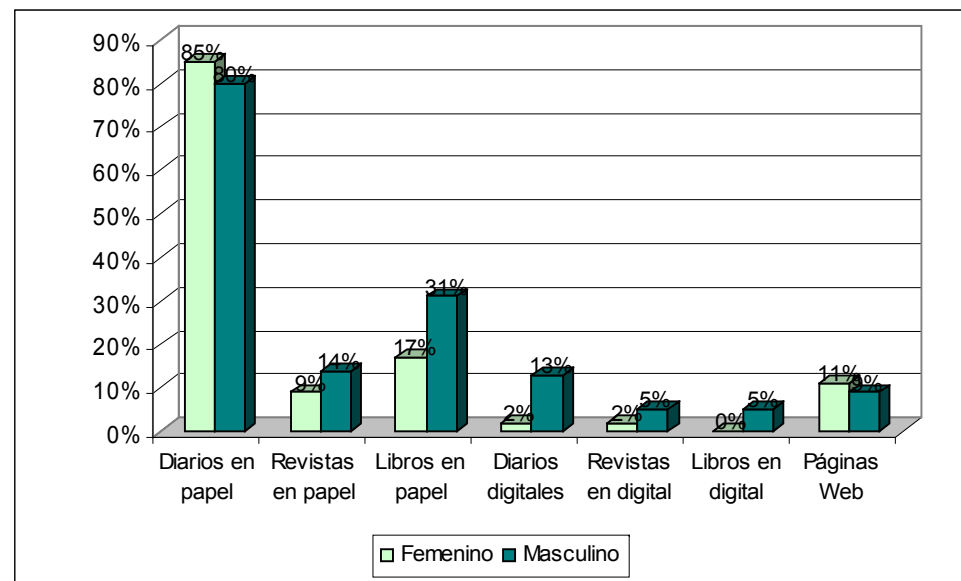
Gráfico 2.23. Lectura por tema según género..



Respecto a los formatos en que se leen éstos, las principales diferencias se relacionan con el soporte que estos tienen, ya que son los hombres los que superan porcentualmente a las mujeres en los formatos digitales.

Como muestra el gráfico 2.24., la diferencia entre los dos grupos muestra una ventaja de lectura de “Política” en formato digital en el caso de los usuarios encuestados, excepto en “Páginas Web”. Esta tendencia se repite en los temas anteriormente presentados.

Gráfico 2.24. Lectura de política por formato según género..

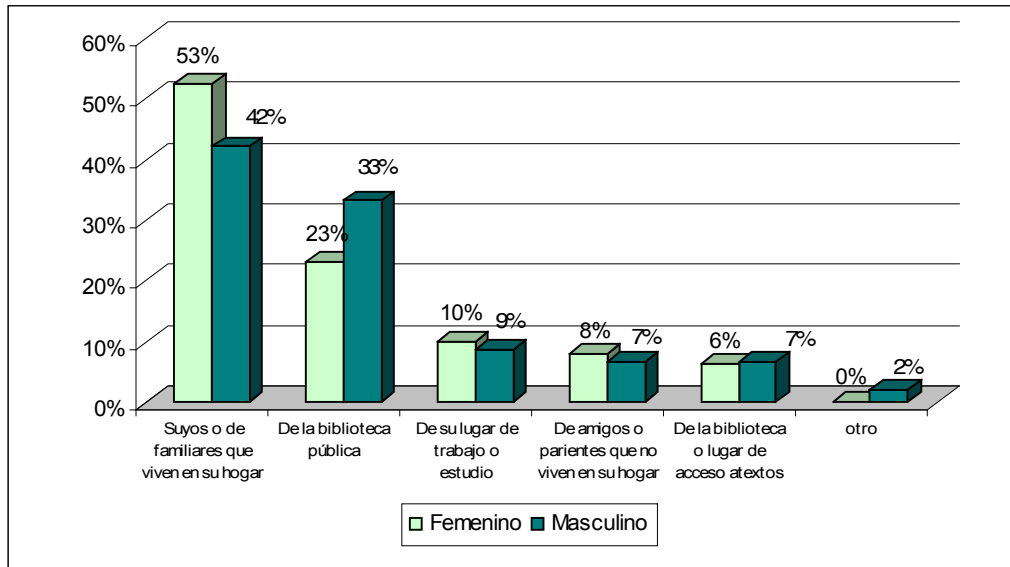


c) Acceso a libros en el hogar

Al comparar la respuesta sobre la propiedad de libros en función de la variable género, resulta significativo destacar que si bien en ambos sexos la opción

mayoritaria corresponde a “Suyos o de familiares que viven en su hogar”, en el caso de los hombres un 33,3% declaran que los libros que usualmente leen proceden “De la biblioteca pública”. Un porcentaje considerablemente superior al de las mujeres (23,4%).

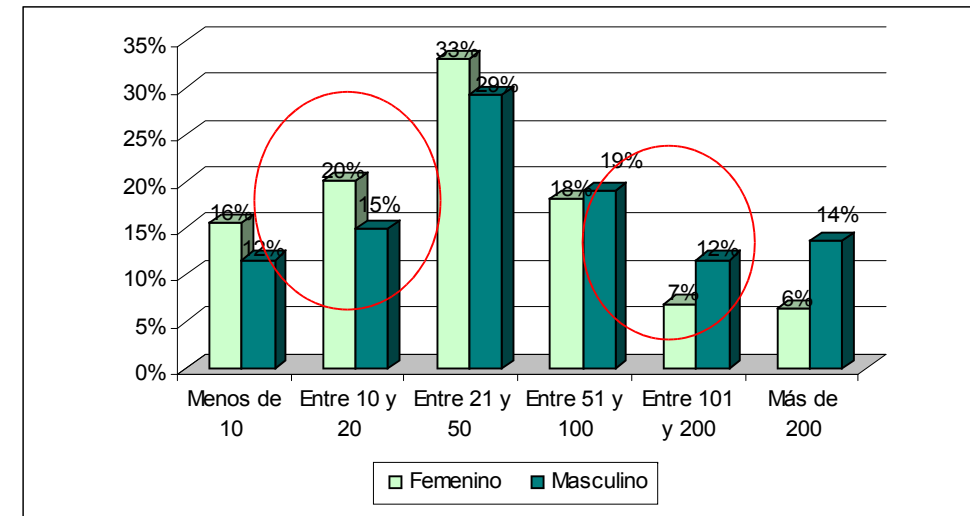
Gráfico 2.25. Propiedad de libros según género..



Al cuestionarse sobre la cantidad de libros existentes en el hogar, tal y como se muestra en el gráfico 2.27. , el porcentaje de mujeres que señala poseer “Menos de 10 libros” o “Entre 10 y 20 libros” es superior al de los hombres. En el otro extremo, en aquellas opciones en las que se supera los 50 libros por hogar los porcentajes son bastante mayores entre los hombres. Si bien esta tendencia es de sólo 1,1% en la categoría “Entre 51 y 100”, la diferencia por género va aumentando a medida que aumenta la cantidad de libros en el hogar. De ello puede desprenderse que si bien del total de encuestados/as las usuarias leen mayoritariamente libros de su propiedad, en sus hogares hay menos libros en

comparación con lo declarado por los usuarios, quienes leen más libros de la biblioteca pública que las usuarias.

Gráfico 2.26. Cantidad de libros en el hogar según género.



d) Lugares de lectura

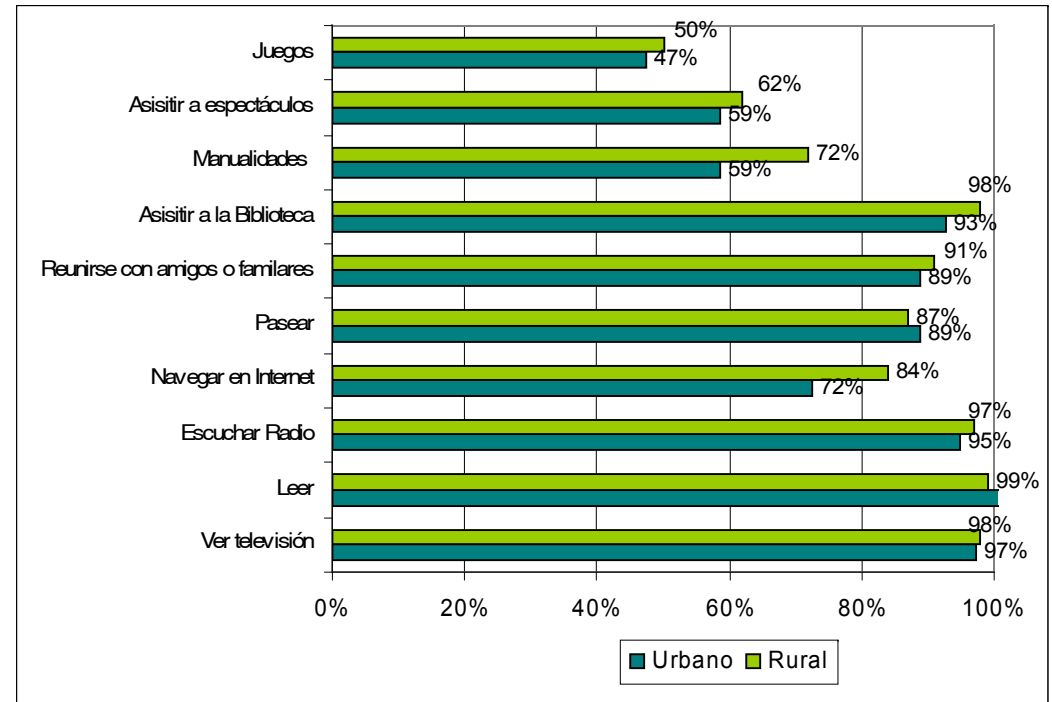
Respecto a los lugares de lectura, si bien no hay mayores diferencias por género, en la pregunta referente a si en la casa hay lugares tranquilos para leer, del total de encuestados/as, las mujeres declaran en un porcentaje mayor al de usuarios (21,9% vs 12,9%), no tener un lugar tranquilo para leer en su hogar. A pesar de ello leen en su hogar en una proporción superior a la de los hombres.

2.2.3 Localización geográfica (Urbano/Rural)

a) La lectura y el uso del tiempo libre.

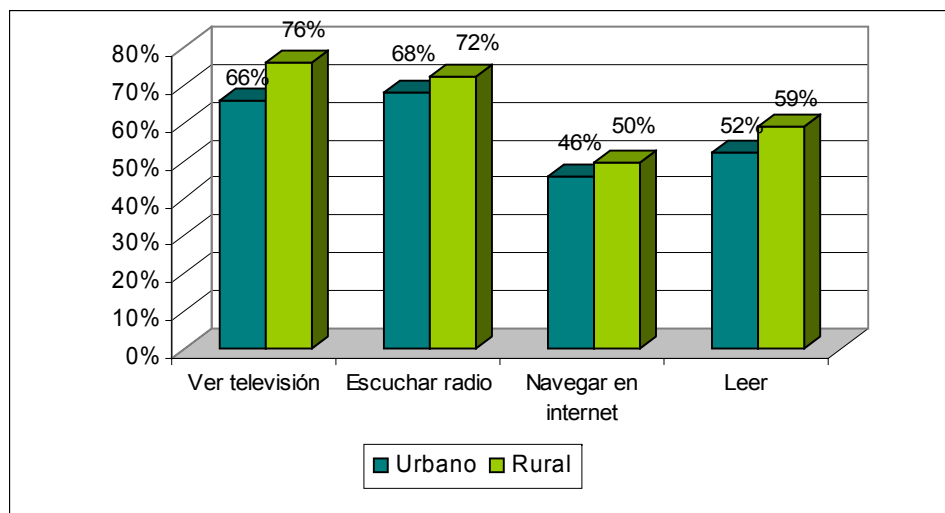
El gráfico n.2.27 da cuenta de la ausencia de diferencias relevantes entre los usuarios/as encuestados de sectores urbanos y sectores rurales con respecto a sus preferencias de uso del tiempo libre. Ambos grupos presentan porcentajes similares en las tres principales actividades (“Lectura”, “Ver televisión” y “Escuchar radio”). Lo más significativo aparece con respecto a la actividad “Navegar en Internet”, donde los usuarios/as de zonas rurales obtienen un 83,8% vs un 72,4% de usuarios/as urbanos.

Gráfico 2.27. Realización de actividades según localización geográfica.



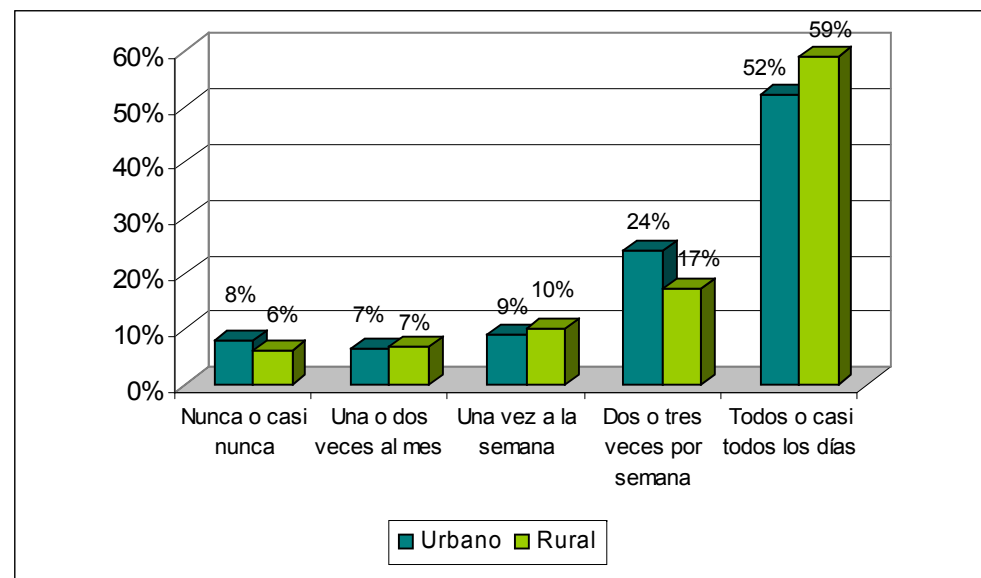
Ahora bien, con respecto a la frecuencia se advierte en el gráfico n.2.28 que en todas las actividades que son mencionadas preferentemente la alternativa “Todos o casi todos los días”, es superior en el caso de los/las usuarios/as encuestados/as de zonas rurales. Así, por ejemplo, en el caso la actividad “Ver televisión” la distancia es de casi 10 puntos porcentuales.

Gráfico 2.28. Realización de actividades “Todos o casi todos los días” según localización geográfica.



Respecto a los porcentajes en frecuencia de lectura los/as usuarios/as encuestados/as sectores rurales tienen porcentaje más alto en comparación con los/as usuarios/as encuestados/as de zonas urbanas. Sin embargo esta diferencia se equipara en la opción “Dos o tres veces por semana”, presentando porcentajes similares en el resto de las opciones.

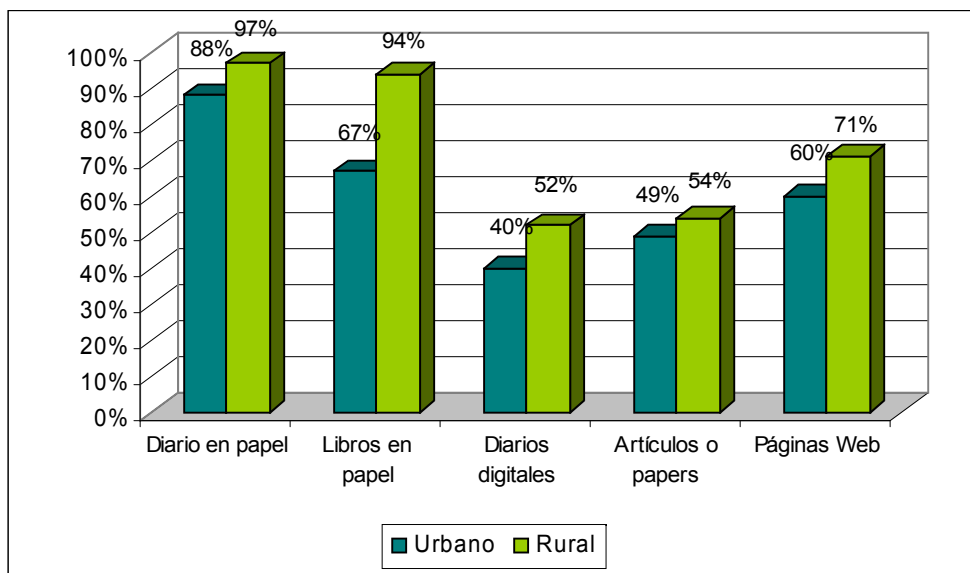
Gráfico 2.29. Frecuencia de lectura según localización geográfica.



b) Formatos y temas de lectura

Al revisar los formatos de lectura y la frecuencia de estos en ambos grupos, una de las diferencias en formatos de lectura de los/as usuarios/as encuestados/as, se encuentra en “Diario o periódico en papel”, donde el porcentaje de lectura en zonas rurales (97,3%) supera por 8,5% a la lectura en este formato en zonas urbanas. Respecto a la lectura de “Libros en papel” igualmente el porcentaje es mayor en zonas rurales (94,4%) que urbanas (86,7%), ésta tendencia se repite en los formatos: “Diarios digitales” (52,3% vs 39,8%) y “Páginas Web” (71,2% vs 60,2%).

Gráfico 2.30. Lectura por formato según localización geográfica.



Las frecuencias muestran diferencias en la lectura de “Diarios digitales” y “Revistas digitales”, en ambos casos la opción de frecuencia de lectura “Todos o casi todos los días” es superior en los casos rurales.

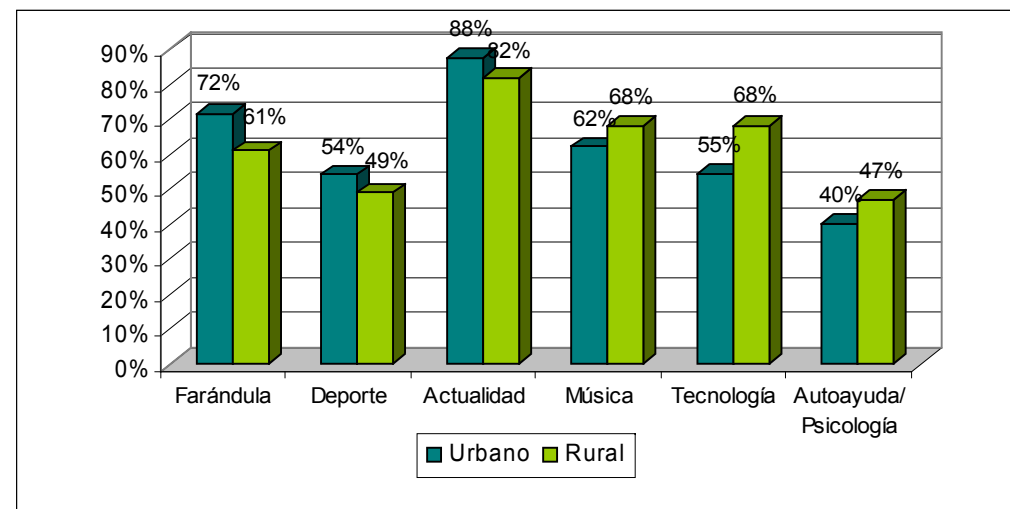
Tabla 2.2. Frecuencia de Lectura: “Todos o casi todos los días” según localización geográfica.

	Rural	Urbano

Diarios Digitales	39,7%	20,5%
Revistas Digitales	17,2%	7,1%

Esta relación se invierte en los formatos: “Libros digitales” (46,6% vs 33,6%), “Artículos o Papers” (59,4% vs 45%) y “Páginas Web” (89% vs 79,8%), considerando como “Alta frecuencia” la lectura en estos formatos al menos una vez a la semana, ya que los porcentajes de frecuencia son más altos en sectores urbanos.

Gráfico 2.31. Lectura por tema según localización geográfica.



En las tres primeras temáticas, los porcentajes son superiores para los usuarios/as encuestados/as de zonas urbanas: “Farándula”, “Deporte” y “Actualidad”. En tanto las zonas rurales obtiene cifras superiores en la lectura de temas como: “Música”, “Tecnología” y “Autoayuda/Psicología”.

Respecto al formato en que se leen éstas áreas temáticas, hay una particularidad que se repiten en: “Farándula”, “Deporte”, “Tecnología” y “Actualidad”, los/as usuarios/as encuestados/as de zonas urbanas obtienen porcentajes más altos que los usuarios/as encuestados/as de zonas rurales. Por su parte los/as usuarios/as de sectores rurales destacan en el porcentaje superior que obtienen de

lectura, en los temas señalados anteriormente, en formato de “Revista en papel” y en el tema de “Actualidad” en “Páginas Web”. El gráfico 2.32 sirve para evidenciar las diferencias de lectura por formato y tema:

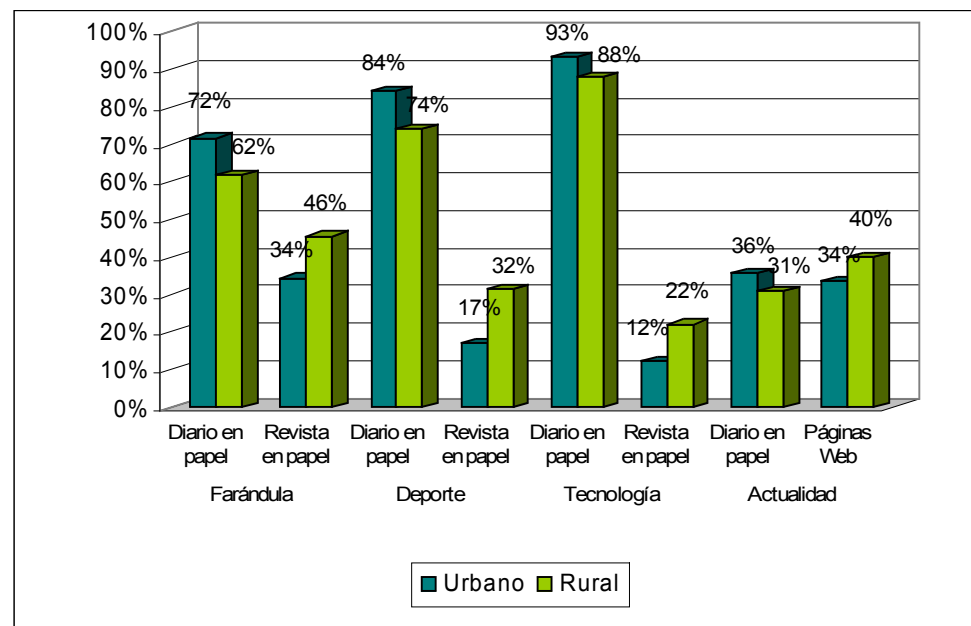


Gráfico 2.32. Lectura por temas y formato según localización geográfica.

Respecto a los demás temas y los correspondientes formatos en que son preferentemente leídos, no hay mayores diferencias, de lo planteado en la descripción general.

En cuanto a los tema específicos de lectura si bien los porcentajes no presentan diferencias porcentuales significativas, sólo el tema “Tecnología” marca una diferencia importante, donde la zona rural supera a la zona urbana (67,6% vs 54,6%).

Respecto a los formatos en que se leen los diferentes temas específicos de lectura, se observa que la zona urbana supera porcentualmente a la rural en el formato “Diario y periódico en papel”, en la lectura de “Comics” (26,5% vs 18,9%) y “Espectáculo” (71,6% vs 61,8%). Por su parte los/as usuarios/as encuestados/as de zonas rurales obtienen porcentajes superiores de lectura en formato “Libro en papel” en temáticas como “Manualidades” (37,7% vs 26,9%) y “Salud y Educación Sexual”

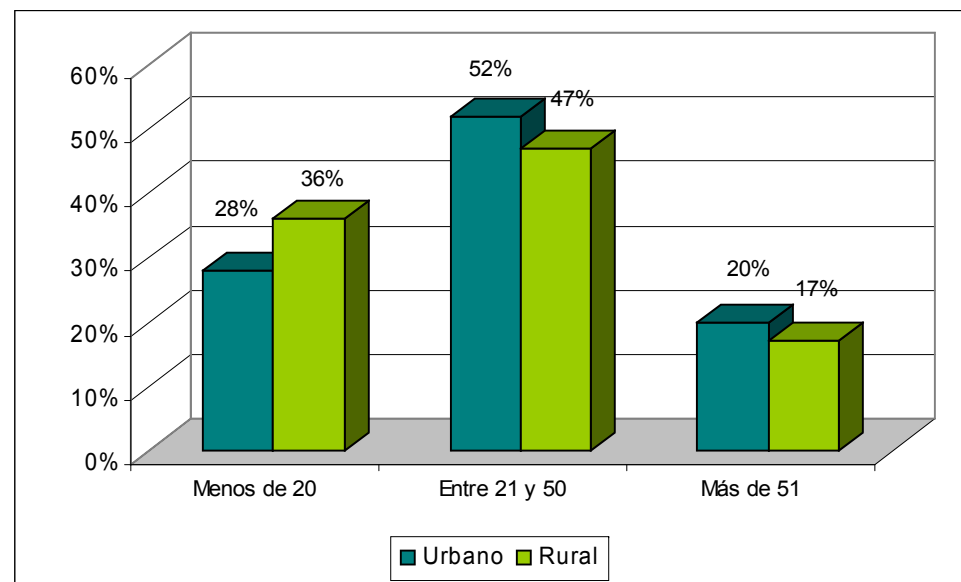
(67,5% vs 43,3%), supera igualmente en porcentaje la zona rural a la urbana en “Revistas en papel”, para los temas de “Espectáculo” (45,5% vs 34,3%) y “Deporte” (31,5% vs 17%), así como también en el formato “Páginas Web” para los temas “Salud y Educación Sexual” (26,3% vs 16,4%) y “Actualidad y Noticias” (22% vs 12,3%). La última diferencia a favor de usuarios/as encuestados/as de zonas rurales, se encuentra en la lectura de moda “Diarios de Papel” (33% vs 20,3%)

c) Acceso a libros en el hogar

Al preguntar por la principal procedencia de los libros que se leen, ambos contestan mayoritariamente que son suyos. No obstante existe una diferencia significativa, los/as usuarios/as encuestados/as de zonas rurales obtienen un porcentaje mayor de libros que son de la biblioteca pública (32,4% vs 25,5%).

Con respecto a la posesión de libros en el hogar, el gráfico 2.32 muestra que los porcentajes de los sectores rurales son superiores sólo en la categoría que incluye menor cantidad de libros en el hogar: “Menos de 20”, en tanto los/as usuarios/as encuestados/as de zonas urbanas obtienen porcentajes superiores en las otras dos categorías, es decir que un 72% posee más de 21 libros en su hogar vs un 64% (rural).

Gráfico 2.32. Cantidad de Libros en el hogar según localización geográfica.



d) Lugares de lectura

Los lugares de lectura preferidos por usuarios/as encuestados/as urbanos y rurales, son el “Dormitorio” y el “Living”. Sin embargo el porcentaje en el primer lugar es superior en el caso de los usuarios/as rurales (65,8% vs 57,7%), mientras que en el segundo lugar el porcentaje es superior en los usuarios/as urbanos (19,9% vs 13,5%).

También hay lugares no escogidos por ninguno de los encuestados/as de zonas rurales, como: “Lugares de espera” y “Cibercafés”. En tanto la lectura en “Transporte” es inferior a un 1%, en tanto en zonas urbanas alcanza un 5,6%.

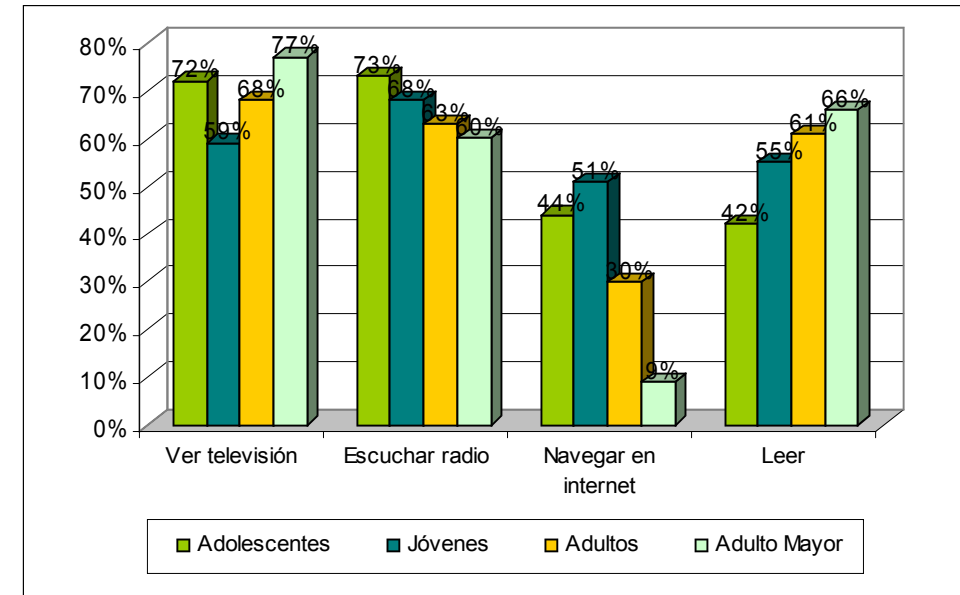
2.2.4 Rango etéreo

a) La lectura y el uso del tiempo libre.

El gráfico n. 2.33 muestra la distribución por rango etáreo de realización de actividades en el tiempo libre. “Escuchar radio” muestra una tendencia, y es que a mayor edad, menores niveles de escucha “Todos o casi todos los días”. Respecto a la lectura, la tendencia es inversa, ya que se observa que a mayor edad, mayores son los niveles de lectura “Todos o casi todos los días”.

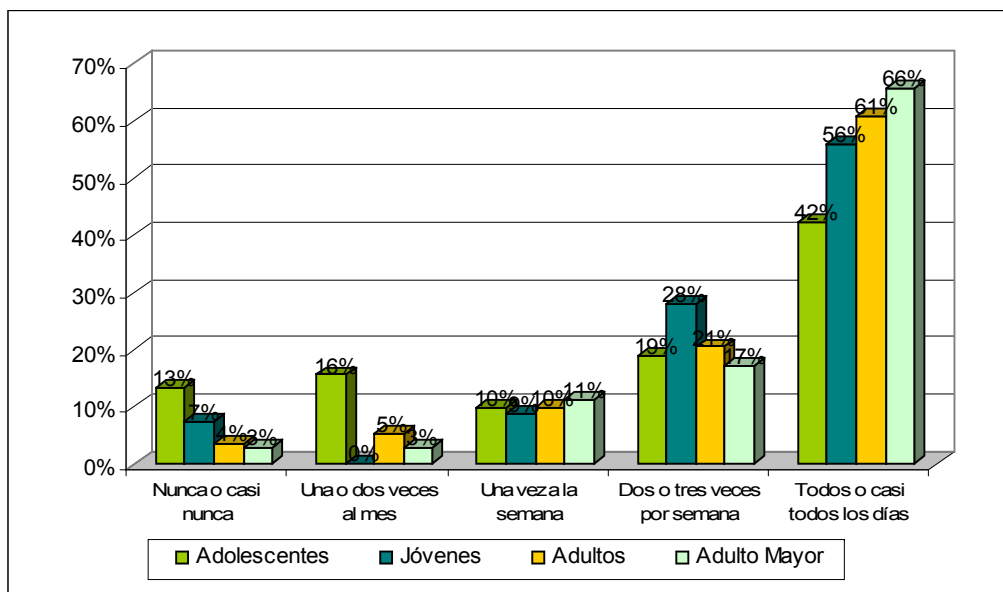
En la actividad “Navegar en Internet” queda en evidencia la poca participación por parte de los adultos mayores, alcanzando sólo un 9% en la realización “Todos o casi todos los días”.

Gráfico 2.33. Realización de actividades “Todos o casi todos los días” según rango etáreo



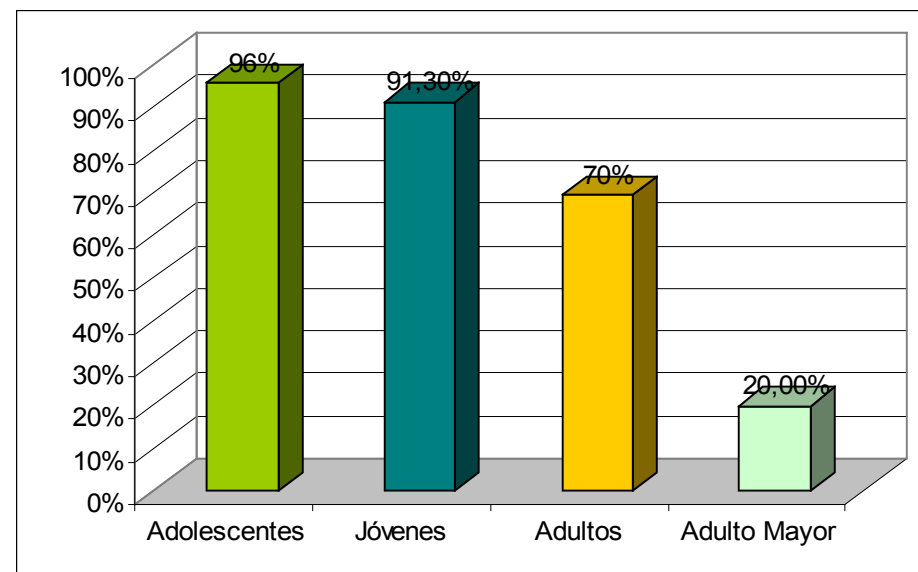
La frecuencia con que se lee marca diferentes en razón del rango etáreo. Mientras los adultos mayores señalan en un 66% que leen “Todos los días” mientras que en el otro extremo solamente un 44% de adolescentes concuerdan con esta frecuencia.

Gráfico 2.34. Frecuencia de lectura según rango etáreo.



Por el contrario, mientras que un 96% de adolescentes indicaron hacer uso de Internet entre los adultos mayores este porcentaje no llega al 20%.

Gráfico 2.35. Usuarios/as que "Navegan por Internet" según rango etéreo



b) Formatos y temas de lectura

Las preguntas sobre formatos de lectura da cuenta que los adultos mayores, son los que mayor porcentaje obtienen de lectura en "Diarios en papel" (97,1%), con una alta frecuencia. La lectura de "Libros en papel" muestra que no hay diferencia porcentual en la realización de esta actividad. Sin embargo al preguntar por la frecuencia se ve una tendencia: a mayor edad, mayor frecuencia de lectura, como muestra la tabla n.2.3

Tabla n.2.3 Alta frecuencia de lectura de "Libros en papel" según rango etéreo⁸.

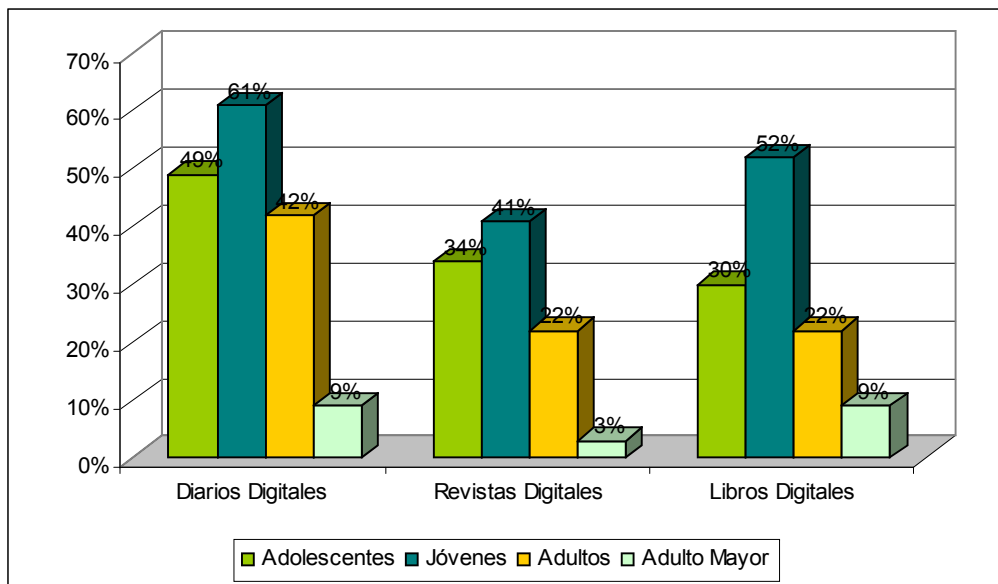
Adolescentes	Jóvenes	Adultos	Adultos Mayor
48,9%	55%	60,8%	60%

Al comparar por formatos de lectura entre los/as encuestados/as, las mayores diferencias se dan en aquellos presentados en formato digital, donde los/as

⁸ Al menos una vez por semana

usuarios/as jóvenes son quienes muestran porcentajes de uso más alto, mientras los/as adultos/as mayores, los porcentajes más bajos.

Gráfico 2.36. Lectura en formato digital según rango etéreo



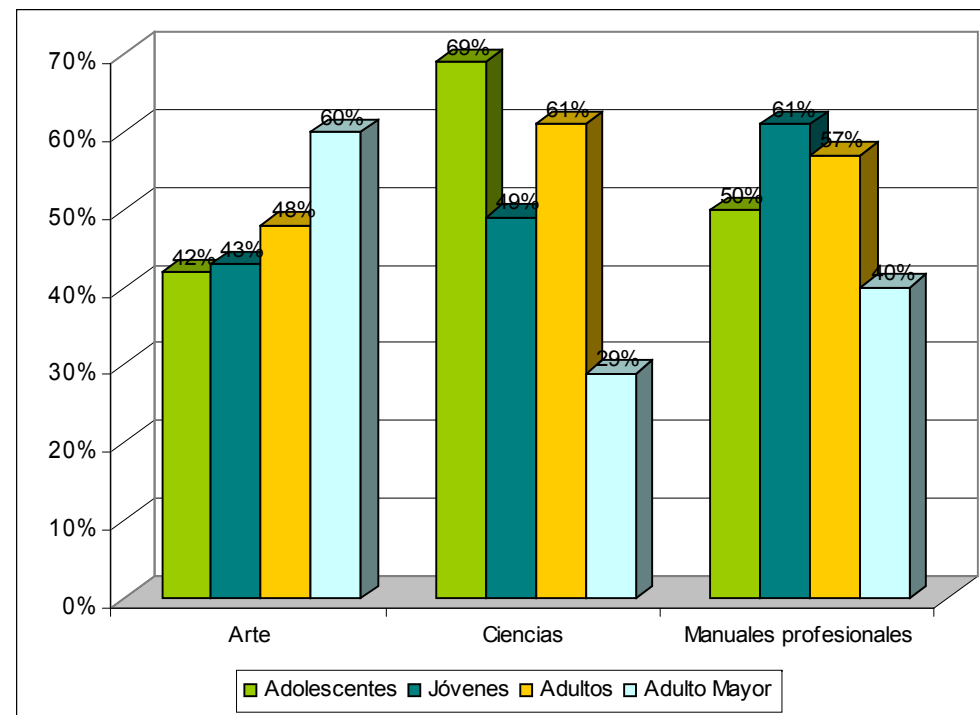
Esta tendencia se repite en la revisión de “Fotologs o Blogs” y “Páginas web” donde son los adolescentes quienes obtienen los porcentajes más altos, y los adultos mayores mantienen bajos porcentajes. (79,9% vs 2,9% y 83,3% vs 14,3%, respectivamente)

La distribución de las áreas temáticas que mayores diferencias presentan en sus porcentajes son: “Literatura narrativa” donde los adultos mayores sobrepasan la media obteniendo un 80%, mientras que el resto bordea el 75%. En “Literatura dramática”, los/las jóvenes obtienen un 55,1% mientras el resto promedia un 51%. En áreas como la “Historia, Filosofía y Ciencias Sociales” son los adultos quienes obtienen un 75% y el resto de los grupos etéreos se ubica entre un 63% y un 67%.

En cuanto a la lectura de “Arte” los adultos mayores obtienen un 60%, porcentaje que va decayendo a medida que los grupos etéreos se hacen menores,

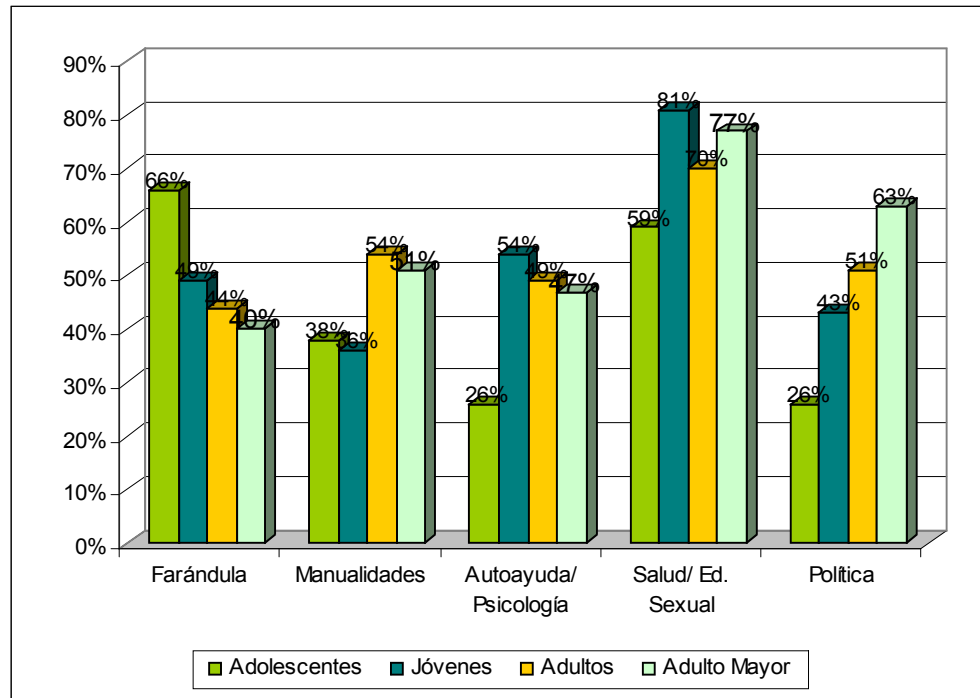
llegando a un 42,2% en los adolescentes. Respecto a la lectura de “Ciencias” son los adolescentes con un 68,9% los que superan al resto de los grupos, en cuanto a la lectura de “Manuales profesionales” destacan los/las jóvenes por sobre los otros grupos con un 60,9%.

Gráfico 2.37. Lectura por temática según rango etéreo



El gráfico 2.38 señala algunas tendencias en las preferencias temáticas por rango etéreo en algunos de los contenidos de lectura por los que se preguntó, de los cuales destacan los adolescentes en su nivel de lectura de “Farándula”, los/las jóvenes en los temas de “Salud/ Educación Sexual” y “Autoayuda/ Psicología” y los adultos mayores en la lectura de “Política” y “Manualidades”.

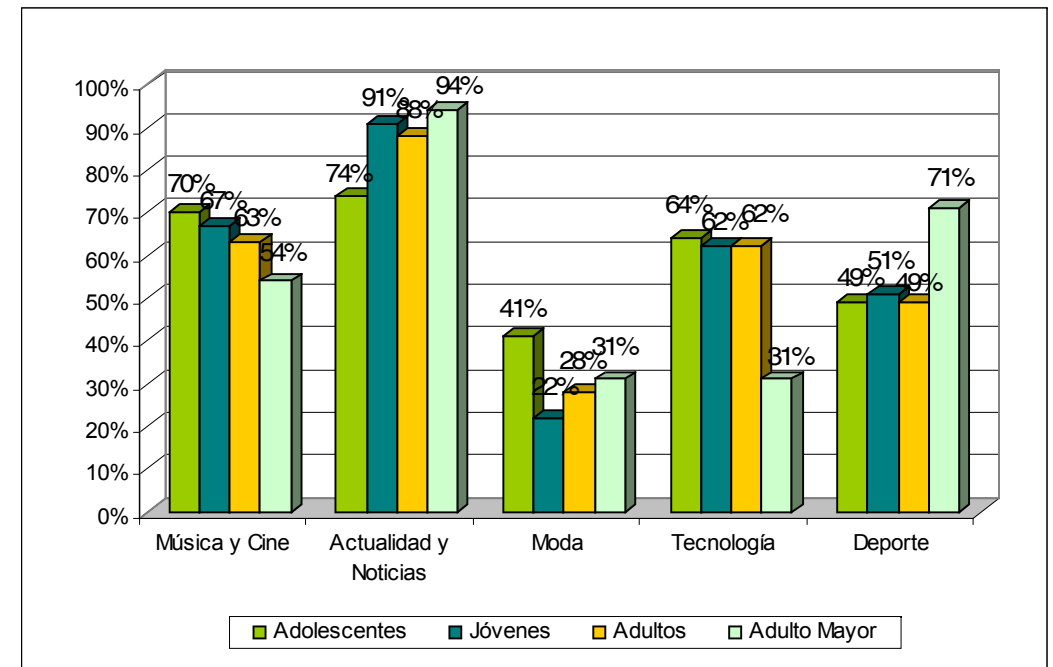
Gráfico 2.38. Lectura por tema según rango etéreo



En el resto de las temáticas destacan los adolescentes en la lectura de “Música y Cine”, Si bien obtienen un porcentaje relativamente similar a los/las jóvenes y adultos (entre 68,9% y 63,4%), se aleja evidentemente de los adultos mayores (51,4%). Lo mismo ocurre en el caso de la lectura de “Tecnología” que muestra porcentajes similares entre los tres primeros grupos etéreos, en tanto los

adultos mayores se quedan, evidentemente atrás. También destaca en los/las jóvenes la lectura de “Moda”. Por su parte los adultos mayores obtienen los porcentajes más altos, en comparación con el resto de los grupos en temas como: “Actualidad y Noticias” y “Deporte”.

Gráfico 2.39. Lectura por tema según rango etéreo



La lectura de farándula se da principalmente en el grupo de adolescentes (65,6%) porcentaje que va disminuyendo a medida que los grupos van aumentando en edad, finalizando con un 40% en los adultos mayores, se repite este comportamiento en la lectura de temas como “Música y Cine” (68,9% adolescentes y 51,4% adultos mayores), la lectura de “Tecnología” igualmente es muy superior porcentualmente en los grupos más jóvenes en comparación con los adultos mayores. En este caso los tres primeros grupos etéreos se ubican cercanos a un 63%, mientras los mayores obtienen un 31,4%, en tanto la lectura de “Deporte”

igualmente da cuenta de una superioridad porcentual de los/las jóvenes en relación con los otros tres grupos que se ubican cercanos al 49%.

Esta tendencia se revierte en la temática “Manualidades” donde los adultos mayores obtienen un 57,5% y los adolescentes un 37,8%. También en “Política” (adultos mayores 62,9% vs adolescentes 25,6%). Finalmente en “Actualidad” los adultos mayores (94,3%) superan por 20,1 puntos porcentuales a los adolescentes (74,4%).

c) Acceso a libros en el hogar

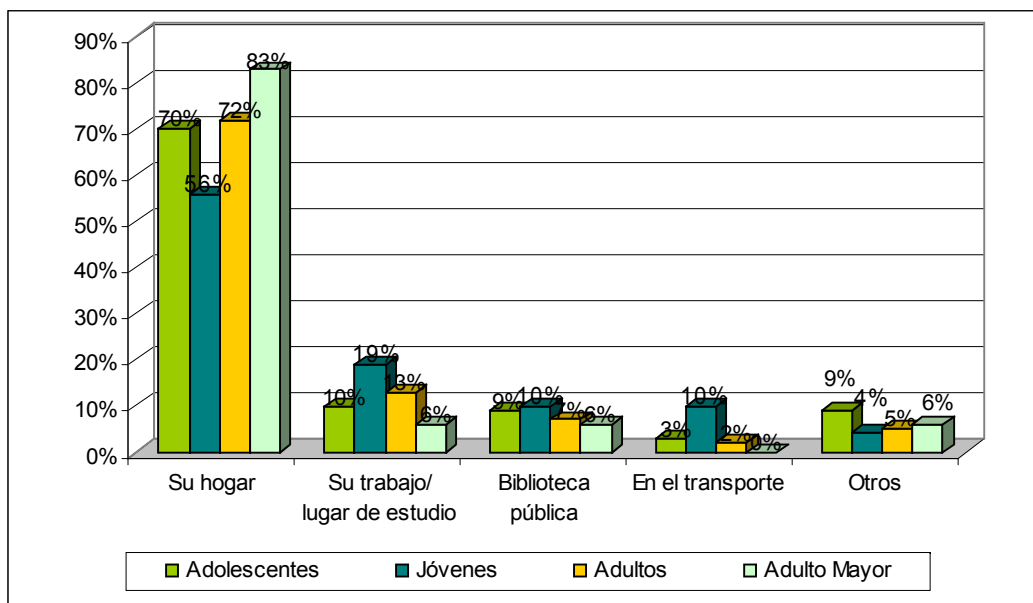
En los resultados referentes a la procedencia de los libros que lee, los porcentajes más altos en la categoría “Suyos o de familiares que viven en su hogar” son los adultos mayores (65,7%), seguidos por los adolescentes (50%), adultos (49,1%) y jóvenes (31,9%); el segundo porcentaje más alto de los/las jóvenes respecto a la procedencia de los libros que lee es “De la Biblioteca Pública”.

Al preguntar por “Cuántos libros hay en el hogar” los porcentajes son similares sobre los 51 libros (alrededor de un 39% entre jóvenes, adultos y adultos mayores, en tanto los adolescentes obtienen un 33,5%)

d) Lugares de lectura

Si bien la mayoría lee en su hogar, destacan los adultos mayores quienes obtienen un 82,9%, y observando el porcentaje en el resto de lugares no se ve una preferencia clara por otro. Los/las jóvenes quienes obtienen el porcentaje más bajo de lectura en el hogar (56,5%) en comparación con el resto de los grupos, y utilizan otros lugares como “Su lugar de estudio” (18,8%) “Biblioteca Pública” (10,1%) y “Transporte” (10,1%), no así los otros grupos, que presentan bajos porcentajes en el resto de lugares para leer.

Gráfico 2.40. Lugares de lectura según rango etéreo



Por último respecto a los lugares de lectura dentro de la casa, llama la atención que los tres grupos más jóvenes mencionan al dormitorio como el lugar escogido para leer, en tanto los adultos mayores obtienen el porcentaje inferior (48,2%) ocupando otros lugares como el living. Finalmente respecto al grado de acuerdo con la frase “En mi hogar hay muchos libros”, a menor edad mayor acuerdo con la frase.

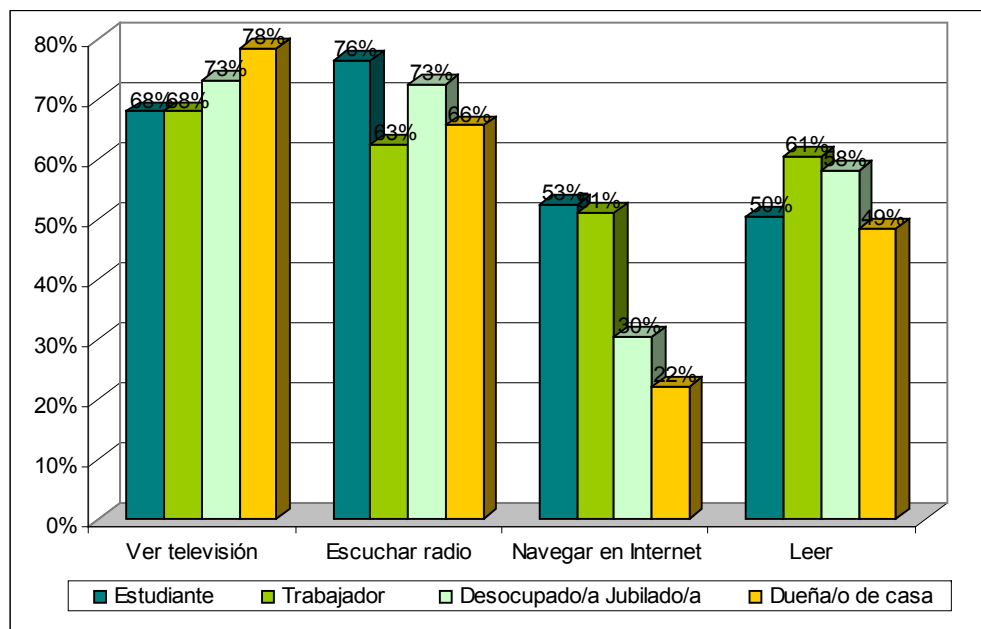
2.2.5 Ocupación

a) La lectura y el uso del tiempo libre.

Las dueñas/os de casa son las que manifiestan en mayor porcentaje “Ver la televisión” y el más bajo en lectura. Por su parte, los/as trabajadores tienen el porcentaje más bajo en “Ver televisión” y el más alto en “Leer”. También se invierte

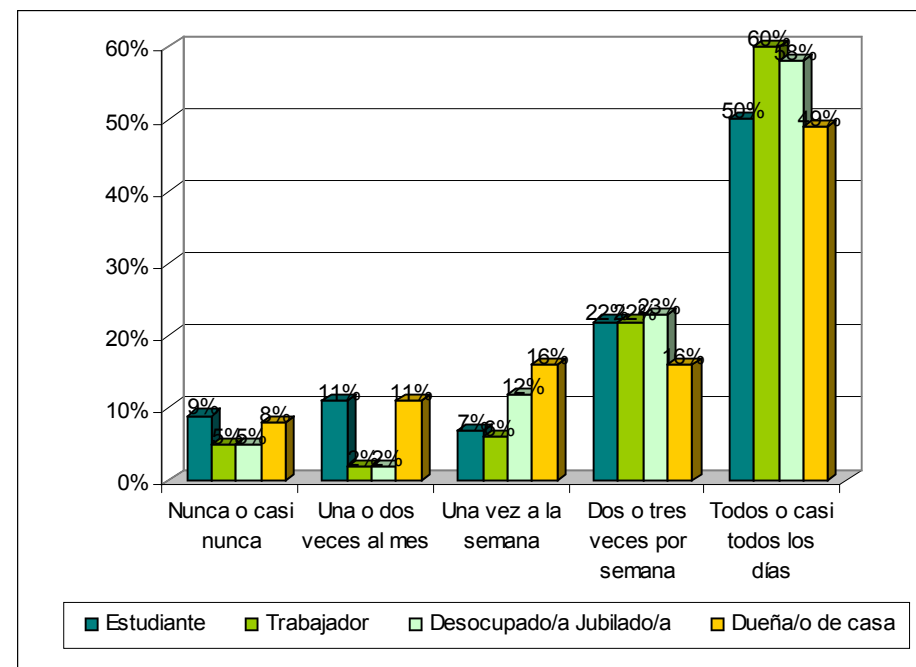
la relación entre éstos y los estudiantes con relación a “Escuchar radio”, donde estos últimos obtienen el porcentaje más alto y los/as trabajadores el más bajo. Por el contrario, en la categoría de lectura los estudiantes son el segundo porcentaje más bajo y los/as trabajadores el más alto. Destaca la posición que ocupan los/as trabajadores, en cuanto a su alta frecuencia de lectura, así como también en el uso de Internet.

Gráfico 2.41. Realización de actividades “Todos o casi todos los días según ocupación días”



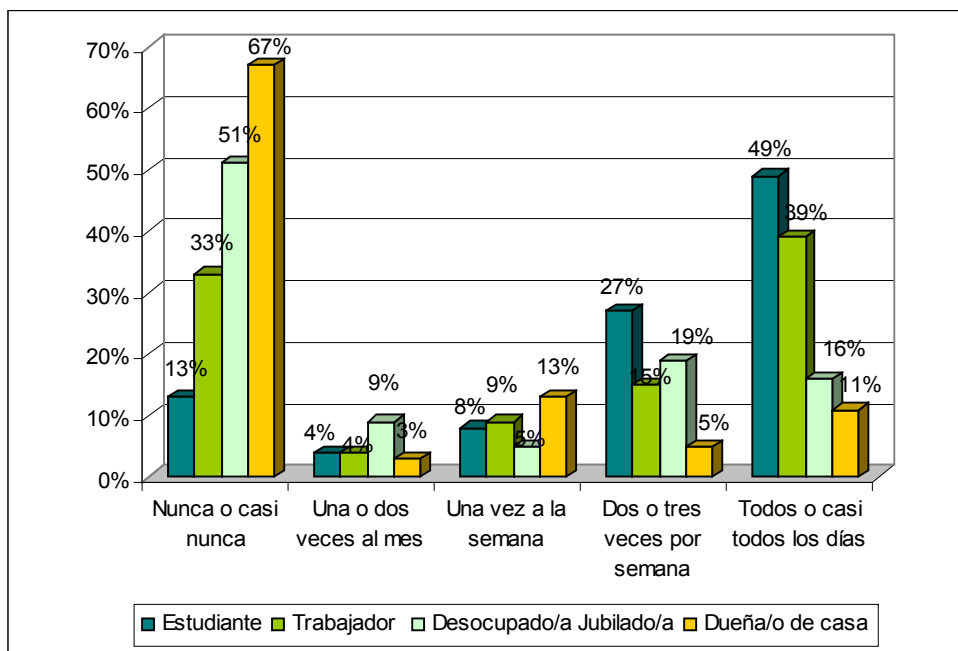
Al profundizar en los datos sobre los hábitos de lectura según ocupación, el gráfico 2.42 muestra que en las frecuencias más bajas de lectura son los estudiantes y las dueñas/os de casa los grupos que destacan. Por su parte los/as trabajadores y los/as desocupados/as o jubilados/as, son quienes leen con mayor frecuencia.

Gráfico 2.42. Frecuencia de lectura según ocupación.



Los/as dueñas/os de casa son quienes usan con menor frecuencia Internet, mientras que los estudiantes, por el contrario, son el grupo que destaca por la alta frecuencia de su uso. El segundo grupo con mayor frecuencia de uso de Internet son los trabajadores y el tercero los desocupados/as y jubilados/as

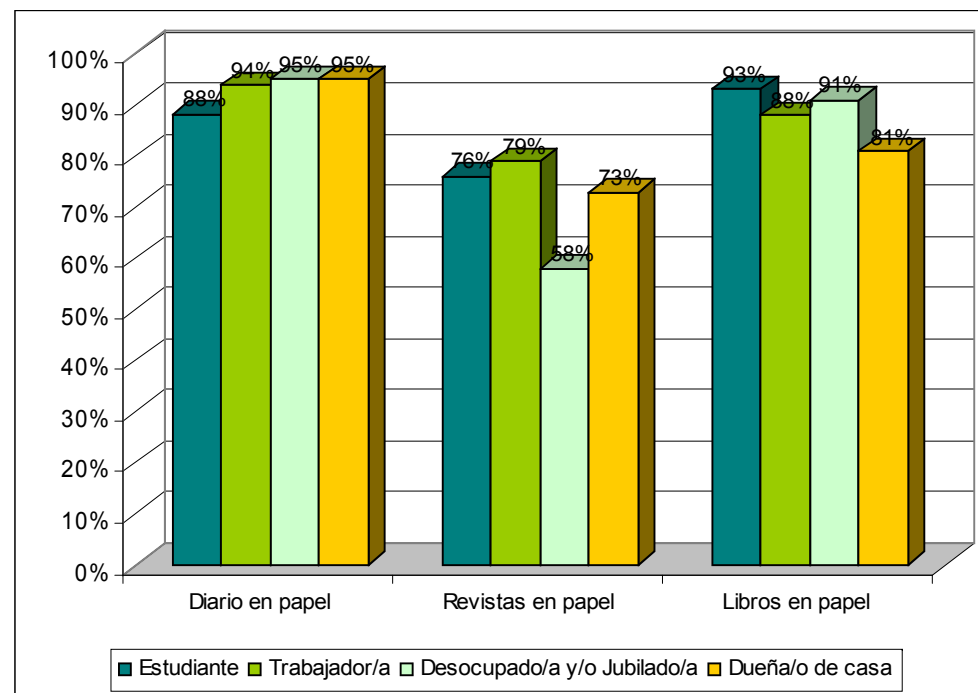
Gráfico 2.43. Frecuencia de uso de Internet según ocupación



b) Formatos y temas de lectura

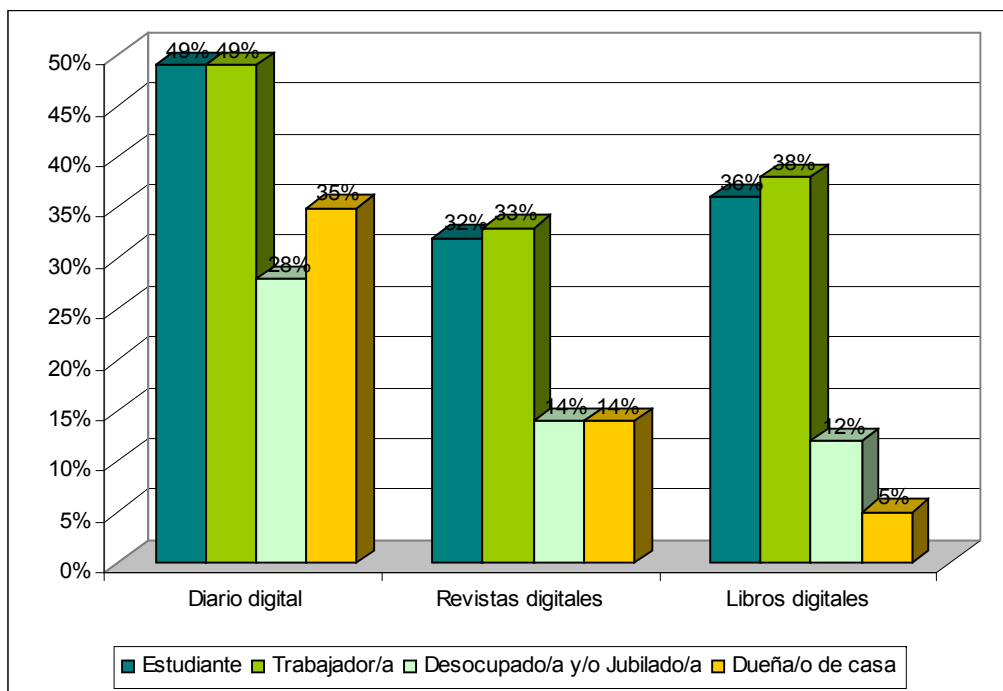
El formato más leído en papel es “Diario o periódico en papel”, excepto en el grupo de estudiantes, que lee principalmente “Libros en papel”, segunda mayoría en los tres grupos restantes. Son las “Revistas en papel” las menos leídas, dentro de estos tres formatos, especialmente por desocupados/as y jubilados/as.

Gráfico 2.44. Lectura por formato en papel según ocupación



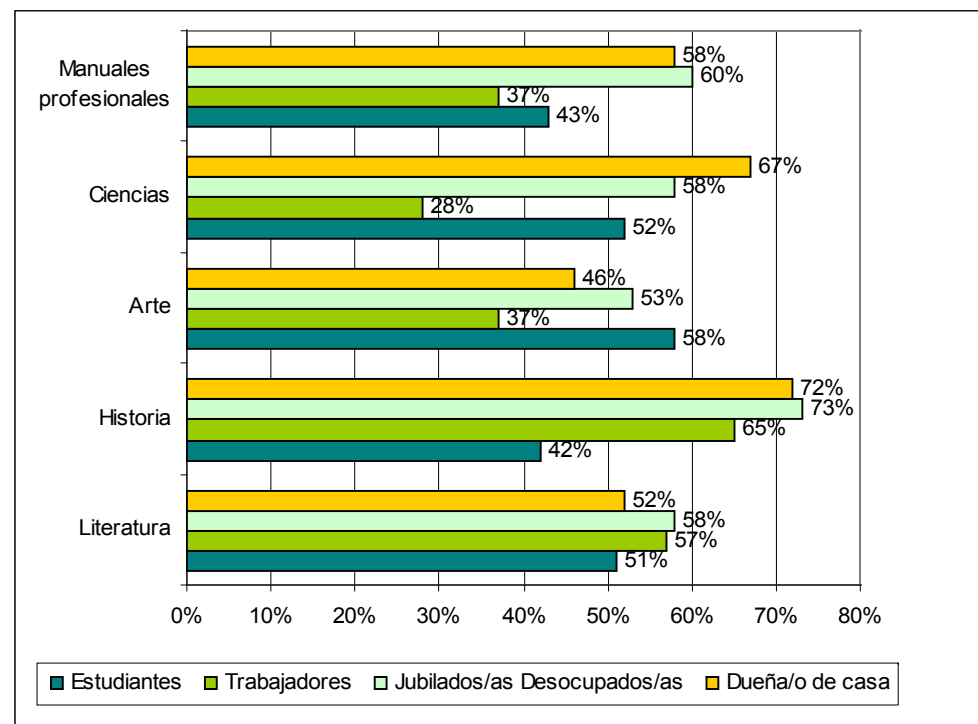
Los resultados reflejan que claramente hay una diferencia en cuanto a la lectura en formato digital. Por un lado se destacan, tal y como muestra el gráfico 2.45., estudiantes y trabajadores por un lado, y desocupados/as, jubilados/as y dueñas/os de casa por otro. El primer grupo presenta porcentajes muy superiores al segundo, en los tres formatos digitales. Esta tendencia se repite en la lectura de “Papers” o artículos, “Fotologs” y “Blogs”, y “Páginas web”.

Gráfico 2.45. Lectura en formato digital según ocupación



La lectura por tema presentada en el gráfico 2.46. da cuenta que los porcentajes más altos de lectura los obtienen los trabajadores en todos los temas menos en “Ciencias”, donde son superados por el grupo de los estudiantes. En el otro extremo se encuentran los/as desocupados/as y jubilados/as que obtienen los porcentajes más bajos de lectura en todos los temas presentados excepto en “Historia, filosofía y Ciencia sociales”.

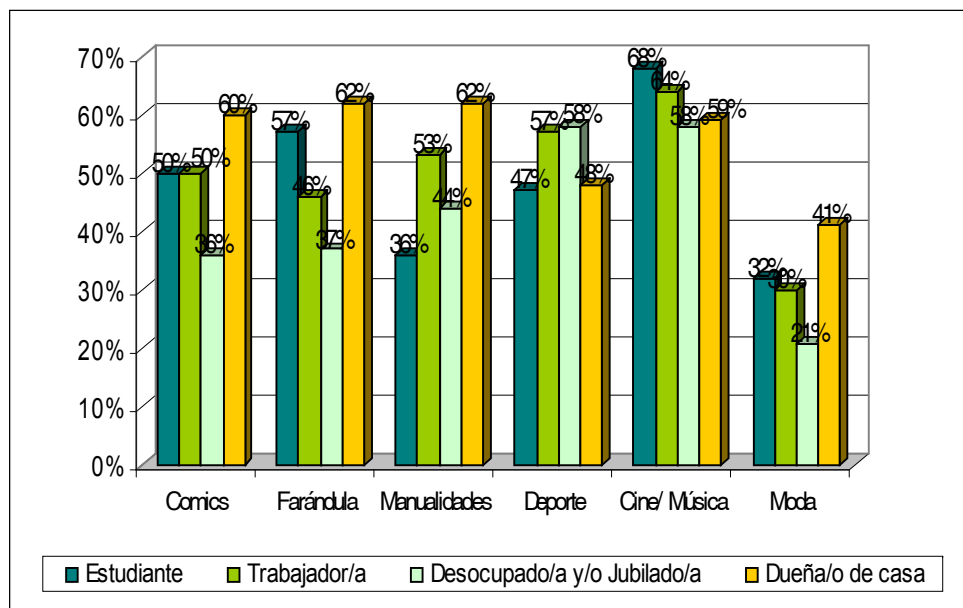
Gráfico 2.46. Lectura por tema según ocupación



Con respecto a los temas específicos de lectura, tal y como se muestra en el gráfico 2.47 el grupo de dueñas/os de casa destaca en la lectura de “Manualidades”, “Moda” y “Farándula”. Los/as desocupados/as y jubilados/as destacan principalmente en la lectura de “Deporte” junto al grupo de trabajadores, que a su vez destaca en la lectura de “Comics”, “Manualidades” y “Cine y Música” obteniendo los segundos porcentajes más altos de los grupos.

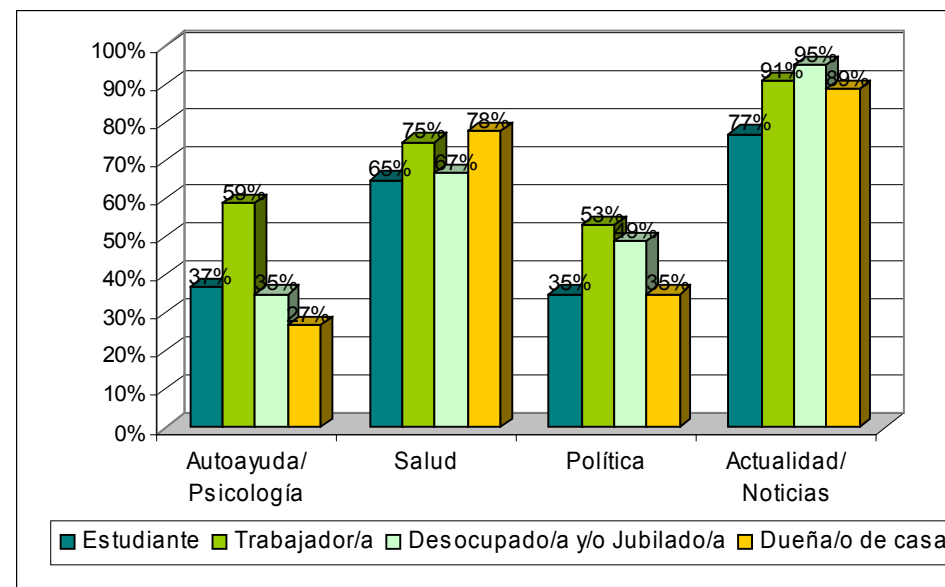
Los estudiantes leen preferentemente sobre “Cine/ Música” donde obtienen el porcentaje más alto (69%), también en “Farándula” y “Moda” con la segunda mayoría.

Gráfico 2.47. Lectura por tema según ocupación



El resto de los temas muestra a los/as trabajadores, como los con mayor porcentaje de lectura de temas relacionados la “Autoayuda y la Psicología” (50%) y la “Política” (52%), en tanto las dueñas/os de casa son las menos lectoras en la primera (27%) y segunda categoría, donde al igual que los estudiantes obtienen sólo un 35%. No así en temas de salud donde obtienen un 79%, destacando sobre el resto.

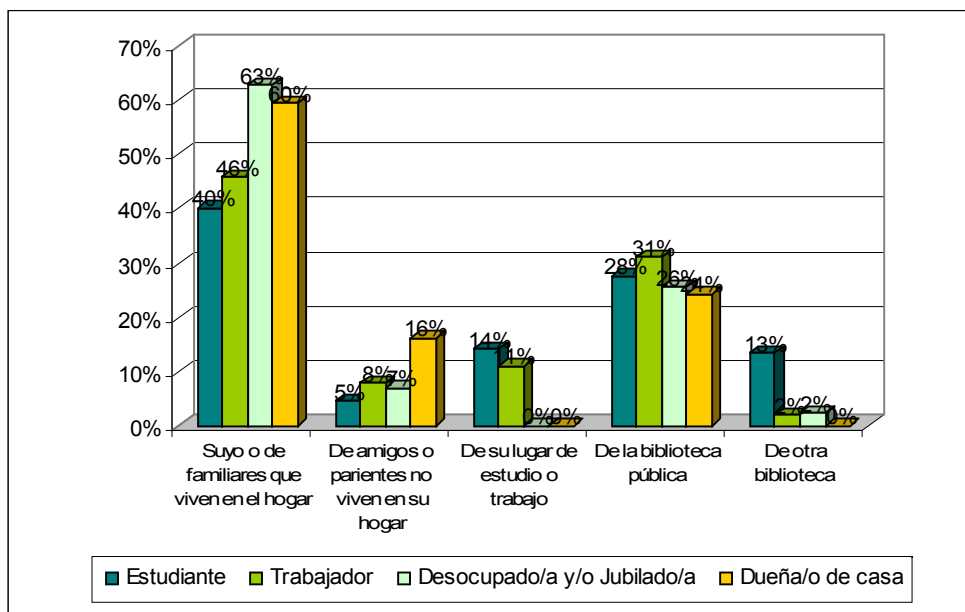
Gráfico 2.48. Lectura de temas según ocupación



c) Acceso a libros en el hogar

Respecto a la posesión de libros, los grupos que declaran mayoritariamente que los textos que leen son “Suyos o de familiares que viven en su hogar” son los desocupados/as y jubilados/as (62,8%) y las dueña/os de casa (59,5%). Los otros dos grupos si bien presentan el porcentaje más alto en la misma categoría (40,2% estudiante y 46% trabajador), distribuyen el resto de su porcentaje en “De la Biblioteca Pública” (27,6% y 31% respectivamente) y “De su lugar de estudio o trabajo” (14,2% y 11% respectivamente).

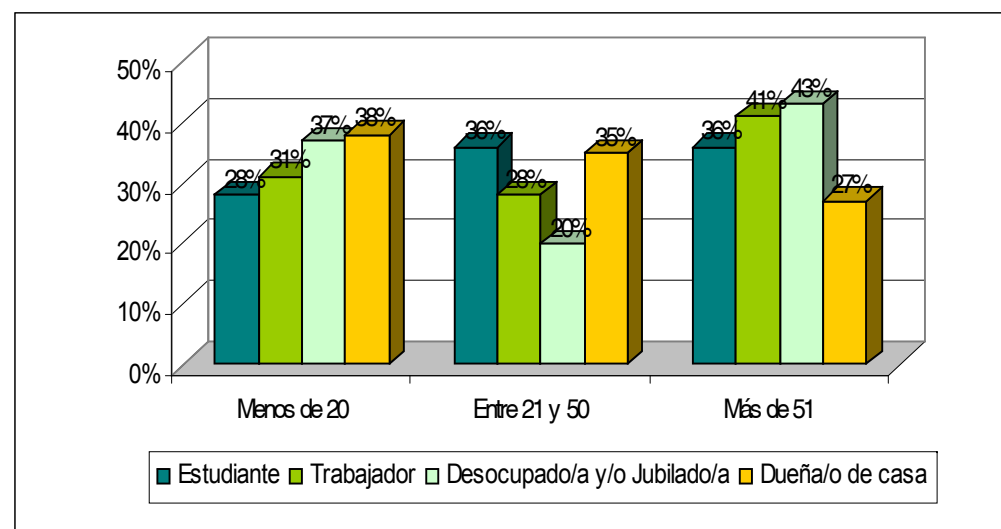
Gráfico 2.49. Principal lugar de lectura según ocupación.



De la cantidad de libros que hay en el hogar, las distinciones aparecen a medida que aumenta la cantidad de libros. Son los desocupados/as y jubilados/as (41,8%) y los/as trabajadores (41%) los que obtienen los porcentajes más altos en cuanto a tener más de 51 libros en el hogar. Un 27% de las dueñas de casa corresponde a esta última categoría, siendo el porcentaje más bajo.

Frente a la pregunta por el nivel de acuerdo con la siguiente frase “En mi casa hay muchos libros” quienes obtienen un porcentaje mayor de acuerdo con ella, son los estudiantes (71,7%), seguidos por los/as trabajadores (65%), dueñas/os de casa (64,9%) y finalmente los desocupados/as y jubilados/as (57,1%).

Gráfico 2.50. Cantidad de libros en el hogar según ocupación

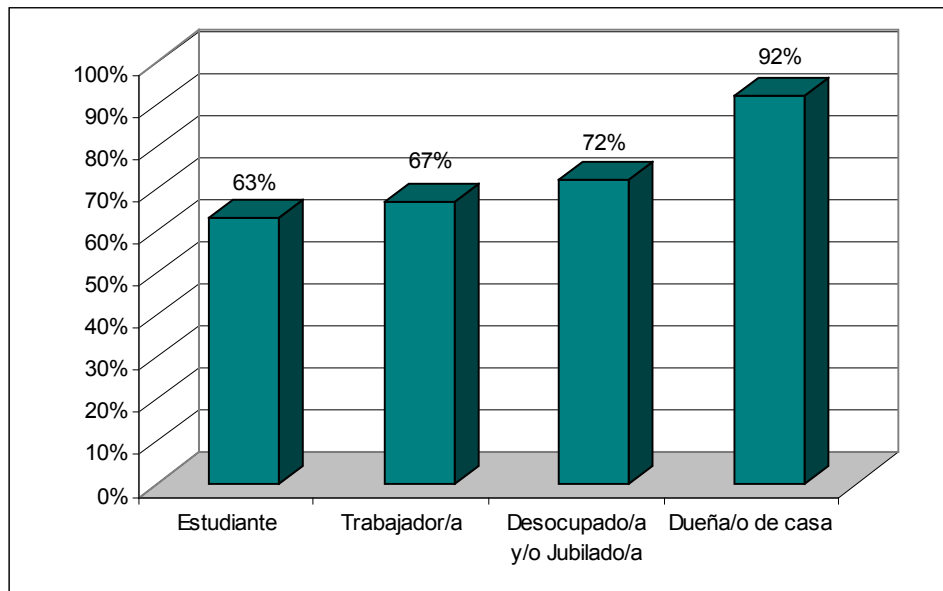


Los estudiantes, que son quienes presentan el porcentaje mayor de “Acuerdo” con la frase: “En mi hogar hay muchos libros”, son quienes obtienen los porcentajes más bajos en las opciones “Menos de 10 libros” y “Entre 10 y 20 libros”, tiene sentido entonces que tengan la percepción de que contar con más de 20 libros significa que en sus casas hay muchos.

d) Lugar de lectura

El principal lugar de lectura de los/as usuarios/as encuestados/as, como se ha mencionado con anterioridad, es el hogar. Al presentar este dato que promedia el 69% se ven diferencias porcentuales importantes, especialmente en las dueñas/os de casa, que con un 91,2% elevan el promedio, en tanto los estudiantes con un 63%, lo hacen bajar. Esta distancia de 28,9%, se puede atribuir a los lugares alternativos que consideran las dueñas/os de casa, ya que al observar el segundo porcentaje más alto de lugar de lectura, sólo un 5,4% lee en la “Biblioteca Pública”. De este dato puede presumirse que no hay diversidad en las posibilidades con que cuentan al momento de escoger un espacio donde leer.

Gráfico 2.51. Usuarios que lee principalmente en el hogar según ocupación

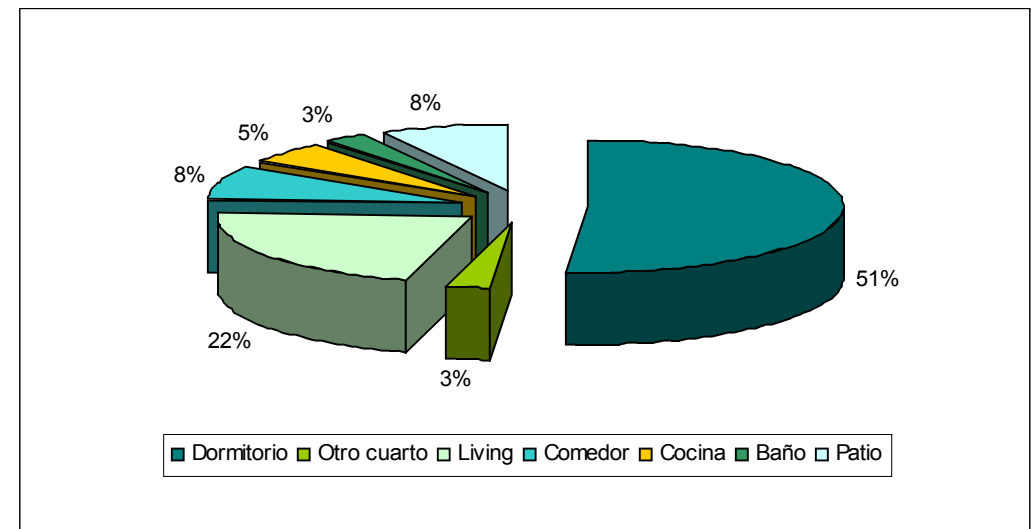


Por su parte los estudiantes y trabajadores distribuyen su porcentaje entre otros lugares, aparte del hogar. Principalmente se menciona el "Lugar de estudio o trabajo" (15,7% y 19,2%) y la "Biblioteca Pública" (7,9% y 6,1%). Un 16,3% de los/as desocupados/as y jubilados/as utiliza la "Biblioteca Pública" como lugar preferente de lectura, porcentaje importante considerando que el resto de las alternativas mencionadas no alcanza el 5%.

En cuanto al lugar de lectura al interior de la casa, el dormitorio es el lugar elegido mayoritariamente por todos los usuarios/as. Destacan los estudiantes con el porcentaje más alto (69,3%) y las dueñas/os de casa con el porcentaje más bajo (51,4%).

Los/as dueñas/os de casa utilizan, tal y como muestra el gráfico 2.53, diferentes espacios dentro de la casa para la lectura, destacan el dormitorio, living, comedor y patio.

Gráfico 2.52. Lugares de lectura dentro del hogar de usuarios dueñas/os de casa según ocupación



El resto de los grupos obtiene porcentajes muy menores en las otras categorías, y concentra sus preferencias en los lugares como el "Living" y el "Patio".

2.2.5 Ingreso

a) La lectura y el uso del tiempo libre.

Los/as usuarios/as encuestados/as correspondientes al grupo de ingresos C2 superan porcentualmente al resto de los grupos en “Ver televisión”, todos o casi todos los días, en tanto “Escuchar radio” muestra al grupo D como el que realiza esta actividad con mayor frecuencia que el resto. En este caso la diferencia con el grupo C2 es la más importante de todo el resto de las actividades presentadas. En las otras dos actividades restantes “Navegar en Internet” y “Leer” los porcentajes más bajos los tiene el grupo E.

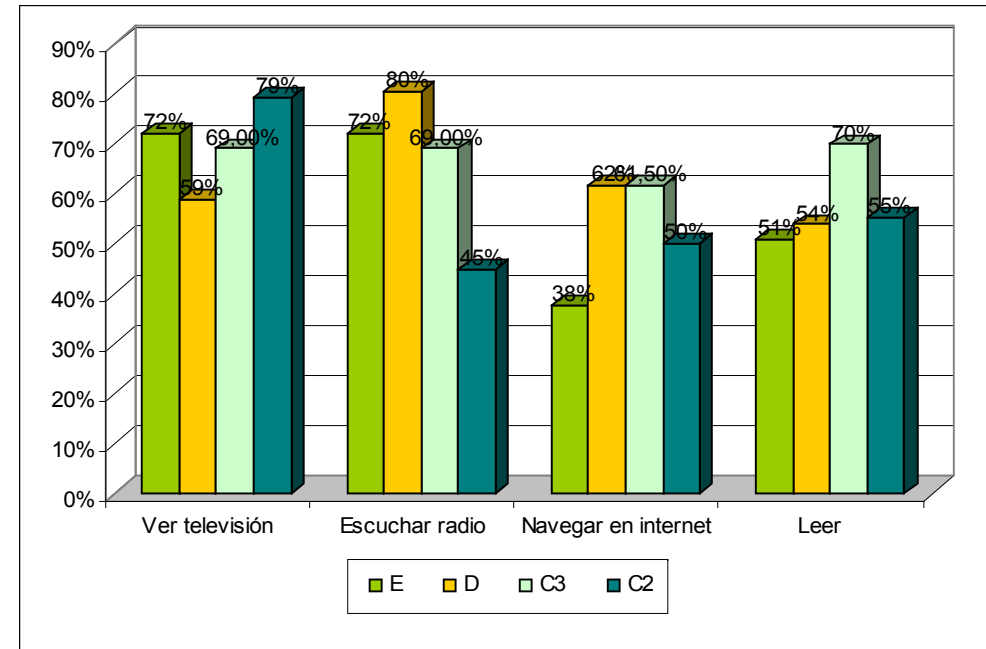
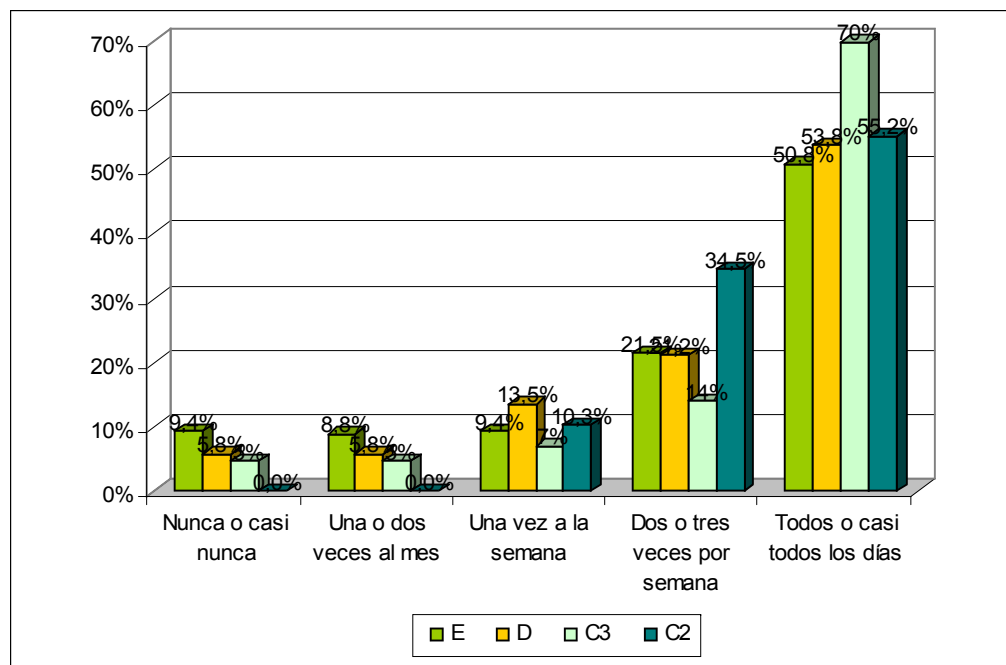


Gráfico 2.53. Realización de actividades “Todos o casi todos los días” según ingreso.

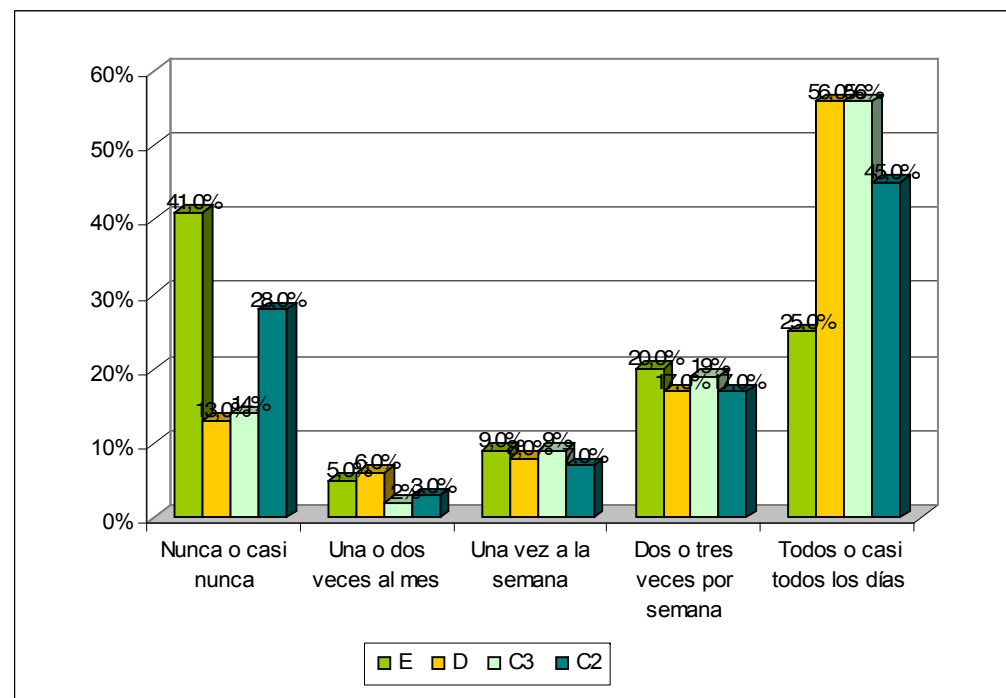
Al profundizar en las características particulares de lectura de cada uno de estos grupos, queda en evidencia que la frecuencia con que se realiza esta actividad varía según el nivel de ingresos que posea el usuario/a. En este caso, los porcentajes más altos de todos los grupos se concentran en las mayores frecuencias, sin embargo del total de usuarios/as encuestados/as pertenecientes al grupo C2, ninguno declaró leer con una frecuencia inferior a “Una vez por semana”, en tanto los usuarios/as encuestados que pertenecen al grupo E, que es el de menor ingreso familiar, obtienen los porcentajes más altos en las frecuencias más bajas de lectura.

Gráfico 2.54. Frecuencia de lectura según ingreso.



La actividad de “Navegar en Internet” igualmente presenta diferencias en la frecuencia de realización dependiendo del grupo en que se ubique el usuario. Los grupos E y C2 son los con menor frecuencia de realización de esta actividad, mientras el porcentaje entre los grupos D y C3 es muy similar.

Gráfico 2.55. Frecuencia de Navegar en Internet según ingreso.



b) Formatos y temas de lectura

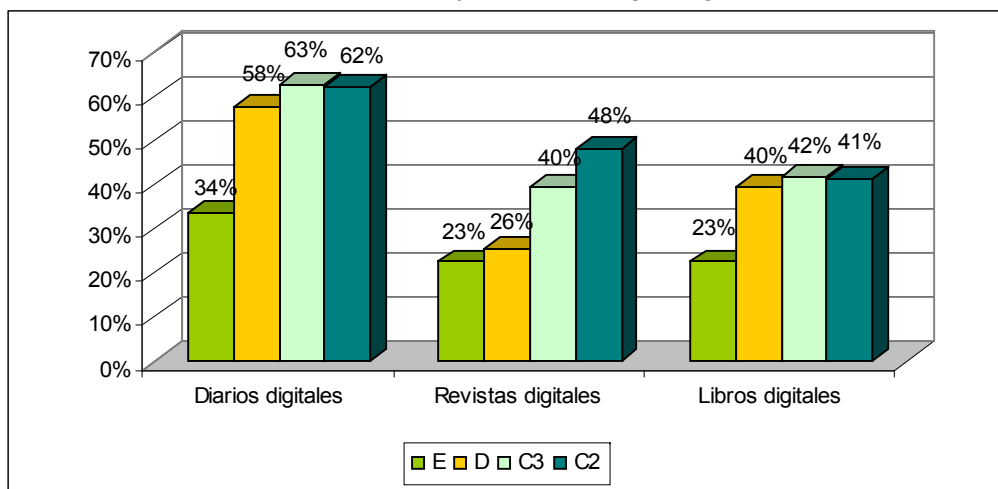
Al revisar los formatos en que los grupos leen, destacan los altos niveles de lectura frecuente del grupo C2 en diarios, revistas y libros en formato papel.

Tabla n 2.4 . Frecuencia de lectura por formato en papel según ingreso.

	E	D	C3	C2
Diarios en papel	61,9%	57,5%	69,8%	85,2%
Revistas en papel	42,4%	41,4%	30,3%	59,2%
Libros en papel	51%	56,8%	56,4%	61,6%

Respecto a las diferencias en lectura en formatos digitales, en el gráfico 2.57. , se observa que el grupo E, es el que obtiene los porcentajes más bajos en las tres opciones de formato digital, seguido por el grupo D. Los grupos C3 y C2 muestran los porcentajes más altos de lectura en estos formatos.

Gráfico 2.57. Lectura por formato según ingreso.

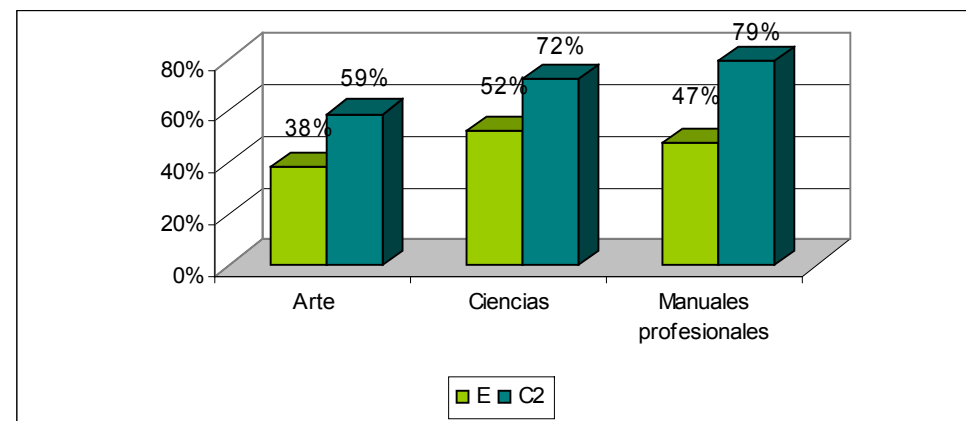


La frecuencia de las opciones presentadas es directamente proporcional al nivel de ingreso familiar de los/as usuarios/as encuestados/as, es decir, a mayor nivel de ingreso familiar, mayor frecuencia de lectura en estos formatos digitales.

Respecto al resto de formatos digitales, como “Fotologs o blogs”, y “Páginas web”, igualmente la tendencia es al mayor uso de éstos por parte de los grupos con mayor nivel de ingreso familiar.

En cuanto las áreas temáticas de lectura hay diferencia en temas específicos como “Arte” “Ciencias” y “Manuales Profesionales” , las cuales se observan en el gráfico 2.58

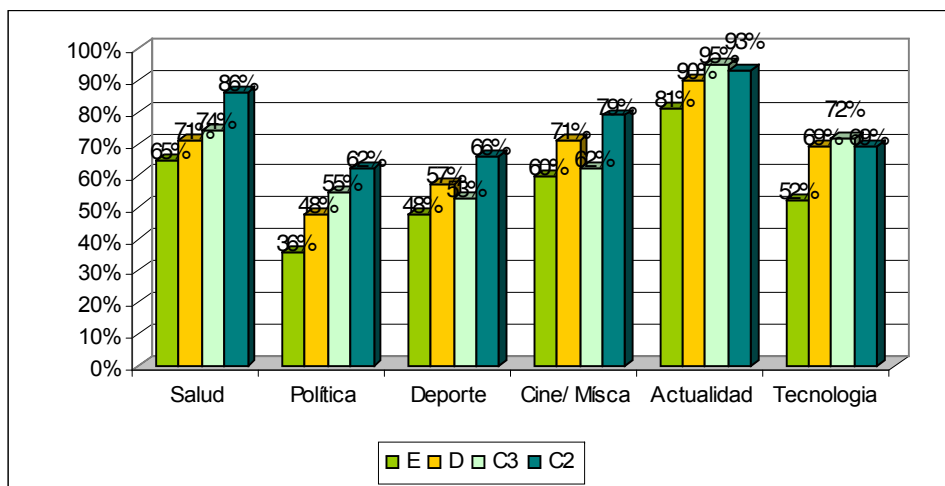
Gráfico 2.58. Lectura por temática según ingreso.



Las diferencias entre el grupo con menor ingreso y el con mayor ingreso es favorable al grupo C2 en los tres temas presentados, siendo el grupo E el que obtiene los porcentajes más bajos. Cabe señalar sin embargo que se evidencian diferencias significativas sólo en estos tres temas donde, en el resto, (“Literatura narrativa”, “Literatura lírica”, “Historia/ filosofía y Ciencias sociales”) los porcentaje son similares entre los cuatro grupos. El formato en que más se leen este último grupo de temas en los cuatro niveles de ingreso es “Libros en papel”.

Al revisar los temas de lectura más específicos, el grupo C2 destaca en: Salud (86,2%), Deporte (65,5%) y Cine/Música (79,3%). Los porcentajes más bajos se ubican siempre en el grupo E, siendo “Política” el menos leído por este grupo (35,7%).

Gráfico 2.59. Lectura por tema específico según ingreso.

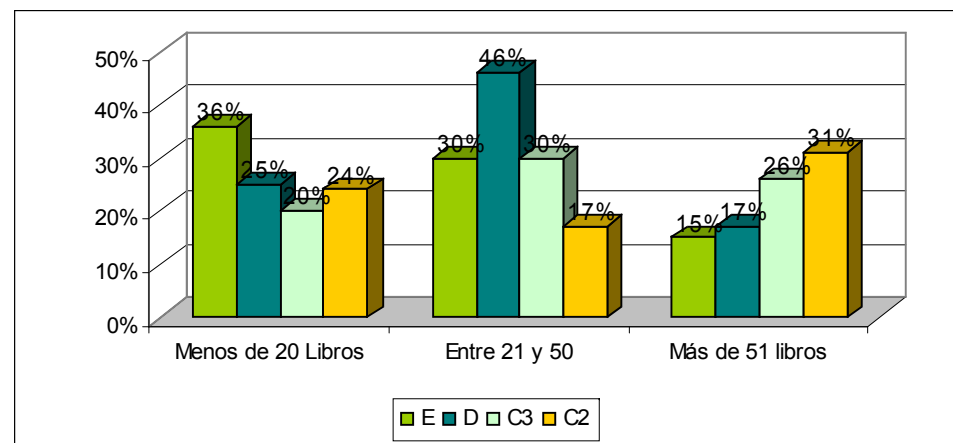


Las diferencias porcentuales más evidentes se dan en los temas de Salud (variación de 20,8%) y Política (variación de 26,4%).

c) Acceso a libros

Cuando se pregunta por la cantidad de libros en el hogar se observa que el grupo E es el que tiene el porcentaje más alto en “Menos de 20 libros”, en tanto el grupo D destaca en la categoría “Entre 21 y 50 libros”. Los porcentajes más altos en la categoría “Más de 51 libros” los obtienen los grupos C3 y C2. Este resultado da cuenta de la relación directamente proporcional existente entre el nivel de ingreso familiar y la cantidad de libros en el hogar.

Gráfico n.2.60 Cantidad de libros en el hogar según ingreso.



d) Lugar de lectura

El lugar de principal lectura para todos los grupos es el hogar, obteniendo el mayor porcentaje el grupo C3:

Tabla 2.5. Lectura en el hogar según ingreso.

E	D	C3	C2
70,9%	67,3%	76,6%	50%

El grupo C2, es el que obtiene el porcentaje más bajo de lectura en el hogar. Presenta un alto porcentaje de lectura en su “Lugar de estudio o trabajo” (39,3%) muy superior al resto de los grupos que no superan el 11,5%.

2.3. Análisis de datos

2.3.1. Niveles de lectura y la importancia de los “recursos” en usuarios/as de bibliotecas públicas

La interpretación de los datos presentados en el apartado anterior nos conduce, en primer lugar, a reafirmar la concepción de la lectura desde una mirada amplia que trasciende las visiones más reduccionistas del pasado. Los/as usuarios/as de las bibliotecas públicas encuestados dan cuenta de las múltiples de alternativas que presenta la lectura y sus diferentes propósitos.

La lectura actualmente se encuentra estrechamente relacionada con la aparición de nuevos formatos, como por ejemplo Internet a través de diarios, revistas y libros, todos en formato digital, además de las páginas web. Se amplían las posibilidades y los encuentros con “el texto”. Es comprensible entonces que el desarrollo de estas tecnologías, así como también la permanencia de formatos más clásicos, permita que la lectura ocupe un lugar importante dentro las actividades con mayor frecuencia de realización.

La relación entre la lectura y el tiempo libre se estructura de diversas maneras, de acuerdo a estudios de hábitos de lectura, las maneras en que ésta se concibe y cómo es apropiada se relaciona con el entorno y por tanto varía según las características del lector.

De lo recogido en los *focus group*, hay quienes se definen como buenos lectores, siendo los/as jóvenes quienes se muestran mayormente conformes con su nivel actual de lectura. Sin embargo señalan que un aumento en la cantidad de lectura le quitaría su carácter recreativo y relajado. La lectura, por tanto, aparece concebida principalmente como un pasatiempo, y a la vez como necesaria, especialmente en este grupo etéreo, para los estudios. Hay que considerar que gran

parte de los/as jóvenes que participaron del *focus group* estudiaban carreras con una carga lectora importante:

“Encuentro que leo lo suficiente en general, no me gustaría más. Leo lo suficiente para mantenerme entretenida aparte de otras cosas. Dedicarle más tiempo a la lectura en vez de ser más agradable sería más tedioso” (Judith, 26 años, egresada de derecho, F.G. La Florida 1)

Se entiende que hay tiempos específicos dedicados a la lectura, pero también hay otras actividades por realizar. Como se vio en los resultados de la encuesta, los pasatiempos más frecuentes eran, junto con leer: ver televisión y escuchar radio. A estas tres actividades se ha incorporado fuertemente el uso de Internet, pero este fenómeno impacta con mayor fuerza a grupos etéreos más jóvenes que a aquellos de edades más avanzadas.

Si bien en algunos casos existe la “voluntad” de leer, ocurre que las “condiciones ambientales” dificultan la realización de esta actividad. De acuerdo a los estudios revisados, la importancia del medio en la formación de los/as lectores/as, la estimulación y las distintas vinculaciones asociadas a la lectura son fundamentales, al momento de dar cuenta de la cercanía con la actividad de leer. En este sentido si se piensa en la lectura como una manera de acercarse al mundo, como una fuente de sentido, se entiende la importancia de dar cuenta de los usos que hoy se le da, así como también el tiempo que se le dedica.

En los *focus group*, por ejemplo, algunos/as niños/as señalaron su deseo de aumentar la cantidad de lectura, para lo cual el principal impedimento es la falta de recursos. Pero también la falta de tiempo surge como un tema necesario de tener en cuenta. Sobre la falta de recursos concuerdan en que si bien se dispone de los libros de la biblioteca, a veces estos son insuficientes para sus gustos lectores. Se destaca en las niñas la falta de tiempo para leer, ya que a sus labores estudiantiles deben añadir labores domésticas (*situación no observada en los varones del grupo*). Igualmente se encuentran niños ávidos por la lectura, que como se presenta en la cita, tienen como principal actividad: leer.

“Hay niños que prefieren ir a la calle a jugar, yo prefiero estar leyendo en mi pieza” (Rocío, 13 años, estudiante, F.G. Pirque 1)

Entre los adultos también se aprecia un deseo de aumentar la cantidad de tiempo dedicado a la lectura. En este grupo el principal escollo es la “falta de tiempo”. En las dueñas de casa esta falta de tiempo dice relación con los quehaceres del hogar. En el agricultor, en tanto, este elemento se vincula con la carga de trabajo.

“Nosotros salimos a las 8 de clases y luego llegamos a la 7, no nos queda tiempo” (Mujer, estudiante, F.G. Antofagasta 2)

“Yo no sé por qué pero encuentro que cada vez hay menos tiempo con esta vida. Mira las horas son las misma de antaño pero porque como que el tiempo se pasa más rápido. Ahora entonces hay muchas cosas que hacer el colegio, que el trabajo, la misma casa, los hijos, los nietos, ya tengo y yo digo ‘me faltan horas del día para hacer lo que yo quiero’. Es por lo mismo por la vida que vivimos ya muy rápida, muy agitada aunque yo no quiera como que me lleva” (Miriam, 53 años, costurera, F.G. Hijuelas)

Los niveles más bajos de lectura lo presentan, principalmente, estudiantes y dueñas/os de casa, siendo ésta una de las primeras características que se relacionan con los niveles de lectura: la ocupación. En ambos casos se alude a una falta de tiempo. La cita de Miriam, da una idea de cómo se distribuye el tiempo para las dueñas/os de casa, quienes deben realizar múltiples actividades, y la lectura como pasatiempo requiere ciertas características que faciliten su realización, como contar con un espacio tranquilo, en silencio, etc. Por su parte, en el caso de la mujer estudiante citada, se entiende que durante las horas de clases está cercana a la lectura, y que al llegar al hogar quedan otras actividades por realizar, y como menciona *“no nos queda tiempo”*. En estos casos la compatibilidad de las distintas actividades con la lectura debe ser coordinada de tal manera que no se topen. Se deduce que quienes tienen menos dificultades respecto a los tiempos para dedicar a la lectura son los los/as trabajadores/as y los/as jubilados/as y desocupados/as.

Para los que no son lectores habituales, se privilegian otras actividades por sobre la lectura para aprovechar el tiempo libre.

“Yo prefiero divertirme”. (Hombre, F.G. Antofagasta 1)

“Si, porque es aburrido. Hay personas que prefieren hacer otras cosas que estar leyendo”. (Felipe, 15 años, estudiante, F.G. Pirque 2)

“Para los niños chicos no. Mi hermana ve dibujos y se entretiene pero no lee”. (Hombre, F.G. Antofagasta 2)

Otra de las características que marca la diferencia en los niveles de lectura, es el nivel de ingreso. Esta situación se refleja claramente en los *focus group*, con recurrentes menciones a la falta de recursos para el acceso a textos.

Al pensar en la lectura como una de las actividades claves en la organización de nuestros mundos conceptuales, y los resultados entregados en la encuesta, es posible deducir que las asociaciones con el entorno son variables según el nivel de ingreso y también la ocupación.

La edad es uno de los factores que distingue en los niveles de lectura, a mayor edad mayores niveles de lectura. Al respecto se puede decir que en los primeros años, gran parte de la lectura se relaciona con los estudios, y más que una opción de distracción en el tiempo libre, son parte de la vida escolar o universitaria. No así en edades más avanzadas, en el caso de los adultos y adultos mayores, donde la lectura no es una actividad obligatoria, es una opción.

En este sentido se pueden relacionar las tres variables anteriormente mencionadas y tener una idea general de quiénes están leyendo con mayor y menor frecuencia. Otras características de los/as lectores/as como la ubicación geográfica (rural/urbano) o el sexo, no aparecen en este estudio como variables significativas de distinción en los niveles de lectura.

Las prácticas del medio se encuentran fuertemente relacionadas con la actividad de leer, se refuerza la idea de la importancia del entorno y las asociaciones directas de la lectura en general. El hecho de tener una cantidad importante de libros en el hogar, se relaciona con los niveles de lectura, se observó que la relación entre estas dos variables era directamente proporcional. Es la carencia o abundancia, en términos de recursos materiales, un factor que diferencia a lectores habituales de aquellos que no lo son.

2.3.2. La importancia del género en los temas de lectura

Los principales resultados de la encuesta revelan que, respecto a áreas temáticas de interés de los usuarios/as, destaca la literatura narrativa y la historia, filosofía y ciencias sociales. Las principales distinciones en los “gustos” o preferencias en los/as lectores pasan por un tema de género. En este caso quienes principalmente leen literatura narrativa son mujeres.

En los *focus group*, en tanto, se deja ver que los temas favoritos de lectura de libros presentan marcadas diferencias de género entre niños y niñas. Mientras ellos prefieren temas de acción, conflicto y suspenso, ellas prefieren novelas, dramas, historias románticas y poemas. Estas preferencias tan marcadas por género no son tan evidentes en los/las jóvenes, donde el gusto por la novela o los poemas es transversal. En este segmento predomina la elección de temas específicos de interés, como el Derecho, temas de salud, historia, filosofía o ciencias sociales.

Con esto se puede concluir que en edades más tempranas la distinción sobre la literatura dramática se encuentra asociada a una lectura feminizada. Una situación que queda claramente expresado en los *focus group*, cuando los niños declaraban su rechazo por la lectura de novelas, o de textos que calificaban como “románticos”. Se hace patente la presión del grupo, las opiniones del entorno, ya que en la dinámica todos los niños dejaban en claro que no leían ese tipo de textos.

Sin embargo al observar los datos, esta tendencia se va desdibujando a medida que los rangos etáreos van aumentando, finalmente en los adultos mayores la lectura de este tipo de literatura es muy similar entre hombres y mujeres. Como se ha mencionado anteriormente, las asociaciones sobre la lectura, se relacionan con los temas leídos, ya que es un trazo que diferencia; en edades más tempranas da cuenta de rasgos sobre la personalidad y de construcción de identidades de género, en el caso mencionado alude directamente a los gustos que identifican según género.

Las variables más relevantes al momento de diferenciar los temas que se leen, son la edad y el género. Por ejemplo en el tema de “Arte” hay una transición

entre estas dos variables. En edades jóvenes son los hombres los que leen mayormente este tema, en tanto en edades más avanzadas son las mujeres, la relación de género se invierte.

En cuanto a los temas específicos de lectura hay diferencias temáticas fuertemente marcadas por el género. Sería el caso, por ejemplo, de la cercanía de las mujeres con los temas de moda y farándula. Esta diferencia con los hombres es más marcada en mujeres que pertenecen al grupo de mayores ingresos familiares, y también en el grupo desocupados/as y jubilados/as. Los temas en cuestión (moda y farándula) no requieren en sí mayores análisis, y están ligados a una lectura más liviana, dado el contenido de éstos, no conllevan un nivel importante de reflexión. Como es sabido, la entrada de la “farándula” en muchos medios de comunicación, principalmente diarios y programas televisivos, penetra muy fuertemente en mujeres y jóvenes.

Al comparar este tema con política, aparecen diferencias en la misma línea, ya que son los hombres quienes principalmente leen estos temas, y de edades más avanzadas. La política no es un tema “liviano”, en tanto requiere mayor nivel de reflexión que los anteriormente planteados, y es tratado con mayor seriedad y profundidad, por lo tanto se deduce que es una lectura preferida por grupos específicos. Si bien sus niveles de lectura son menores que los de farándula, términos generales, el grupo que principalmente lee sobre este tema, en libros y diarios, son hombres de sectores urbanos y de edades mayores. La política es un tema que históricamente ha estado ligado a los hombres. Se evidencia, entonces, que estas diferencias de género se mantienen desde los niveles de participación en política, a nivel general, hasta los niveles de lectura sobre esta temática en los/as usuarios/as encuestados/as.

Por su parte las zonas rurales, históricamente han estado marcadas por prácticas específicas que distinguen a mujeres de hombres y que no se mezclan. El hecho de que la política, sea un tema que se discute en un espacio público y que las mujeres, sobre todo, en estos sectores, estén más vinculadas al espacio privado, podría explicar esta diferencia en los niveles de lectura de política.

Como último punto queda mencionar que son los grupos de mayores ingresos familiares quienes leen principalmente sobre este tema. Otros temas que

marcan diferencias entre hombres y mujeres son: “Deporte” y “Tecnología”, donde los hombres tienen niveles más altos de lectura

Esta distinción entre farándula y política, como temas que se diferencian entre sí, por su masividad y por la profundidad con que son tratados, permite identificar a los lectores según características sociodemográficas, quedando demarcadas claramente las diferencias, en el grupo de usuarios/as encuestados/as.

Las ideas que existen sobre lo femenino y lo masculino, como estructuras socialmente construidas, marcan fuertemente la elección de las temáticas de lectura, y las características de consumo. En los niveles de ingreso familiar más extremos las diferencias están más marcadas, se deduce que se siguen patrones fuertemente arraigados a grupos que se relacionan con la identidad de las personas. En este sentido ambos grupos demarcan claramente cuál es la lectura femenina y cuál la masculina⁹.

2.3.3. Lectura digital y lectura impresa. ¿Complementarias o excluyentes?

En gran parte de los usuarios/as que son lectores/as habituales, se observa el predominio de la lectura en formato impreso, en particular de diarios o periódicos, libros y revistas. En el caso de los diarios en papel, su lectura es mayor en las zonas rurales y en los adultos mayores. Los libros impresos, en tanto, son más leídos en las zonas rurales

A pesar de esto algunas opciones digitales muestran cifras interesantes de consumo, como son las páginas webs, los diarios y webs, blogs o fotologs. Sin embargo se trata de herramientas más utilizadas por algunos segmentos, principalmente los adolescentes y jóvenes, los estudiantes y los trabajadores.

La frecuencia de lectura es variable según el formato. De esta manera en la lectura “al menos una vez a la semana” se encuentran casi al mismo nivel la lectura de páginas webs (85%) y la de diarios o periódicos impresos (84%). Luego vienen las revistas en papel (66%), los diarios o periódicos digitales (65%) y los libros

⁹ Esto no ocurre de manera tan evidente con temas como: Actualidad, Salud y Autoayuda.

impresos (64%). En términos de género, la frecuencia de lectura de blogs, fotologs, libros en papel, libros digitales y diarios en papel es superior en los hombres.

Si bien para los/as lectores/as usuarios de tecnologías, la frecuencia de lectura digital es muy alta (“Casi todos los días”), esta no se realiza por muchas horas al día, pues señalan la existencia de algunas dificultades para mantener la lectura digital por mucho tiempo, donde la más recurrente es el cansancio de los ojos y el dolor de cabeza.

En las conversaciones realizadas los/as usuarios/as señalaron que la lectura impresa es tan frecuente como la lectura digital en el caso de revistas o diarios. La lectura de libros en cambio puede no ser diaria, pero implica una mayor dedicación de horas y una mayor disposición a ocupar el tiempo en ella.

La preferencia por el formato clásico de lectura, está marcada por una relación más personalizada e individual, además de una mayor comodidad para su lectura. En los *focus groups* se señala su facilidad para trasportarlos, lo que permite la lectura en cualquier espacio y por el tiempo que se desee, ya que, a diferencia de la lectura a través del computador, no cansaría tan rápido la vista

“Yo encuentro súper distinto leer un libro que leer en un computador, porque uno no puede sacar un libro y leer en el patio, además que no es la esencia de leer un libro el leerlo en el computador, no podí’ hojearlo, ir caminando y leerlo, sentado en un cerro...” (Víctor, 22 años, estudiante pedagogía en historia, F.G. Concepción).

“No podis leer como 40 hojas, te duelen los ojos, no sé si me podría leer una novela en Internet, me duele la cabeza, no tiene esa onda romántica de los libros” (Rodrigo, 30 años, egresado de derecho, F.G. La Florida 1).

“Porque uno la puede volver a retomar más fácil. Y es cómoda por ejemplo hacer un trámite alguna cosa de hecho, en todas partes hay que esperar entonces uno puede andar con el libro entiende. Con la lectura allí estamos momento en el consultorio o en el mismo colegio esperando la reunión de apoderados, pero en todo lugar hay que esperar entonces ahí tiene uno el momento para poder apoderarse de la lectura”. (Silvia, 53 años, dueña de casa, F.G. Hijuelas)

En las conversaciones mediante *focus group* los/las jóvenes y los/as niños/as lectores/as señalaron que esta actividad se realiza tanto a través de formato digital y como de textos impresos, aunque se distinguen sus usos, pues se le otorga una funcionalidad diferente. La lectura impresa, especialmente de libros, es la preferida por ambos segmentos de usuarios. Si bien para los/as niños/as la preferencia no se explicita de forma tan clara, para ellos/as tanto como para los/as jóvenes, el uso de las tecnologías está asociado a elementos de distracción, contacto con otros, información rápida sobre temas de interés y adquisición de conocimientos específicos. Ambos grupos coinciden en que la lectura digital es menos densa, y sirve para buscar información específica de forma rápida y comunicarse con amigos/as. De este modo se privilegia el uso para búsqueda de información, especialmente para tareas escolares, en el caso de los niños. En los/las jóvenes esta búsqueda de información se traduce principalmente en la lectura de prensa, que se privilegia de forma digital antes que impresa. Por otra parte se menciona el uso recreativo, donde se menciona la lectura de *blogs*.

“Para mí también, son cosas bien puntuales casi por obligación, por ejemplo tengo un sobrino al que de repente le ayudo a hacer tareas, o por el trabajo, cosas de medicina. Pero ojalá el menos tiempo posible y ya. Es que no me gusta, por los problemas con la vista, por falta de tiempo, es que prefiero hacer otras cosas, no me gusta estar encerrada”. (Alejandra, 32 años, auxiliar paramédico, F.G. Concepción)

“Prefiero papel. Yo leo en el computador cosas que realmente me interesan o las necesito nada más y ahí las estoy archivando hasta que un día me cambie un poco la economía y las baje a la impresora”. (Luis, dirigente, F.G. La Florida 2)

“Yo leo revistas de farándula y libros místicos, como el Caballo de Troya, en papel. Libros de sueño. En digital veo más paisajes, de donde está mi hija, converso con ella, utilizo Internet para comunicarme, con correo, Messenger o chat”. (Cecilia, dueña de casa, F.G. La Florida 2)

Para algunos Internet permite acceso a mayor información, sirve para consultas rápidas o bien, posibilita la realización de otras actividades mientras se lee, como son comunicarse con otros, entretenerse o ver imágenes.

“Internet me gusta mucho, es más rápido, podís buscar hartas páginas, puedes leer lo que está pasando en el mundo, puedes buscar un país y te sale la página del país” (Rodrigo, 30 años, egresado de derecho, F.G. La Florida 1)

Así, las facilidades que brinda Internet hacen que se presente, para algunos usuarios, como una buena alternativa para la lectura, especialmente de diarios e información especializada. De esta forma los resultados de la encuesta mostraron que, además de la alta lectura de diarios digitales, las páginas web son el formato preferido en temas tales como “Música/Cine”, “Tecnología” y “Actualidad y Noticias”. Además son la segunda opción en el caso de “Manuales profesionales/textos técnicos”, “Ciencias (Matemáticas, física, biología y química)” y en “Historia Filosofía y Ciencias Sociales”. Las ventajas de este formato son sintetizadas por algunos/as usuarios/as:

“En mi caso el noventa y nueve por ciento es digital y el resto el tradicional. Porque hay información más amplia, información más directa, imágenes, porque la Internet se conecta con el mundo”. (Francisco, jubilado, F.G. La Florida 2)

“En Internet uno ve las cosas que quiere ver no teni’ que leer todo para entender lo que teni’ que leer todo un libro para entender de que se trata”. (María José, 14 años, estudiante. F.G. Pirque 2)

En el caso de los diarios se destaca la facilidad que otorga en el acceso a la información y la posibilidad de seleccionar los contenidos de interés para la lectura. Cabe señalar que esta alternativa, al igual que en el caso de las páginas web, es mayoritaria entre los usuarios/as de bibliotecas rurales.

“Es por las posibilidades, porque si tú tienes la posibilidad de comprar el diario lo compras o si no lo ves por Internet y ves sólo lo que tú quieres ver no más. Por lo menos tienes esa alternativa o por lo menos yo lo hago así, si me pasan un diario leo lo que me interesa o si veo Internet leo los diarios que a mí me gustan: El Mercurio o me meto a Terra, que son páginas que me gustan. Me gusta más el digital que el papel, porque busco lo que yo quiero. El diario si tú no tienes la posibilidad de comprarlo no lo puedes ver,

en cambio en Internet tu puedes elegir que ver” (Karen, 30 años, profesora computación, F.G. Concepción)

“Uno encuentra más temas en Internet que en los libros. Cosas que están pasando ahora que los libros no tienen”. (Javier, 16 años, estudiante. F.G. Pirque 2)

Para otros, la lectura digital no es excluyente sino más bien una herramienta complementaria al uso del papel, tanto para lectura como para la escritura.

“Para mí es por un asunto más práctico. Es en ocasiones más cómodo el formato papel, como para tomar apuntes. Yo tengo un notebook, y es mejor tener grandes grupos de materia condensada en un disco duro y uno las pueda leer y no tiene que andar trayendo peso y eso también acomoda mucho” (José Luis, 26 años, egresado de derecho, F.G. La Florida 1).

“Busco más información de las mismas lecturas que estoy haciendo de algunos libros o en otro formato. Además chateo, uso el correo, busco imágenes. Pero siempre prefiero el papel. En general lo uso como una extensión de los libros que leo”. (Andrés, 31 años, profesor castellano, F.G. Concepción)

“En el caso mío la literatura en papel que leo en papel es la mínima y siempre va acompañando lo que leo en digital, lo que no puede encontrar acá lo busco en la biblioteca” (Francisco, jubilado, F.G. La Florida 2)

Las potencialidad de las TIC's en el fomento de la lectura depende de los usos que se le asignen, por tanto pueden ser vista como herramientas distractivas, comunicativas o complementarias para la adquisición de capital cultural.

“Es que yo me meto al computador a veces para buscar materia y a veces para divertirme”. (Iván, 11 años, estudiante, F. G. Pirque 1)

“Los niños hoy en día usan el computador por los múltiples atractivos que les presentan los juegos, la tecnología. Pero no hay una preocupación por parte de los padres para ocupar esa tecnología de otra forma”. (Francisco, jubilado, F. G. La Florida)

De esta forma se otorga gran importancia a la presencia de computadores en las bibliotecas, pero se recomienda una mayor integración de estas herramientas con las fuentes tradicionales de adquisición de conocimientos.

“Porque hay gente que te ayuda, en computadores es rápido buscar libros u otras cosas. En cambio en el libro te demoras mucho más”. (Hombre, F.G. Antofagasta 2)

“Tengo acceso bastante seguido a la biblioteca, y me comunicó también bastante seguido con una hija que está en Europa. Es una herramienta universal que nos abre un mundo de conocimientos vastísimos. Yo creo que debería integrarse más, darle una mayor arquitectura porque a veces hay que esperar para ocuparla, porque es una herramienta muy buena. (Luis, jubilado, F.G. La Florida 2)

2.3.4. Lugar de lectura, el hogar

La lectura es una actividad que la mayoría de las veces requiere un espacio de tranquilidad para poder llevarse a cabo, sobre todo si es una lectura que demanda mayores niveles de atención. Si bien hay lecturas más ligeras que pueden hacerse en lugares públicos, espacios abiertos, con ruido en el ambiente, en la encuesta quedó en evidencia que el lugar más utilizado para leer es el hogar, específicamente el dormitorio. La posibilidad de contar con un espacio para desarrollar esta actividad, al cual se tenga fácil acceso es importante en los niveles de lectura alcanzado, es por esto que quienes leen principalmente en lugares de espera, o casa de amigos y parientes son quienes tienen más bajos niveles de lectura.

Dentro de éste punto cabe señalar la importancia de la ocupación, al momento de escoger lugares para leer. Las dueñas/os de casa y los adultos mayores son quienes utilizan preferentemente la casa para leer.

“(…) yo necesito de repente estar relajada y en la casa es mejor porque como le decía recién a veces esta la olla hirviendo y tengo yo un tiempo

entonces puedo leer ese ratito y después puedo me paro y apago la olla entonces si estuviera aquí (en la biblioteca) no puedo hacer nada allá (en la casa)...” (Miriam, costurera, F.G. Hijuelas)

“Yo todos los días un poquito pero no le puedo decir la cantidad de tiempo porque por ejemplo yo hago el almuerzo, almorzamos, lavo la loza ahí leo un ratito cortito un capítulo dejo marcado y después estoy lavando mientras la lavadora está haciendo ahí estoy así de picadillo. Pero me interesa, cuando me interesa algo mucho hago todas las cosas más rápido y me pongo a eso y que no me molesta tengo mi tiempo a todos los tengo contentos entonces me dejan mi espacio así lo hago. (Benedicta, 43 años, dueña de casa, F.G. Hijuelas).

En este sentido, cabe establecer una asociación con la temática de género. Las mujeres, al estar generalmente a cargo de las labores domésticas y de cuidado deben permanecer mayor tiempo en el hogar, lo que las imposibilita a explorar otros espacios para la lectura, tales como la biblioteca.

Se entiende entonces que quienes utilizan más frecuentemente la biblioteca pública o su lugar de estudio o trabajo para leer sean los trabajadores y estudiantes. Es la ocupación la característica que marca mayores diferencias en cuanto a la utilización de diversos espacios de lectura. El tema nuevamente se vincula con los recursos con que se cuenta para acceder a lugares para leer. Si no se tienen ciertos hábitos, si es una actividad que se desarrolla esporádicamente, es posible que esta lectura se haga en cualquier espacio, a cualquier hora, sin requerimientos especiales. No así quienes leen de manera más metódica, que leen más a menudo, que utilizan espacios específicos para desarrollar esta actividad. Es así como se van identificando los rasgos de los lectores en cuanto al uso de espacios.

En cuanto a las condiciones necesarias para una lectura apropiada los niños/as son más exigentes, lo indispensable es especialmente estar desocupado/a, relajado/a, no con mucho calor y en silencio. En los/las jóvenes estas condiciones son variables. Para algunos/as la lectura debe ser en silencio y en un lugar cómodo, para otros la lectura se realiza en cualquier parte.

“Lugares tranquilos, con un sonido soportable, un sonido constante, nada que perturbe, ni con música. En la casa, en la pieza, con hartito silencio”. (Pedro, 29, estudiante y trabajador, F.G. Concepción)

“No, yo me concentro más con más cosas. Por ejemplo yo puedo estar viendo la tele prendida, tenerlos audífonos puesto y estar leyendo un libro. No tengo problemas con el ruido mayormente, excepto cuando llegan los niños con el celular todo el rato, pero cuando pasa la gente no me molesta. Y en mi casa generalmente leo en la época bonita en la terraza, o en el pasto, y en invierno leo hartito en mi pieza. Como es grande tiene espacio para sentarme en el suelo. Para concentrarme en el baño, te pueden decir sal del baño, espérate”. (Judith, 26 años, egresada de derecho, F.G. La Florida 1)

En general, en todos los tramos etarios se privilegia el horario nocturno o cuando se dan condiciones de cierto relajamiento y tiempo libre.

“(...) lo sagrado para mí es antes de dormir, me relaja, me induce el sueño”. (Alejandra, 32 años, auxiliar paramédico, F.G. Concepción)

“En el caso mío generalmente en la noche es que la única hora donde uno ya descansa prácticamente se encierra en su pieza y nadie molesta, se acabaron todos los quehaceres todas las cosas”. (Leonardo, 48 años, agricultor, F.G. Hijuelas).

En resumen, sería posible establecer que existe una significativa posibilidad que las exigencias por parte de los lectores dependen de los niveles de dificultad del texto al que se enfrentan y las opciones de lugares para leer que se tienen a la mano, probablemente las personas que no cuentan con lugares acondicionados para una lectura que permita la concentración, leen textos más ligeros, por esta “escasez de recursos”.

Capítulo n.3

Significados y percepciones asociadas a la lectura.

E

El propósito de este capítulo es indagar en las razones, motivaciones y percepciones que las personas usuarias de las Bibliotecas Públicas tienen para la lectura, en sus diversos formatos. En la primera parte se exponen algunas directrices teórico-conceptuales que guiarán el análisis posterior. Con posterioridad, se presentan los principales resultados de la encuesta en relación con las motivaciones y percepciones sobre la lectura, tanto en términos generales como desagregados por diferentes variables, tales como género, localización geográfica, rango etéreo, ocupación y nivel de ingresos. Al cierre del capítulo, se realiza un análisis de los principales resultados, los cuales son interpretados en complementación con la información cualitativa obtenida de los focus groups.

3.1. Aspectos teórico- conceptuales.

3.1.1. Índices de lectura ¿una construcción real?

En cuanto a la cantidad de texto consumido, o a la cantidad y frecuencia de lectura manifiesta de cada persona, existe en los estudios y en la literatura en torno al tema una gran preocupación: la baja de los índices de lectura y de los hábitos lectores. Se sostiene que la aparición de los medios audiovisuales como cine, televisión y más recientemente Internet hace que los índices de lectura disminuyan. Se afirma que “el nuevo espectro que acosará a las sociedades modernas es el del no lector, incluso el del iletrado, que se transforma a comienzos del siglo XXI en el anticipo de otro personaje inquietante: el lector de escritos sumergidos en una masa

de pantallas tan volátiles como insípidas” (Chartier y Hébrard, 2000, citados por Lahire, 2004:17).

Aun con diferentes cuestionamientos y variando los argumentos, autores como Alana Bloom, Alain Finkielkraut, Danièle Sallenave y Philippe Sollers, concuerdan en varios puntos: la lectura no solamente está en peligro, sino en vías de extinción, sufriendo el ataque generalizado de la competencia mediática de una televisión controlada por las mediciones de la audiencia, “asistiendo a la victoria de un relativismo cultural que habría logrado penetrar hasta en las escuelas y que, con el disfraz de la modernización y de la apertura a la realidad, habría renunciado definitivamente a la visión educativa para ceder al llamado de las sirenas del consumismo. Por su parte, los sociólogos de la cultura habrían facilitado la instalación del relativismo al criticar la cultura legítima” (Lahire, 2004:40).

Se sostiene que la lectura está en retroceso, tanto en cantidad como en la valoración subjetiva que se le entregaba antaño. Un estudio en Francia, aplicado durante cuatro años a 1200 jóvenes entre 14 y 17 años demostró que la cantidad de libros que leían disminuyó considerablemente, así como aumentó el número de jóvenes que sin prejuicios admite no leer o equipara a los clásicos de la lectura con autores recientes. *“Indiferentes a los discursos que sacralizan la lectura y la equiparan con la literatura, establecen una relación más realista y práctica con la lectura. Para ellos la lectura no está investida de valores y significaciones a priori: las situaciones particulares crean la necesidad, el deber o el placer de leer, determinando así el uso de los libros. La lectura, sujeta como la música o el cine a las leyes del mercado, no tiene para los jóvenes un estatuto de excepción”* (Lahire, 2004:44).

Para explicar el supuesto retroceso de la lectura, en Francia Gérard Mauger (2004) plantea principalmente que la explicación se debe a los problemas de medición de las encuestas, ya que al menos en Francia, las encuestas no demuestran que haya una relación directa entre menos lectura=más televisión, y viceversa (en Chile sí se advierte esta tendencia). La explicación que se da entonces, va más bien por el lado de un cuestionamiento a la realización de las encuestas, en donde la formulación de las preguntas suele ser imprecisa: evalúan más la representación que los encuestados hacen de su relación con el libro y la lectura que la cuantificación de las prácticas de lectura efectivas. En las encuestas, las categorizaciones rígidas y cargadas de valor (como por ejemplo “lectura burguesa”, “lectura intelectual”, “lectura popular”) pueden distorsionar las respuestas. Además, la lectura rápida de los cuadros estadísticos que indica, por ejemplo, que los porcentajes de lectores de una determinada categoría de material impreso según la categoría socioprofesional, refuerza esta concepción tácita del consumo cultural, entonces a cada grupo corresponderían consumos específicos (Lahire, 2004).

Además, el “efecto de legitimidad” que lleva a los/as encuestados/as a declarar sólo las lecturas que les parecen “legítimas” (incluso aumentar la verdadera

cantidad), y, a la inversa, a censurar las “lecturas inconfesables”, hace que las informaciones recogidas sean poco fiables. Plantean que es probable que en las encuestas antiguas la gente sobreestimara su práctica lectora, principalmente porque ello otorgaba cierta “distinción”. En cambio en las últimas décadas, con la extensión de la educación, aquella ya no es un símbolo distintivo, sino que se vulgarizó, además que es probable que las encuestas recientes la subestimen, porque es probable que se dejen fuera preguntas de lectura (por ejemplo, de cómics), y eso hace subestimar los índices de lectura (Mauger, 2004).

En el mismo aspecto, Lahire (2004) señala que no hay que perder de vista que el gusto por la lectura de una obra literaria determinada no puede deducirse de una disposición cultural (ética o estética) y de un volumen (escaso o no) de capital cultural; no puede adjudicarse a un único criterio social de especificación (la posición en el espacio social). Este gusto o sensibilidad literaria –que puede variar individualmente según el momento de la trayectoria social del lector y su situación social en el momento de la lectura (niño, adolescente, adulto, anciano soltero, casado, divorciado, etc.), según su pertenencia sexual o las experiencias sociales que lo han marcado o le preocupan en el momento de la lectura – no debe reducirse a un simple efecto de legitimidad, sino que depende del cúmulo de experiencias y del patrimonio individual de disposiciones incorporadas. “Por consiguiente, la lectura en tanto experiencia social no puede ser abordada a partir de una sociología del consumo cultural; se sitúa por derecho propio en el marco de una teoría de la acción individual” (Lahire, 2004: 188).

3.1.2. Usos de la lectura

Las motivaciones por leer, y los usos que se hacen de la lectura, muchas veces tiene una explicación funcional: se lee para aprobar los ramos en el colegio o universidad, y una vez trabajando se lee por necesidad profesional. Dentro del grupo de personas que lee por diversión, los críticos literarios y de arte suelen tipificar la lectura según forma o contenido. O una disposición estética y una disposición ética de la lectura. La disposición estética supone que la forma artística,

(el estilo, la manera, la representación) se privilegia con respecto al contenido o a su función. La disposición ético-práctica es el punto de vista de quienes se orientan en el mundo social a través de categorías cognitivas éticas y prácticas, y que por ello *viven* las historias (escuchadas, leídas o producidas) sin entablar con ellas una relación estrictamente *estética*. No obstante, los lectores que, teóricamente cabrían en el concepto de lectores por la estética comparten con los lectores encasillados en el concepto ético-práctico: se sumergen en las situaciones, se identifican con los personajes, los aman o los odian, anticipan lo que puede pasar o imaginan lo que ellos mismos harían, aprueban o desaprueban la moraleja de la historia, se emocionan, ríen o lloran leyendo novelas. Los primeros comparan autores y corrientes literarias, pero eso no es lo que más los atrae de las historias que leen. Quienes sí tienen una relación más bien estética con los libros son los lectores profesionales: escritores, críticos, periodistas culturales, etc. (Lahire, 2004).

Demuestra también que los lectores de extracción más popular buscan textos con los que identificarse de forma más clara (rechazan por ejemplo, textos existencialistas pues está lejos de su cotidiano). Buscan la identificación positiva o negativa con la historia, buscan “hacer trabajar, de un modo imaginario, los esquemas de su propia experiencia” (Lahire, 2004: 184). En ese sentido la lectura, de novelas principalmente, realiza un trabajo simbólico de reparación y terapia con respecto a los dramas de la vida al permitir que la pena o la experiencia dolorosa trabajen para poder aceptarlas mejor, para poder darle un sentido a aquello que parece insoportable y sin sentido (muerte de un cercano, separación dolorosa, etc.).

3.1.3. Las nuevas formas de lectura.

Como es sabido, conocimiento no es información, existen claras diferencias entre ambos: la información es algo externo, informe, rápidamente acumulable, automatizable e inerte; en cambio el conocimiento es interiorizado, estructurado, sólo puede crecer lentamente, sólo es humano y conduce a la acción.

No es un tema menor destacar que hoy en día se rehacen empresas enteras sobre la base de la gestión del conocimiento, que no es otra cosa que el reconocimiento de que lo básico es la circulación del saber entre sus miembros. Y la práctica de la lectura no es sólo un entrenamiento para la comprensión, para la decodificación, sino la base más firme para la comunicación con otras personas. La gestión del conocimiento es básica en la actualidad, ya que, a diferencia de los medios tradicionales, Internet es un canal que va de muchos hacia muchos: el (la) ciudadano/a de la red es tanto un/a receptor/a, un/a usuario/a de informaciones, como una persona emisora, una creadora de mensajes destinados o a una persona (correo electrónico), a un grupo (listas de distribución), o al público (webs, páginas personales).

Lo anterior da cuenta del gran cambio que vivimos en estos días, ya que tradicionalmente la información ha sido entregada a través de textos escritos, principalmente libros. La lectura del libro impreso marcó y transformó las sociedades, posibilitó el acceso a la información y el conocimiento conservado desde épocas antiguas. De hecho, en la actualidad la lectura del libro todavía conserva un estatus elevado en materia de información, a la vez que responden a una lógica lineal de organización pensada por el autor y que físicamente no puede ser alterada por los lectores.

No obstante, la aparición de los medios digitales sin duda han modificado los hábitos de lectura, en donde de la cultura de lectura de impresos estamos transitando a una creciente práctica lectora a base de textos en versiones electrónicas, en formatos variados y procedencias muy heterogéneas (Campos, s/f).

Cuando la actividad lectora se lleva a cabo en el entorno digital, su concreción implica la necesidad de agregar conocimientos y habilidades técnicas en el uso del computador y el acceso a Internet, así como la comprensión de los códigos propios del medio. En ese sentido, se destaca que Internet implica una estructura “hipertextual” e interconectada (Ibíd.). El hipertexto es “una escritura no

secuencial... un texto que bifurca, que permite que el lector elija. De acuerdo con la noción popular, se trata de una serie de bloques de texto conectados entre sí por nexos, que forman diferentes itinerarios para el usuario” (Nelson, 1995). El hipertexto identifica a la escritura no secuencial, *non-sequential writing* (aquella escritura que está interrelacionada en múltiples direcciones), por oposición a la escritura tradicional, la cual está estructurada secuencialmente, tanto por derivar del discurso hablado como porque los libros e impresos en general están escritos para leerse de forma progresiva. Landow (1995) conceptualizó al hipertexto como un medio informático que relaciona información tanto verbal como no verbal; articula un conjunto de nexos o vínculos (links) que unen lexias (contenidos), tanto internos como externos, a una obra, entendidos éstos en el sentido tradicional; por ejemplo, el comentario de otro autor. Se crea así un texto que el lector experimenta como no lineal o multisequencial, en tanto son posibles múltiples formas de encadenar sus partes y “navegar” a través de su contenido. Los hábitos convencionales de la lectura se conservan intactos (no son sustituidos) al interior de cada segmento de texto considerado de manera individual, pero en cuanto se va más allá de los fragmentos en sí mismos, la noción previa de unidad del texto se rompe y entran en vigor reglas y niveles de experiencia necesariamente distintos y nuevos para la actividad lectora. Con el hipertexto de por medio, la lectura en Internet establece cambios fundamentales, pues la persona lectora encuentra una forma de textualidad en la que convergen bloques de contenidos (palabras, imágenes, sonidos) interconectados en trayectorias, encadenamientos o recorridos que ofrecen una estructura abierta, permanentemente inacabada y susceptible de elección por los usuarios en función de sus intereses, sus necesidades específicas y sus niveles de experiencia y habilidades al momento de ejercitar su actividad lectora en este medio. Estas condiciones, propias de una forma de escritura –y por tanto de lectura – no secuencial, implican una serie de consecuencias de alcances múltiples (Campos, s/f).

Sostiene Campos (s/f) que en el hipertexto el eje o principio organizador prácticamente desaparece: el centro de atención o eje organizador se desplaza

constantemente, se mueve una y otra vez y depende de las decisiones del lector/a, no del diseño del (la) autor/a. El (la) lector/a en particular no queda supeditado/a a ningún principio de organización o jerarquía, sino que recae en él parte importante de la tarea de organizar, definir su centro de atención –que en adelante será siempre provisional – y desplazarlo en función de sus propósitos y necesidades. El encadenamiento o interconexión del hipertexto a base de una multiplicidad abierta de bloques de contenidos diversos, supone la apertura a una cantidad ilimitada de información. Asimismo, esto implica la potencialidad de un acceso extraordinariamente amplio, veloz y muy eficiente desde el punto de vista técnico, a material informativo muy variado, al tiempo que simultáneamente, representa volúmenes inmensos de procedencia, extensión y calidad muy disímiles, sin un orden o integrada con base en criterios e intereses también muy diferentes. En ese sentido, “el hipertexto modifica al lector y le exige y obliga a una función más activa, pues se reinserta en el nuevo esquema de lectura y escritura que le obliga a tomar decisiones, a protagonizar su organización, a definir una rutina de navegación por los contenidos, a ejercitar su propio discernimiento para elegir y discriminar entre el enorme acervo con que se encuentra en Internet” (Campos, s/f).

La textualidad abierta del hipertexto dota a Internet de un potencial nuevo e igualmente virtuoso y, al mismo tiempo, de riesgo para la persona usuaria, ya que en la tradición anterior de la escritura secuencial la persona lectora mantenía siempre una posición eminentemente receptora de la información, en cambio en la escritura y la lectura no secuencial del hipertexto se ve compelida a intervenir en grados diversos, según sean sus fines, competencias y habilidades, para interactuar en calidad de lector/a en ese recurso electrónico, con las bondades y los inconvenientes que ello puede suponer. Lo anterior lleva a cuestionarse si es posible enfrentar esta nueva circunstancia y tener la capacidad de ser lectores/as menos condescendientes para convertirse en lectores/as críticos/as, dotados/as de un bagaje analítico suficiente para evaluar los niveles de credibilidad del material que se encuentran durante la revisión de una página electrónica, un correo o un foro en línea.

Ante esta nueva situación, es posible que una persona usuaria de Internet pueda llegar a ubicarse como usuaria crítica, acudiendo al uso de Internet movida por un objetivo específico, desarrollando habilidades no sólo para encontrar la información que busca, sino para evaluar su credibilidad por medio de diversos procedimientos para el análisis; o en ocasiones como hiperlectora (una persona puede presentar ambos niveles o tipos de lectura, incluso en una misma sesión en la red, ya que son roles), es decir, como quien observa con actitud analítica, no sólo el material o el conjunto de información, sino la serie de links o enlaces que se asocian o interconectan con ese material en la Red. La manera en que se lleva a cabo la conexión entre los datos resulta un dato en sí misma; un nivel de construcción en el que se expresan sentidos, preconceptos e inferencias, por medio de las cuales se desarrolla, organiza y propone un cierto ordenamiento al contenido. Así, la persona hiperlectora se encuentra mejor armada para reestructurar e interpretar el entorno en que le es proporcionada esa información, en vez de únicamente limitarse a aceptarla o rechazarla. Este es un tipo de lectura que sería deseable extender a todo el mundo pero que, inevitablemente, será asequible a un ámbito más bien limitado de usuarios de Internet. En ambos casos se supera la condición de navegador, que implica un tipo de lectura más superficial y primario (Burbules y Callister, 2001).

¿Conviene preguntarse si un tipo de formato reemplazará a otro, o si un tipo de lectura reemplazará a otra? Quizá afirmar ello sólo implique especulación desmedida: lo que es necesario aclarar es que la lectura en su esencia se mantendrá presente mientras exista el lenguaje alfabético sin importar si su soporte material es papel, plástico o la pantalla de una computadora, sino que lo que está modificándose de manera acelerada es la forma de presentar el texto y acceder a la información, y que, actualmente, para poder desenvolverse exitosamente en la sociedad de la información es necesario tener previamente hábitos lectores, formados por la lectura detenida y extensa, que a su vez forma las capacidades de una extracción eficiente de información, de la capacidad del diálogo con las otras personas.

3.2. Presentación de Resultados.

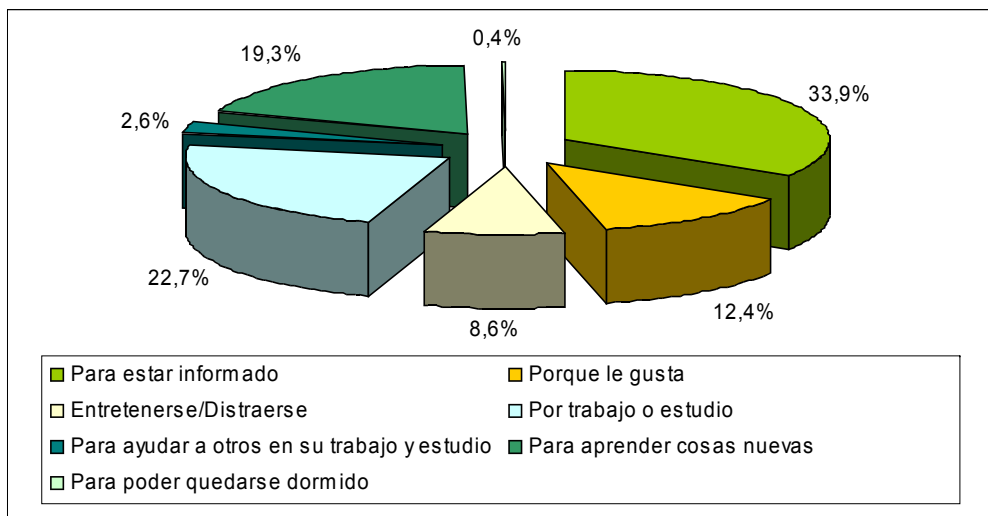
3.2.1. Datos generales.

a) Razones y motivaciones para la lectura.

Uno de los principales elementos a identificar en el presente estudio dice relación con las razones y motivaciones de los/as usuarios/as para leer. Esto permitirá dilucidar los elementos que subyacen a este tipo de consumo cultural.

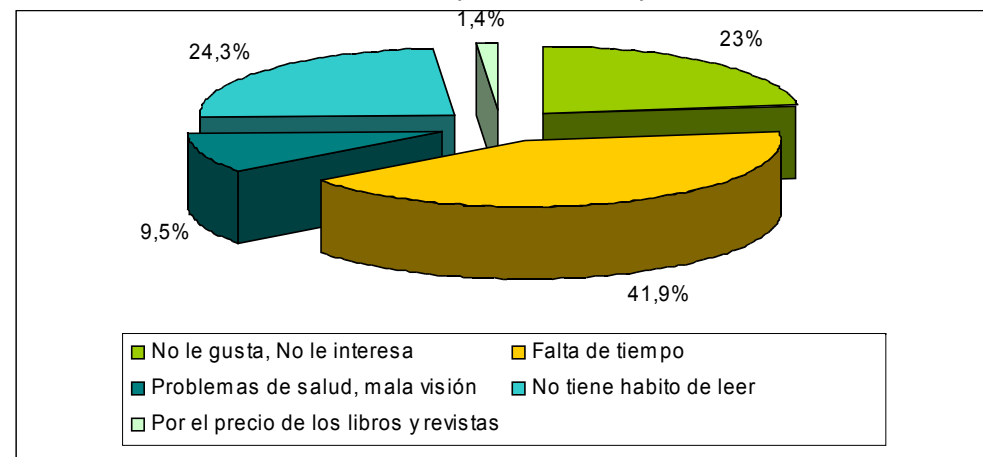
Al respecto se puede observar que, para los/as usuarios/as que son lectores frecuentes, la principal razón que los impulsa a leer es “Para estar informado” (33,9%). En segundo lugar, la lectura está motivada “Por trabajo o estudio” (22,7%). En tercer lugar, “Para aprender cosas nuevas” (19,3%). Finalmente, aparece la opción “Porque le gusta” (12,4%).

Gráfico 3.1. Principales razones de lectura, en lectores frecuentes.



En el caso de los/as usuarios/as que no se declaran lectores frecuentes, la principal razón esgrimida para estos bajos niveles de lectura es la falta de tiempo (41,9%). Otra razón importante, señalada por los/as encuestados/as, es el hecho de “No tener el hábito de leer” (24,3%). Finalmente, un 23% señala que simplemente “No le gusta o no le interesa” la lectura.

Gráfico 3.2. Principal razón de baja lectura.



Entre los/as usuarios/as que señalan leer para estar informados, esta lectura se realiza principalmente a través de diarios o periódicos en papel (78,8%). En menor medida se utilizan otras fuentes, tales como: “Libros” (18,2%), “Revistas en papel” (14%), “Páginas webs” (12,7%) y “Diarios o periódicos en digital” (10,1%).

En lo que refiere a la lectura motivada por el gusto, los formatos preferidos por los/as usuarios/as son los “Libros” (40,7%), y las “Revistas en papel” (34,2%). Muy por debajo se encuentra la opción de acudir a “Páginas webs” (12,7%).

Si la motivación es la entretención o distracción, las revistas en papel lideran las preferencias, con un 31,9%, muy seguidas de los libros en el mismo formato (29,3%). En tercer lugar, se encuentran las páginas webs (22,1%).

Para el trabajo o estudio el material preferido es el libro (59,3%), seguido de “Páginas webs” (25,4%).

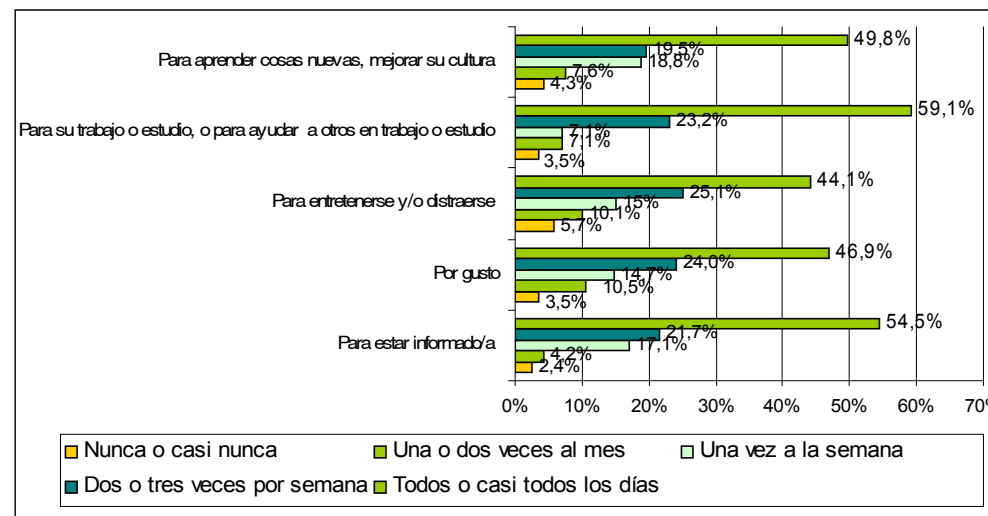
Finalmente, en la opción “Para aprender cosas nuevas, mejorar su cultura”, también se prefiere el libro (53,4%). Luego se encuentran otras alternativas como diarios o periódicos en papel (34,2%) y páginas webs (24,4%).

Tabla 3.1. Formatos de lectura, según motivación.

	Diarios y/o periódicos en papel	Revistas en papel	Libros	Diarios y/o periódicos en digital	Revistas en digital	Libros en digital	Páginas webs
	78,8%	14%	18,2 %	10,1%	3,9%	2,6%	12,7%
	28,3%	34,2%	40,7 %	2,3%	3,6%	3,3%	12,7%
	24,8%	31,9%	29,3 %	2,6%	2,6%	4,2%	22,1%
	15%	12,4%	59,3 %	3,9%	4,6%	8,1%	25,4%
	34,2%	20,2%	53,4 %	5,2%	3,9%	6,8%	24,4%

En lo que refiere a la periodicidad de lectura en relación con las motivaciones de lectura, los datos muestran que es bastante alta. Tal como se observa en la siguiente tabla, para todas las razones de lectura, la mayor parte de los/as encuestados/as señala leer todos o casi todos los días, siendo las opciones “Para su trabajo o estudio, o para ayudar a otros en su trabajo o estudios” y “Para estar informado/a”, las alternativas que alcanzan las cifras más altas, con un 59,1% y un 54,5% respectivamente. Cifras levemente menores se observan en las opciones “Para aprender cosas nuevas, mejorar su cultura” (49,8%), “Por gusto” (46,9%) y “Para entretenerse y/o distraerse” (44,1%).

Gráfico 3.3. Frecuencia de lectura, según motivación.



Ahora bien, en referencia a las razones específicas de los/as usuarios/as a la hora de escoger un determinado texto, la razón que más pesa es el contenido del mismo (76,5%). Esta consideración está muy por encima del “autor/a” (9,1%), “la forma de escritura” (7,8%) y su “presentación estética” (5,5%).

Tabla 3.2. Razón que más pesa al escoger un texto para leer

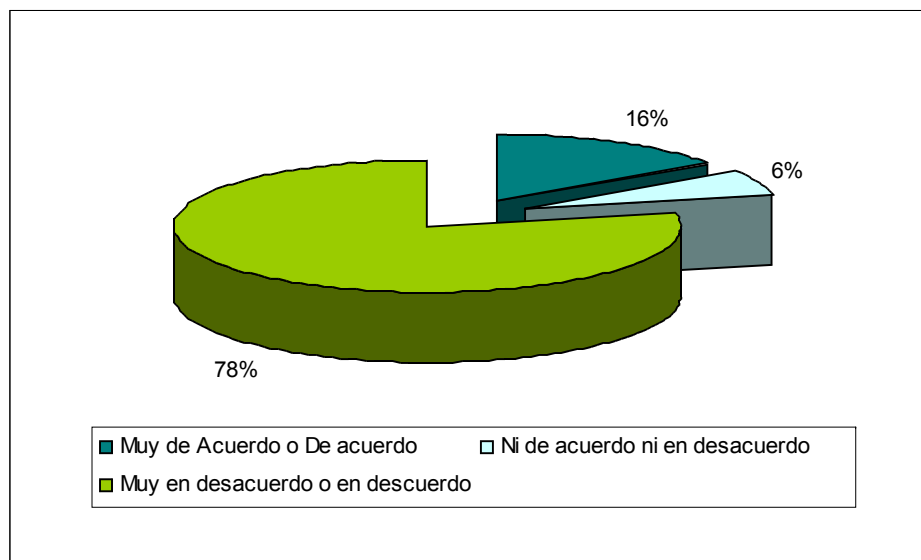
Razón	Porcentaje
El contenido del texto	76,5%
El autor o autora que lo escribe.	9,1%
La forma en que está escrito	7,8%
Su presentación estética	5,5%
Otra	1%
Total	100%

b) Percepciones sobre la lectura.

Otro elemento fundamental en el estudio dice relación con las percepciones y significaciones asociadas a la lectura. Los resultados muestran que, en términos generales, la mayor parte de los/as usuarios/as tiene una valoración positiva de la lectura, en relación a su necesidad y a los beneficios que trae para sus vidas.

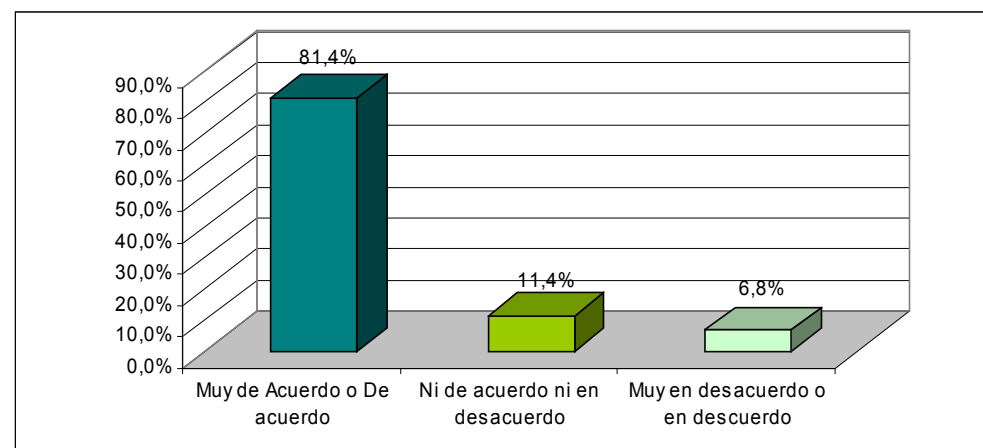
De esta forma una gran mayoría cree que la lectura sigue siendo importante en el mundo actual (78%).

Gráfico 3.4 Grado de acuerdo con la frase “En el mundo actual no es necesario leer tanto”.



En cuanto a la función de la lectura, la mayor parte de los/as encuestados/as, que alcanza el 81,4%, concuerda con que primariamente debiese estar orientada hacia la educación, más que a la entretención.

Gráfico 3.5. Grado de acuerdo con la frase “Más que para entretener la lectura debiese ser principalmente para educar a la gente”.



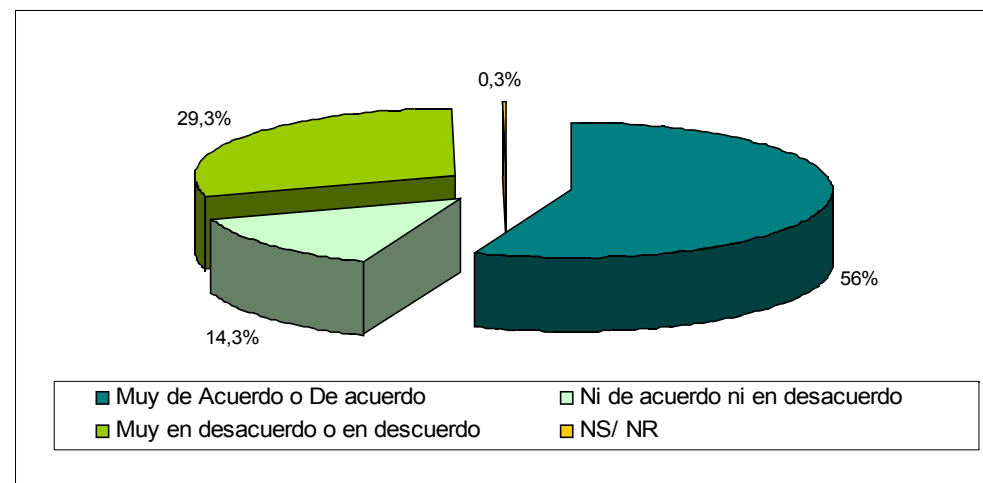
Así, la mayoría de los/as usuarios/as parece asociar la lectura a la adquisición de conocimientos. Esto se expresa en que el 80,7% de estos concuerda con la frase “Me gusta leer porque eso me hace más culto”.

Tabla 3.3. Grado de acuerdo con la frase “Me gusta leer porque siento que eso me hace más culto”.

	Muy de Acuerdo o De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Muy en desacuerdo o en desacuerdo	NS/ NR
Me gusta leer porque siento que eso me hace más culto/a	80,7%	11,1%	7,8%	0,3%

Por otra parte, un alto porcentaje de usuarios/as, aunque bastante menor que en la opción anterior, identifica además la lectura con la distracción. De esta manera, un 56% señala estar de acuerdo con la afirmación “Me gusta leer porque así me distraigo de mis preocupaciones cotidianas”. Cabe señalar, no obstante, que un porcentaje no despreciable -que alcanza el 29,3%- declara estar “Muy en desacuerdo o en desacuerdo” con dicha afirmación.

Gráfico 3.6. Grado de acuerdo con la frase “Me gusta leer porque así me distraigo de mis preocupaciones cotidianas”.



La mayoría de los/as encuestados rechaza el hecho de que su lectura sea por obligación o autoimposición. Así, un 79,5% señala estar “Muy en desacuerdo o en desacuerdo” con la frase “Si no tuviera que leer cosas para mis estudios o trabajo, preferiría no leer nada”.

A pesar de que se trata de un grupo minoritario, cabe señalar que un 10,4% se encuentra “Muy de acuerdo o de acuerdo” con dicha frase. Otro 9,1% señala no estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” con la aseveración.

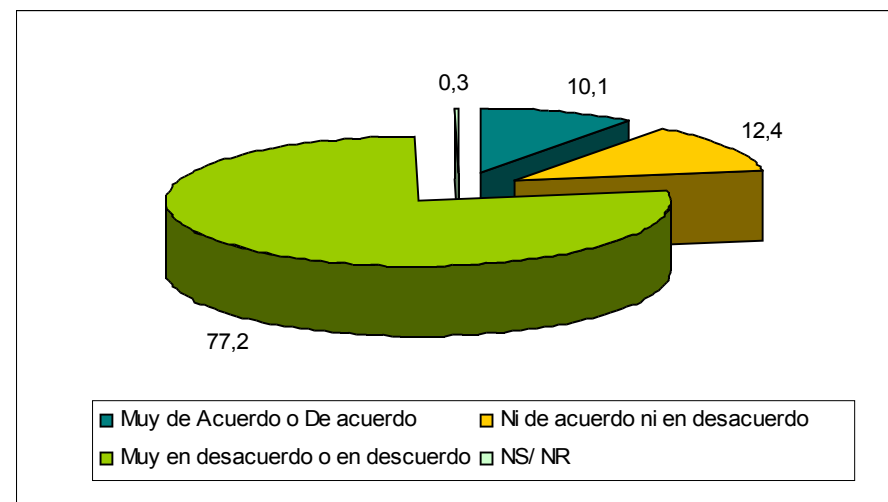
Tabla 3.4. Grado de acuerdo con la frase “Si no tuviera que leer cosas para mis estudios o trabajo, preferiría no leer nada”.

	Muy de Acuerdo o De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Muy en desacuerdo o en desacuerdo	NS/ NR
Si no tuviera que leer cosas para mis estudios	10,4%	9,1%	79,5%	1%

o trabajo, preferiré a no leer nada.				
--------------------------------------	--	--	--	--

Por otro lado, la mayor parte de los/as encuestados/as se encuentra “Muy en desacuerdo o en desacuerdo” con la frase “Leer es aburrido, hay muchas otras cosas mejores que hacer” (77,2%). Al igual que en caso anterior, no se puede despreciar el hecho de que un porcentaje, aunque bastante menor, se muestra indiferente frente a la pregunta (12,4%) o en acuerdo (10,1%).

Gráfico 3.7. Grado de acuerdo con la frase “Leer es aburrido, hay muchas otras cosas mejores que hacer”.



En lo que refiere a las percepciones de género, las respuestas sobre la variación en la cantidad de lectura entre hombres y mujeres están bastante repartidas. Así, un porcentaje levemente superior concuerda con que las mujeres leen más que los hombres (35,9%). Un 28,4% no concuerda con tal afirmación, mientras un 24,2% se encuentra “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”.

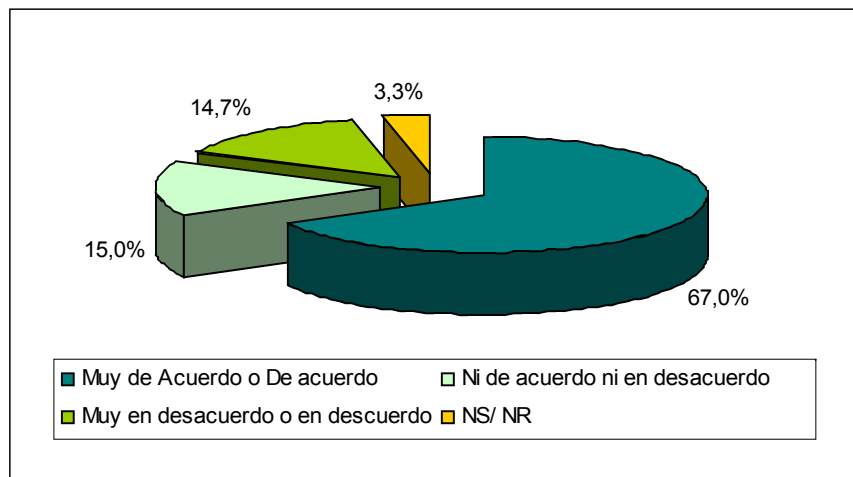
Tabla 3.5. Grado de acuerdo con la frase “Las mujeres leen más que los hombres”.

	Muy de Acuerdo o De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Muy en desacuerdo o en desacuerdo	NS/ NR
L	35,9%	24,2%	28,4%	11,4 %

Donde los/as usuarios/as manifiestan mayores diferencias de opinión es en los temas de lectura. De esta manera la mayoría señala estar “Muy de acuerdo o de acuerdo” con que “A mujeres y hombres les gusta leer cosas distintas”.

Cabe señalar, no obstante, que un 15% se manifiesta indiferente frente a la frase, y un 14,7% no concuerda con ella.

Gráfico 3.8. Grado de acuerdo con la frase “A mujeres y hombres les gusta leer cosas distintas”.



En cuanto a las percepciones sobre el acceso a libros, el precio de estos no parece ser un impedimento para la lectura, en el caso de la mayor parte de los/as usuarios/as. De esta forma, un 56,9% no concuerda con la frase “Leo poco porque los libros son caros y no tengo acceso a ellos”. No obstante, un porcentaje no despreciable, que alcanza en 28,1%, se manifiesta “Muy de Acuerdo o De acuerdo” con la afirmación. Otro, 14,1%, en tanto, se muestra indiferente.

Tabla 3.6. Grado de acuerdo con la frase “Leo poco porque los libros son caros y no tengo acceso a ellos”.

	Muy de Acuerdo o De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Muy en desacuerdo o en descuerdo	NS/ NR
Leo	28,1%	14,1%	56,9%	1%

poco porque los libros son caros y no tengo acceso a ellos				
--	--	--	--	--

La mayor parte de los/as encuestados/as (66,3%) señala tener acceso a buenos libros, mientras el 21,6% señala que no accede a textos de calidad. A pesar de lo anterior un 73,8%, señala que le gustaría tener acceso a otro tipo de libros.

Tabla 3.7. Percepciones sobre el acceso a textos.

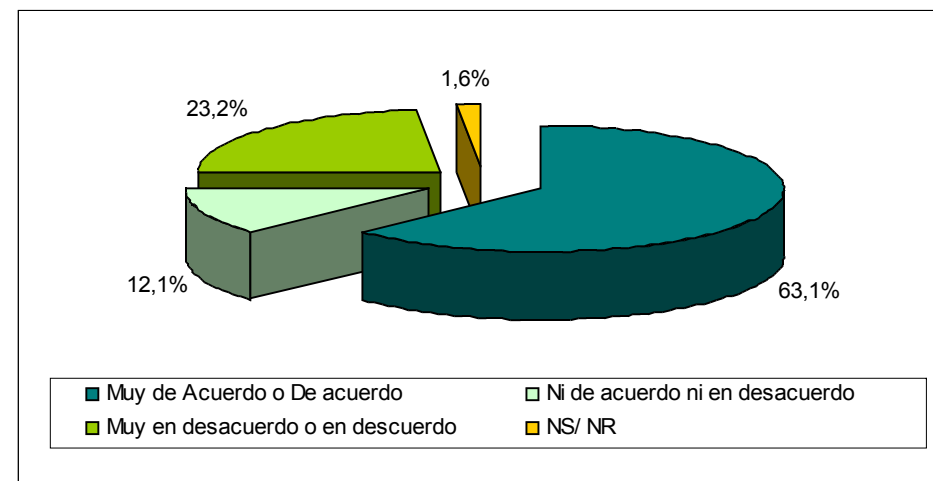
	Muy de Acuerdo o De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Muy en desacuerdo o en descuerdo	NS/ NR
No tengo acceso a buenos libros	21,6%	10,5%	66,3%	1,6%

s t e x t o s				
	M e g u s t a r í a t e n e r a c c e s o a o t r o p o d e l i	73,8%	10,5%	15,1%

b r o s				
------------------	--	--	--	--

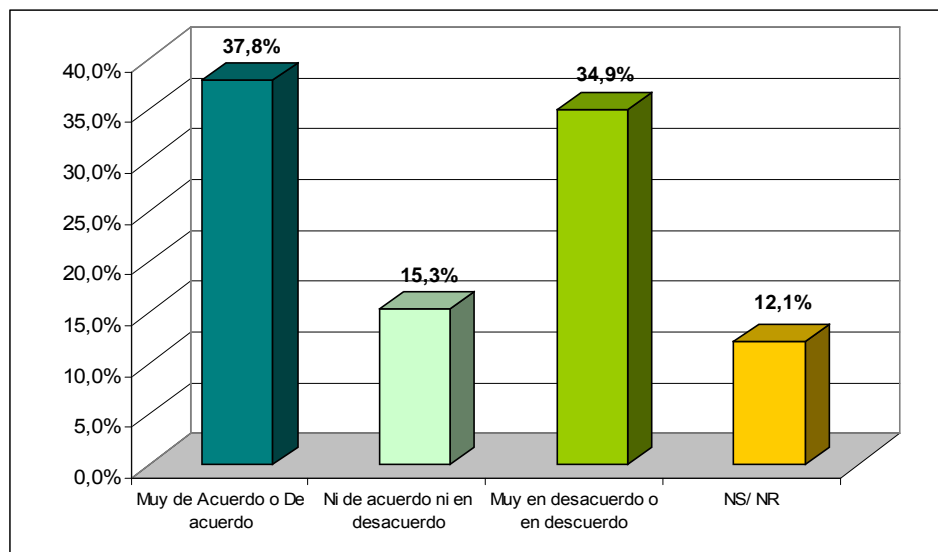
Sobre el tiempo destinado a la lectura, la mayor parte de los/as encuestados/as señala que le falta tiempo para leer más (63,1%). Sin embargo, un 23,2% no concuerda con esta afirmación y un 12,1% se muestra indiferente con ella.

Gráfico 3.9. Grado de acuerdo con la frase “Siento que me falta tiempo para leer más”.



En cuanto a la relación entre la lectura y el uso de Internet, las respuestas se encuentran repartidas de forma relativamente similar. Así, un 37,8% concuerda en haber aumentado su nivel de lectura con el uso de Internet, mientras otro 34,9% no concuerda con esta idea.

Gráfico 3.10. Grado de acuerdo con la frase “Desde que uso Internet leo mucho más que antes”



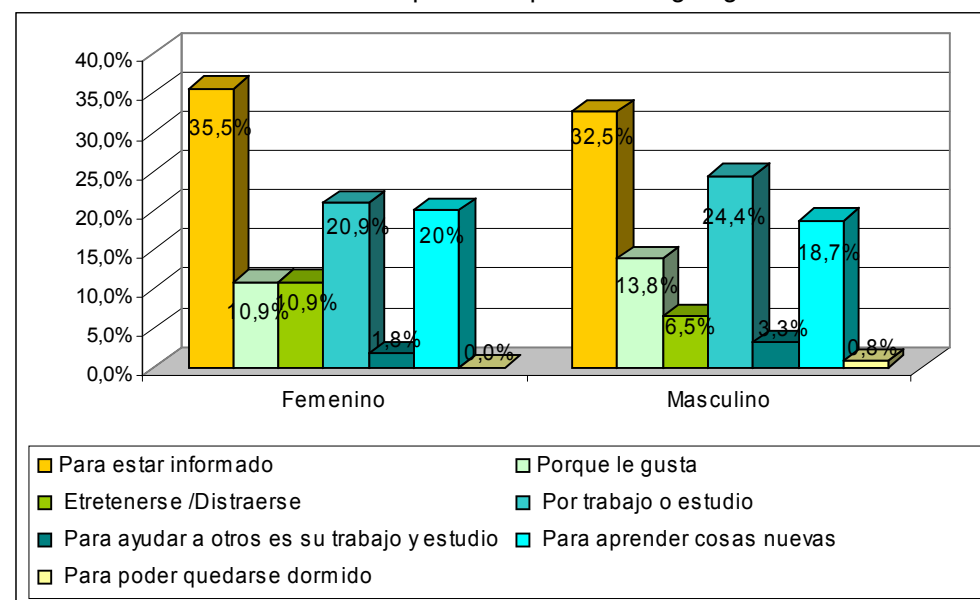
3.2.2. Género.

a) Razones y motivaciones para la lectura.

En lo que refiere a las principales razones de lectura, no se observan grandes diferencias entre hombres y mujeres. Con una diferencia de 3 puntos a favor de las mujeres, en ambos casos la principal razón es “Para estar informado”,

(35,5% en mujeres y 32,5% en los hombres). En segundo lugar, la principal razón es, para ambos grupos, “Por trabajo o estudio”. Aquí las opciones se encuentran 3,3 puntos a favor de los hombres (24,4% vs 20,9% en la mujeres). Finalmente, otra opción importante como principal razón de lectura es “Para aprender cosas nuevas”, donde la diferencia se inclina hacia las mujeres, en 2,3 puntos (20%, vs 18,7% de los hombres)

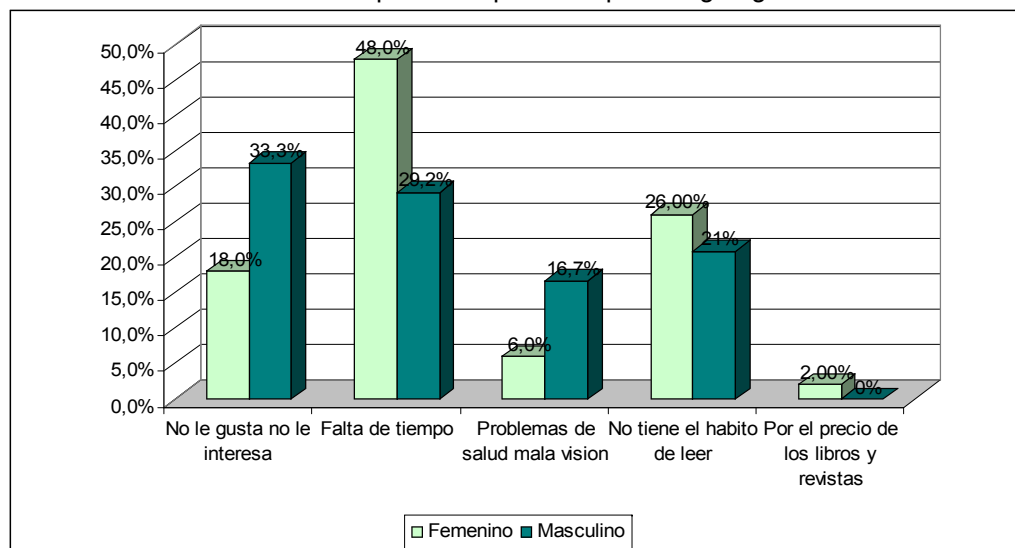
Gráfico 3.11. Principal razón para leer según género.



No obstante, es posible apreciar algunas diferencias en las razones de baja lectura, entre los géneros. Para los hombres la principal razón es la falta de interés o de gusto por la lectura (33%). Las mujeres que señalan esta alternativa alcanzan sólo el 18%. Para las mujeres, en tanto, la principal razón de la poca lectura es ellas

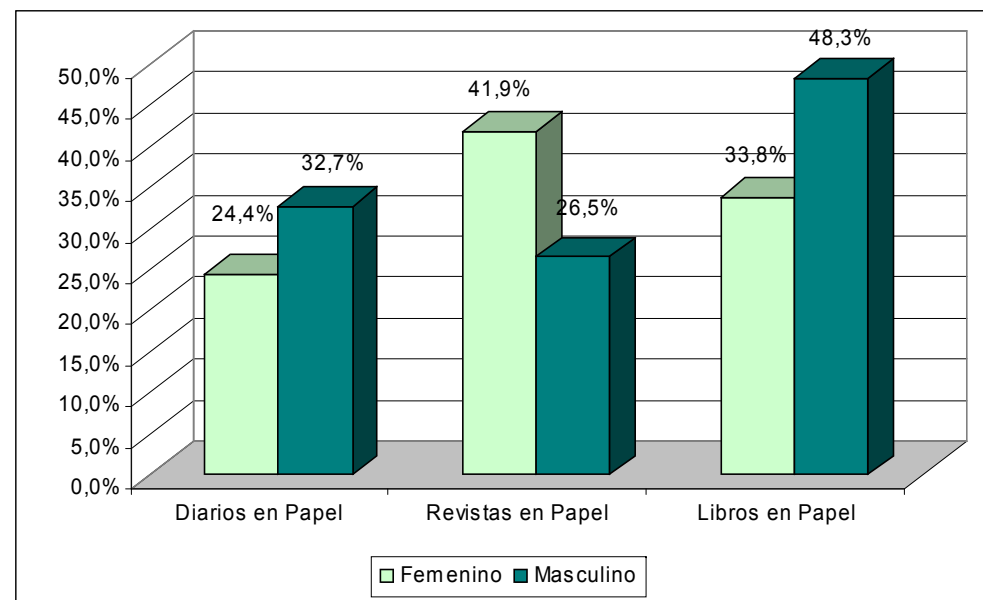
es la falta de tiempo (48%). Los hombres que responden esta opción también muestran un porcentaje importante, que alcanza el 29,2%.

Gráfico 3.12. Principal razón para leer poco según género.



También se aprecian diferencias de género en los formatos escogidos según la motivación por la lectura. En la lectura por gusto, la preferencia por diarios en papel es superior en los hombres (32,7%) que en las mujeres (24,4%). La misma relación se da en la lectura de libros en papel, donde la lectura de este formato alcanza un 48,3% en hombres y un 33,8% en mujeres. En la lectura de revistas en papel, en cambio, sucede lo opuesto. Mientras las mujeres prefieren este formato en un 41,9%, los hombres lo hacen sólo en un 26,5%.

Gráfico 3.12. Formato de lectura en el que lee por gusto según género.



En cuanto a la lectura “Para entretenerse”, se aprecian algunas diferencias importantes en la preferencia por revistas en papel, en tanto esta es mucho más marcada en las mujeres que en los hombres (42,5% vs 20,4%).

Tabla 3.8. Lectura de revistas en papel para la entretención según género.

	Femenino	Masculino
Revistas en papel	42,5%	20,4%

b) Percepciones sobre la lectura.

Las diferencias de género también se manifiestan en algunas percepciones y significaciones asociadas a la lectura. En lo que refiere a la lectura como

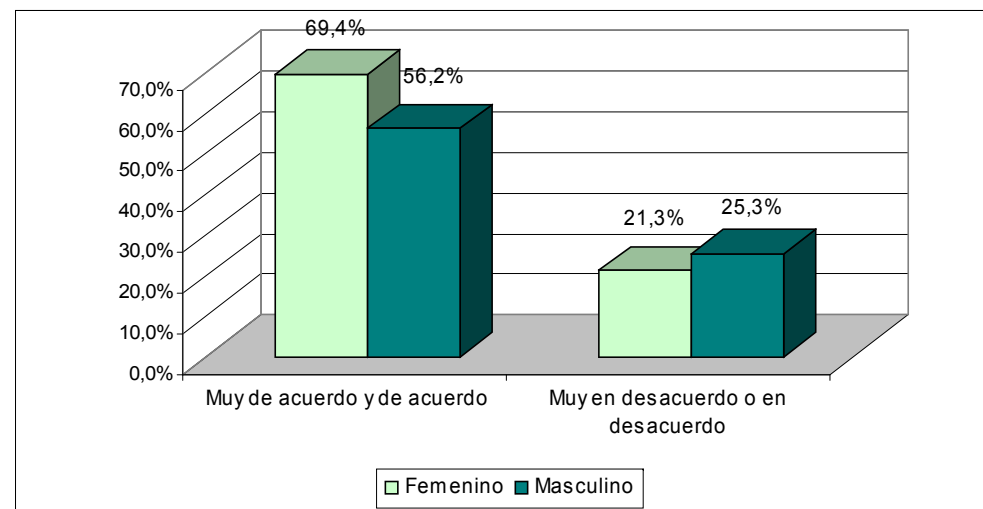
distracción de las preocupaciones cotidianas, las mujeres manifiestan una concordancia con la afirmación que los hombres (60,6% vs 51%). Esta tendencia se reafirma en la respuesta contraria, donde es mayor el porcentaje de hombres que de mujeres que contesta, “Muy en desacuerdo o en desacuerdo” (33,3% y 25,6% respectivamente).

Tabla 3.9. Grado de acuerdo con la frase “Me gusta leer porque así me distraigo de mis preocupaciones cotidianas” según género..

	SEXO		Total
	Femenino	Masculino	
Muy de acuerdo y de acuerdo	60,6%	51%	56,0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13,1%	15,6%	14,3%
Muy en desacuerdo o en desacuerdo	25,6%	33,3%	29,3%
NS/NR	0,6%	0%	0,3%
Total	100%	100%	100%

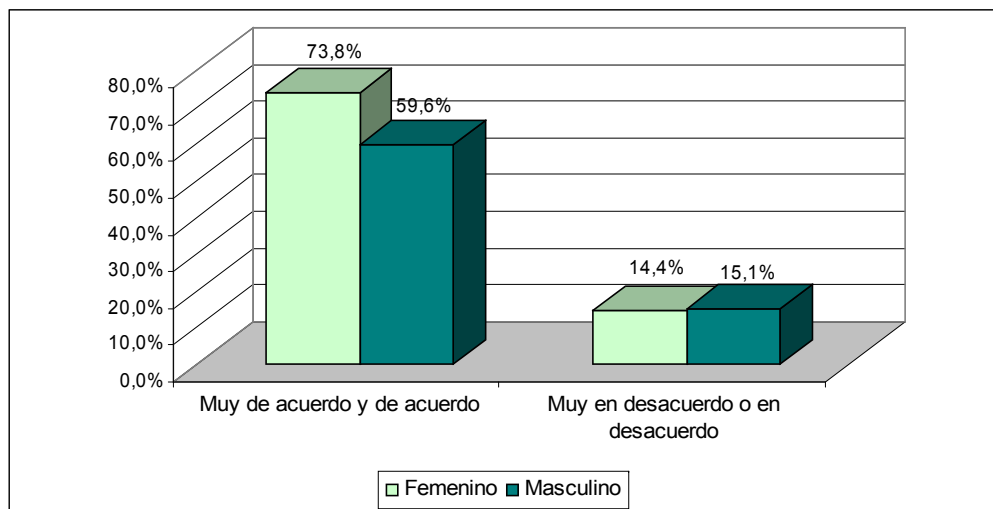
Por otra parte, la falta de tiempo para la lectura también es un elemento diferenciador entre los géneros. De esta manera, son las mujeres las que señalan en mayor porcentaje que los hombres, la concordancia con la frase “Siento que me falta tiempo para leer más” (69,4% vs, 56,2%, respectivamente).

Gráfico 3.13. Grado de acuerdo con la frase “Siento que me falta tiempo para leer más” según género.



También se aprecian diferencias en las percepciones sobre la relación entre género y lectura. Las mujeres se muestran “Muy de acuerdo o de acuerdo”, en mayor porcentaje que los hombres, de que existen diferencias de temas en los gustos de lectura, entre los sexos (73,8%).

Gráfico 3.14. Grado de acuerdo con la frase “A mujeres y hombres les gusta leer cosas distintas” según género.



Como es de esperarse, también existen opiniones disímiles entre hombres y mujeres en lo que concierne a la cantidad de lectura por género. Las mujeres, en mayor porcentaje, concuerdan con que son ellas las que leen más (42,8% frente a un 28,6% de los hombres). Los hombres, en cambio, están en mayor medida “Muy en desacuerdo o en desacuerdo” con dicha afirmación (32% frente a un 25,2% de las mujeres).

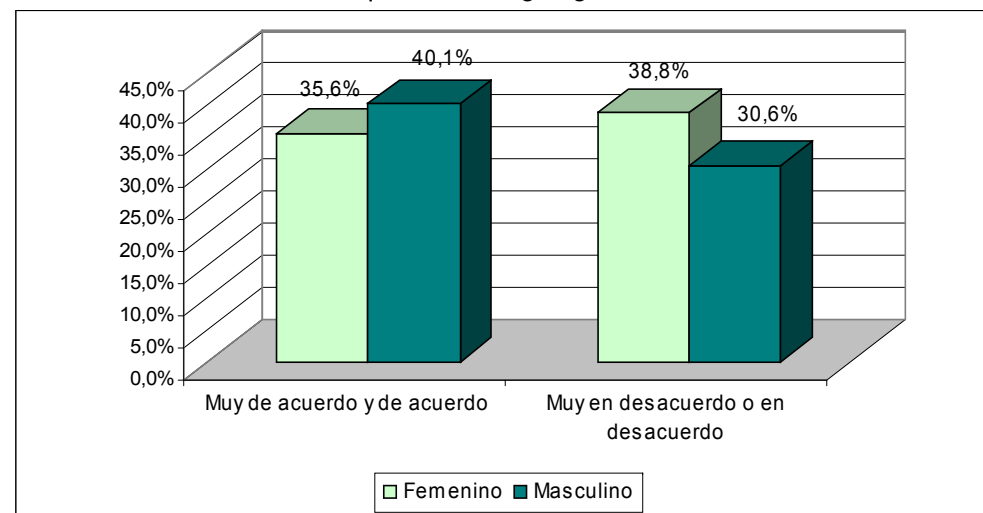
Tabla 3.10. Grado de acuerdo con la frase “Las mujeres leen más que los hombres”según género.

	Femenino	Masculino	Total
Muy de acuerdo y de acuerdo	42,8%	28,6%	35,9%
Muy en desacuerdo o en desacuerdo	25,2%	32,0%	28,4%

Finalmente, los datos muestran divergencias en la relación entre el uso de Internet y la lectura. Al examinar el grado de acuerdo con la frase: “Desde que uso Internet leo mucho más que antes”, se aprecia que un mayor porcentaje de hombres se encuentra “Muy de acuerdo o de acuerdo” (40,1% vs 35,6% de las mujeres). La

relación se corrobora al examinar la opción inversa (“Muy en desacuerdo o en desacuerdo”), donde las mujeres responden esta alternativa en mayor medida que los hombres (38,8% vs 30,6%)

Gráfico 3.15. Grado de acuerdo con la frase: “Desde que uso Internet leo mucho más que antes” según género.



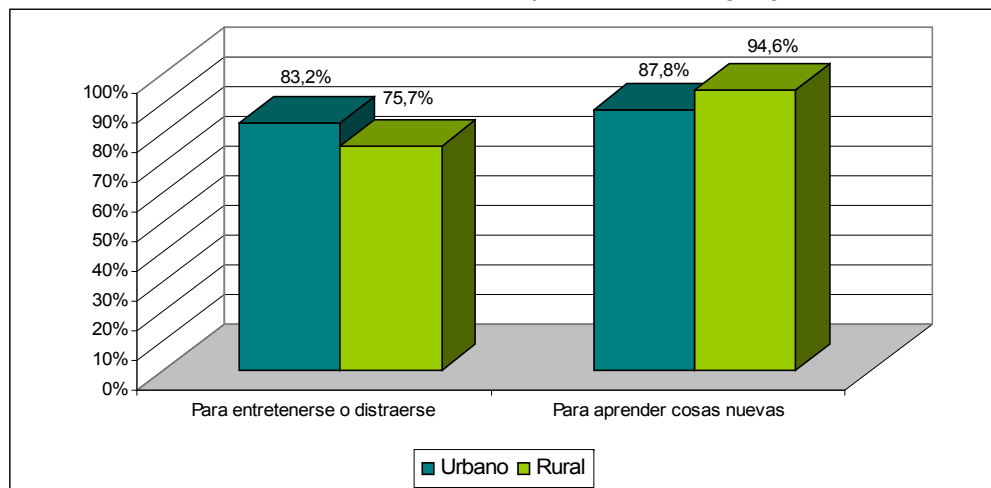
3.2.3. Localización geográfica. (Rural y urbano)

a) Razones y motivaciones para la lectura.

La localización geográfica también se relaciona con las motivaciones y razones asociadas a la lectura. De esta manera, los datos permiten apreciar un mayor porcentaje de usuarios/as motivados en la lectura por entretenimiento o distracción en el entorno urbano (83,2%) que en el entorno rural (75,7%). Por el contrario, la lectura motivada por el aprendizaje de cosas nuevas es mayor en

usuarios/as de bibliotecas rurales (94,6%) que en los/as usuarios/as de bibliotecas urbanas (87,8%).

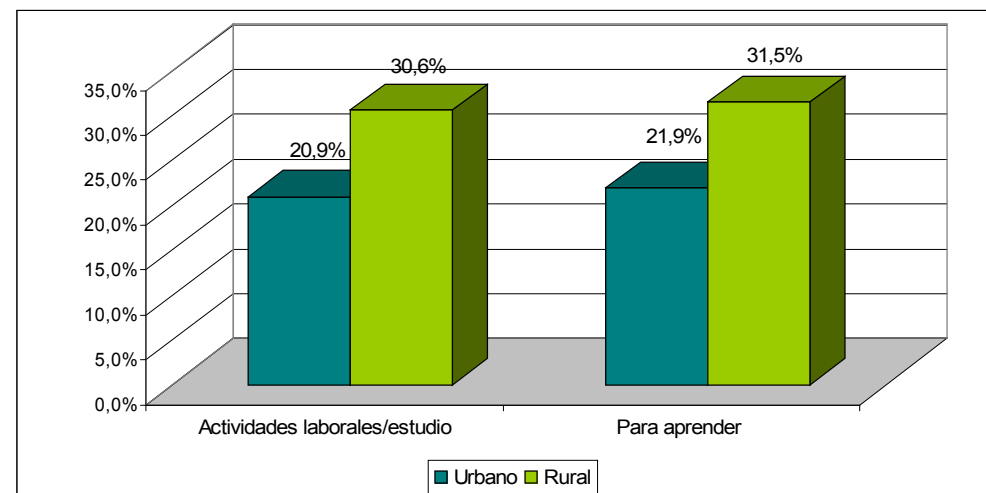
Gráfico 3.20. Razones de lectura, por localización geográfica.



En lo que refiere a los formatos usados, la lectura por gusto en revistas en papel es superior en los/as usuarios/as de bibliotecas urbanas (43,9%), que en los/as usuarios/as de bibliotecas rurales (35,1%).

Diferencias inversas se aprecian en la lectura de páginas Web para las actividades laborales o estudiantiles, donde son los/as usuarios/as de bibliotecas rurales los que presentan un mayor porcentaje que los/as usuarios/as de bibliotecas urbanas (31,5% vs 21,9%). Como se observa en el siguiente gráfico, la lectura de páginas Web, para el aprendizaje, también es superior en los/as usuarios/as bibliotecas rurales, alcanzando un 30,6%, frente a un 20,9% en usuarios/as de bibliotecas urbanas.

Gráfico 3.21. Lectura de páginas Web para sus actividades laborales o de estudio, por localización geográfica.



b) Percepciones sobre la lectura.

En lo que refiere a la percepción sobre el precio de los libros como impedimento para alcanzar mayores niveles de lectura, se observa un mayor grado de acuerdo con la frase en usuarios/as urbanos que en usuarios/as rurales (30,6% vs 23,6%). La respuesta se corrobora al observar el grado de desacuerdo con dicha idea, que es mayor en usuarios/as rurales que en urbanos/as (62,7% y 53,6%, respectivamente)

Tabla 3.11. Grado de acuerdo con la frase: “Leo poco porque los libros son caros y no tengo acceso a ellos”, por localización geográfica.

	Urbano	Rural	Total
Muy de acuerdo y de acuerdo	30,6%	23,6%	28,1%
Muy en desacuerdo o en desacuerdo	53,6%	62,7%	56,9%

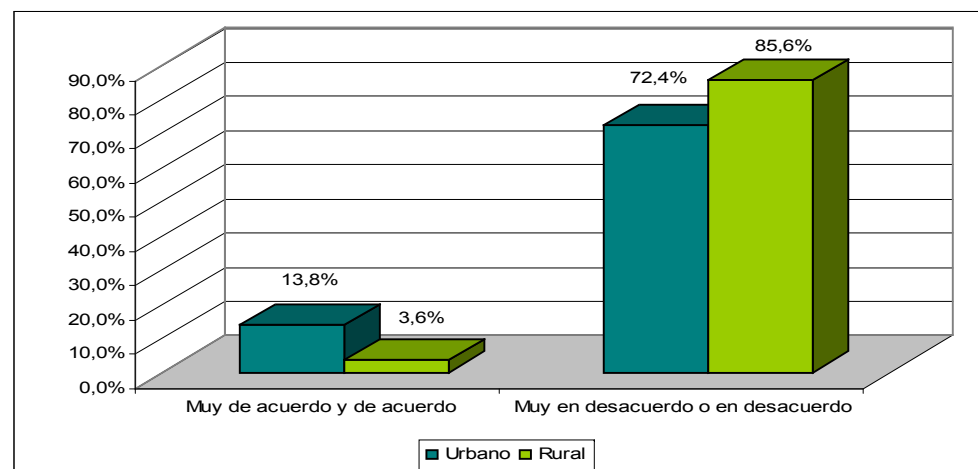
Por otro lado, la percepción de no tener acceso a buenos textos, aunque no es una opción mayoritaria, es más alta en usuarios/as urbanos (26,5%) que en usuarios/as rurales (12,7%). Así, también se aprecia una relación inversa en el grado de desacuerdo con dicha idea.

Tabla 3.12. Grado de acuerdo con la frase: “No tengo acceso a buenos textos”, por localización geográfica.

	Urbano	Rural	Total
Muy de acuerdo y de acuerdo	26,5%	12,7 %	21,6 %
Muy en desacuerdo o en desacuerdo	59,7%	78,2 %	66,3 %

Como se aprecia en el siguiente gráfico, si bien la mayor parte de los/as usuarios/ as se muestra “Muy en desacuerdo o en desacuerdo con la frase: “Leer es aburrido hay muchas otras cosas mejores que hacer”, esta opción es mayor en 13,2 puntos en usuarios/as de bibliotecas rurales. Estos, a su vez, se muestran en concordancia con la idea en un porcentaje inferior que los/as usuarios/as de bibliotecas urbanas.

Gráfico 3.22. Grado de acuerdo con la frase: “Leer es aburrido hay muchas otras cosas mejores que hacer”, por localización geográfica.



3.2.4. Rango etéreo.

a) Razones y motivaciones para la lectura.

Es posible apreciar diferencias en la motivación por la lectura entre los distintos tramos etéreos. Tal como se aprecia en el gráfico siguiente, estar informado/a es la principal razón de lectura frecuente en jóvenes (35,1%), adultos (38,5%) y en adultos mayores (48,3%).

En los adolescentes, en cambio, la principal razón de lectura frecuente está asociada a los estudios (45,5%). En segundo lugar, aunque muy por debajo, se encuentran la motivación por aprender cosas nuevas (18,2%) y “Para estar informado” (16,4%).

Para los jóvenes, el trabajo o los estudios (22,8%), y el gusto (21,1%), son otras de las principales alternativas mencionadas como razón principal de lectura. En menor medida este grupo señala la opción “Para entretenerse o distraerse” (12,3%).

En los adultos, la segunda opción más nombrada como razón principal de lectura es “Para aprender cosas nuevas” (27,5%) y, más abajo, “Por trabajo o estudios” (14,3%).

Finalmente en el grupo de adultos mayores, la segunda alternativa es, al igual que en el grupo anterior, el aprendizaje de cosas nuevas (20,7%). Más abajo se encuentran la alternativas: “Por gusto” (13,8%) y “Para entretenerse o distraerse” (10,3%).

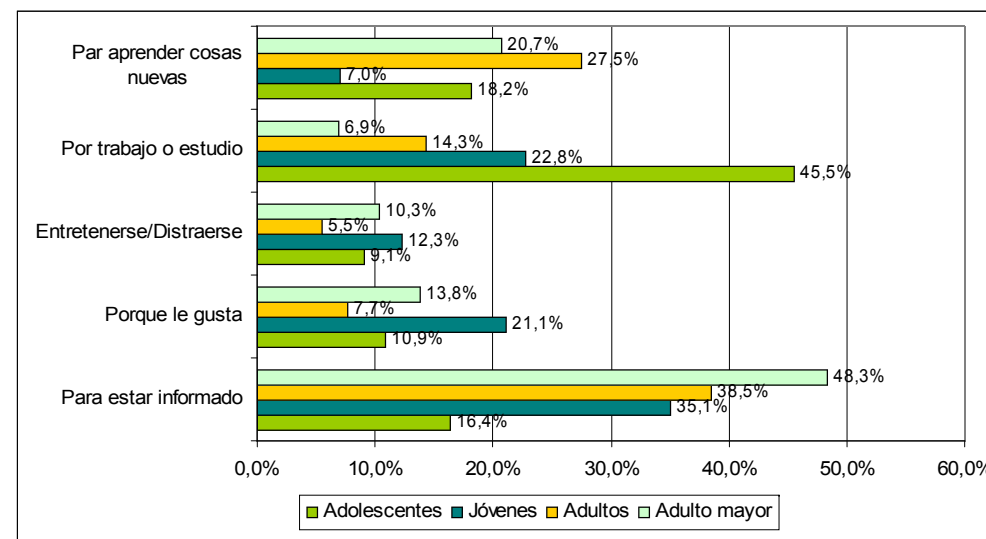


Gráfico 3.23. Principal razón de lectura frecuente, por rango etáreo.

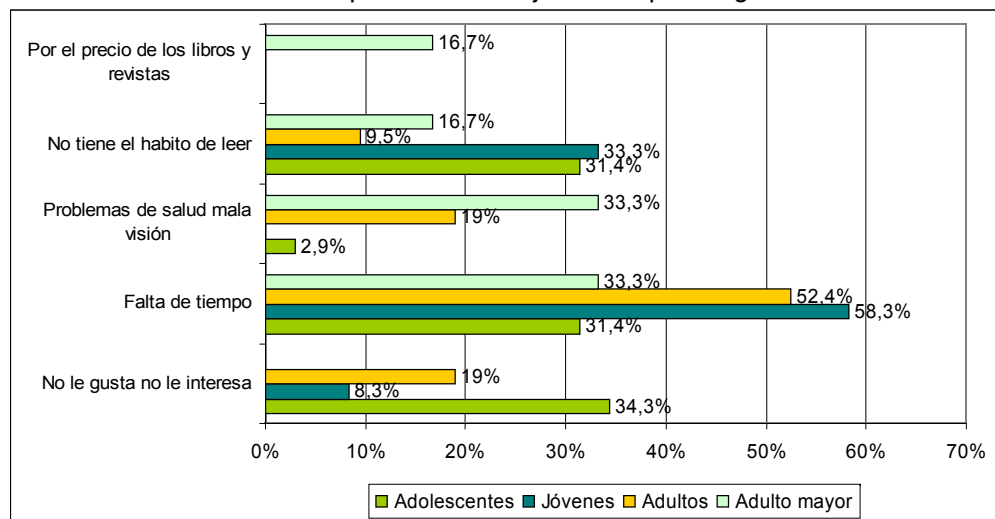
En los/as usuarios/as que no son lectores frecuentes, la principal razón de sus bajos niveles de lectura también muestran elementos diferenciadores entre los distintos grupos de edad. En el grupo adolescente, la alternativa mayoritaria es “Porque no le gusta, no le interesa” (34,3%). Muy cercanas a este porcentaje se encuentran la falta de tiempo y no tener el hábito de leer, ambas con un 31,4%.

En los jóvenes, en cambio, la principal alternativa es claramente la falta de tiempo (58,3%). En segundo lugar, con una cifra que alcanza el 33,3%, se encuentra “No tener el hábito de leer”.

En el grupo adulto, la falta de tiempo también es la alternativa más señalada, con un 52,4%. Muy por debajo, le siguen las opciones “Porque no le gusta, no le interesa” y “Problemas de salud, mala visión, etc.”, ambas con un 19%.

Por último, para los adultos mayores, tanto la falta de tiempo, como los problemas de salud son las principales razones para sus bajos niveles de lectura (ambos con un 33,3%). Luego se encuentran la falta de hábito y el precio de libros y revistas, con un 16,7%.

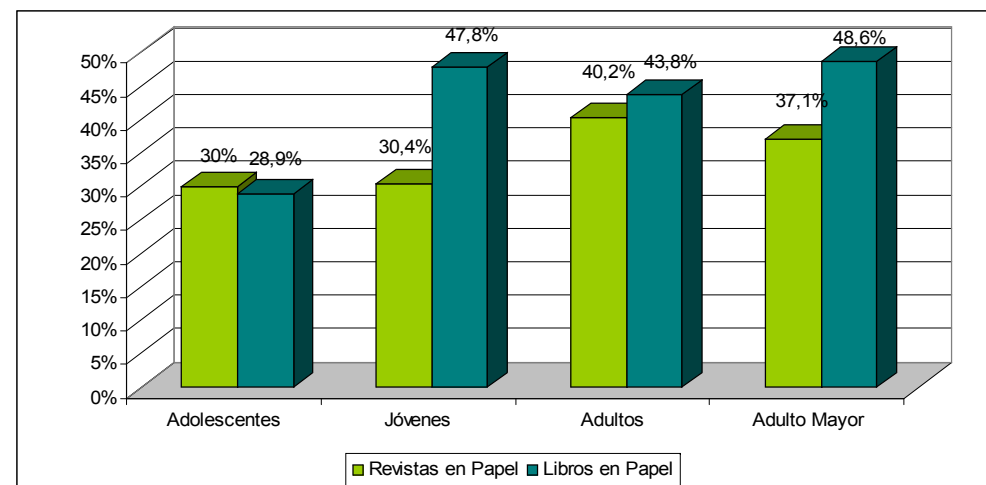
Gráfico 3.24. Principal razón de baja lectura por rango etéreo.



La preferencia por determinados formatos, relacionada a la motivación lectora, también se vincula con las características etéreas de los/as usuarios/as. Así, en la lectura “Por gusto”, la lectura de revistas en papel es superior en los grupos adulto y adulto mayor, con un 40,2% y un 37,1%, respectivamente.

En lo que refiere a la lectura de libros en papel, se observa un menor consumo en el caso del grupo de inferior edad. Mientras en jóvenes, adultos y adultos mayores es superior al 43%, en los adolescentes no alcanza el 30%.

Gráfico 3.25 Lectura por gusto de libros y revistas en papel, por rango etéreo.

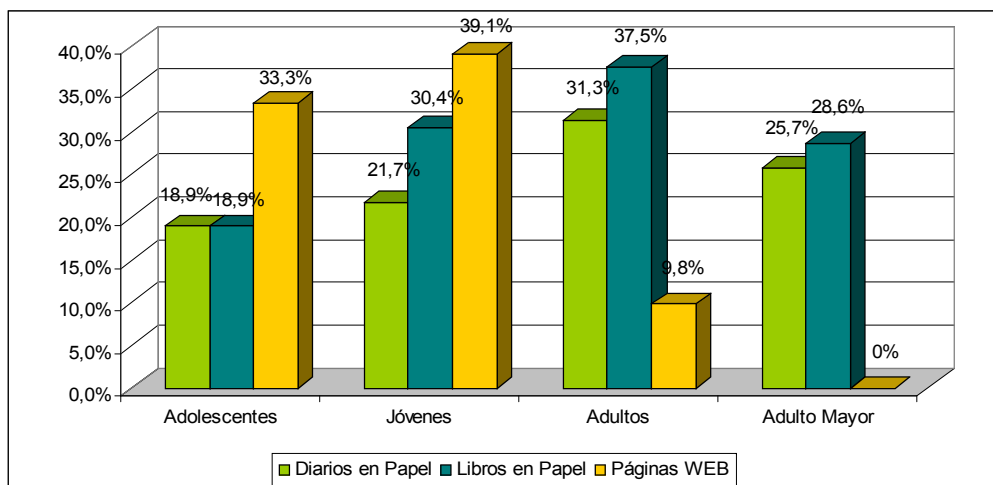


En cuanto a la lectura por entretenimiento, el diario o periódico en papel es más utilizado por los adultos (31,3%) y los adultos mayores (25,7%). Los jóvenes y los adolescentes usan este medio, en menor medida que los anteriores para entretenerse (21,7% y 18,9%, respectivamente).

Ahora bien, en la lectura de libros en papel, con los fines mencionados, las mayores diferencias se observan entre adultos y adolescentes. Mientras en el primer grupo alcanza un 37,5%, en el segundo es inferior al 20%.

Por último, en el uso de páginas Web, para entretenerse, se observan mayores diferencias entre los grupos. Mientras esta alternativa es superior al 30% en adolescentes y jóvenes (33,3% y 39,1%, respectivamente), esta opción cae al 9,8% en adultos. Un mayor contraste se observa en relación a los adultos mayores, para quienes simplemente esta no parece ser una opción.

Gráfico 3.26. Lectura de para entretenerse, en distintos formatos, por rango etéreo.



La percepción sobre la falta de tiempo para leer más muestra la misma tendencia señalada en la pregunta anterior. De esta forma, a medida que aumenta la edad, aumenta el porcentaje que concuerda con la frase "Siento que me falta más tiempo para leer más".

Tabla 3.14. Grado de acuerdo con la frase: "Siento que me falta más tiempo para leer más"

	ADOLESCENTES	JÓVENES	ADULTOS	ADULTO MAYOR	Total
Muy de acuerdo y de acuerdo	53,9%	63,8%	67,9%	71,4%	63,3%

Por otra parte, la percepción sobre la diferencia de gustos entre los géneros es bastante alta en todos los tramos etáreos. Sin embargo, es mucho mayor en el grupo adulto, donde alcanza un 75%.

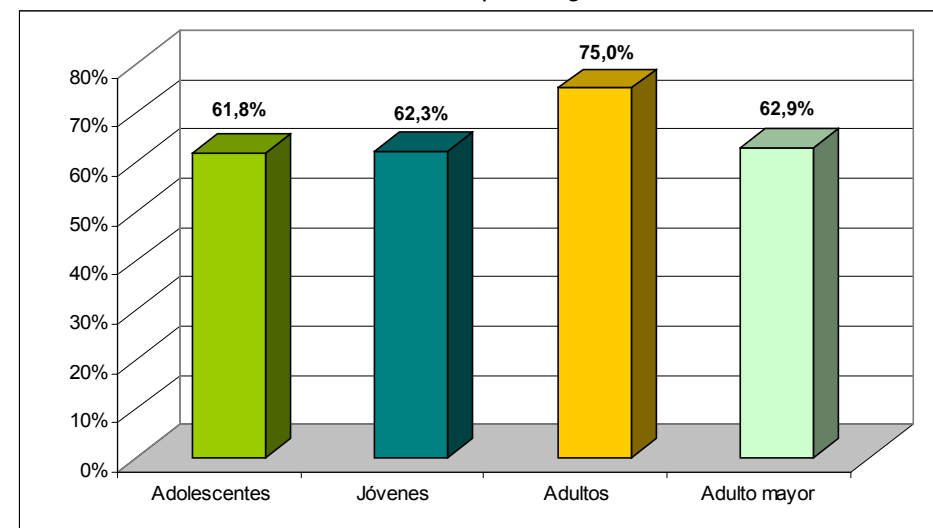
b) Percepciones sobre la lectura.

Las percepciones asociadas a la lectura también muestran variaciones en los diferentes grupos. Así, los datos permiten apreciar una clara tendencia en el gusto por la lectura asociado a la adquisición de mayor cultura, el cual es directamente proporcional a la edad. Estas diferencias se aprecian de mejor forma al contrastar el porcentaje de adolescentes que concuerda con la frase "Me gusta leer porque me hace más culto", frente a la cifra alcanzada por los adultos mayores. En los primeros, si bien se trata de una cifra bastante alta (67,8%), es bastante inferior al porcentaje del segundo grupo (91,4%).

Tabla 3.13. Grado de acuerdo con la frase: "Me gusta leer porque me hace más culto"

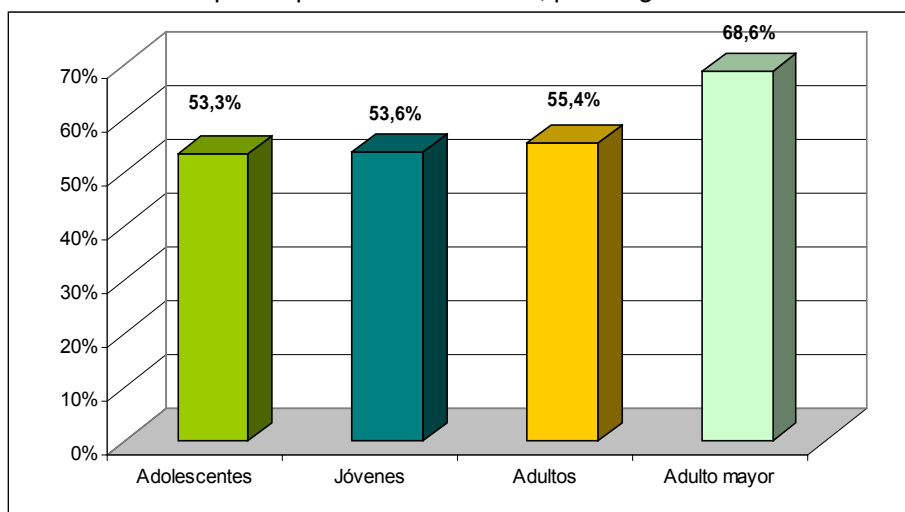
	ADOLESCENTES	JÓVENES	ADULTOS	ADULTO MAYOR	Total
Muy de acuerdo y de acuerdo.	67,8%	82,4%	86,6%	91,4%	80,7%

Gráfico 3.27. Grado de acuerdo con la frase: "A mujeres y hombres les gusta leer cosas distintas" por rango etáreo.



La idea del gusto por la lectura motivado por la distracción de las preocupaciones cotidianas, muestra un alto grado de concordancia en todos los grupos etáreos (sobre el 53%). No obstante, es bastante más alta en el grupo adulto mayor, donde alcanza el 68,6%.

Gráfico 3.28. Grado de acuerdo con la frase: “Me gusta leer porque así me distraigo de mis preocupaciones cotidianas”, por rango etáreo.



Todos los grupos parecen coincidir en la necesidad de la lectura en la realidad contemporánea, lo que se expresa en el alto grado de desacuerdo con la frase “En el mundo actual no es necesario leer tanto”. Sin embargo esta creencia es menos fuerte en el grupo adolescente y en el grupo adulto mayor (66,3% y 67,6%, respectivamente). Asimismo, estos dos grupos muestran un porcentaje no menor de concordancia con dicha frase (24,7% y 26,5%).

Tabla 3.15. Grado de acuerdo con la frase: “En el mundo actual no es necesario leer tanto”, por rango etáreo.

	ADOLESCENTES	JÓVENES	ADULTOS	ADULTO MAYOR	Total
Muy de acuerdo y de acuerdo	24,7%	7,4%	10,0%	26,5%	15,6%
Muy en desacuerdo o en desacuerdo	66,3%	89,7%	83,6%	67,6%	78,1%

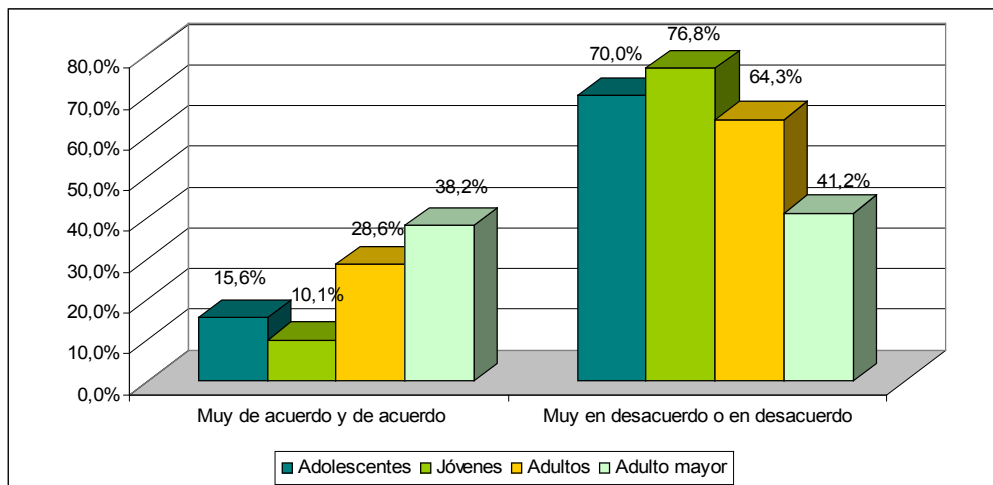
El precio de los libros no parece ser un impedimento para la lectura en la mayor parte de los usuarios, excepto en el caso de los adultos mayores, que en su mayoría se muestran “Muy de acuerdo o de acuerdo” con la frase “Leo poco porque los libros son caros y no tengo acceso a ellos” (54,3%)

Tabla 3.16 Grado de acuerdo con la frase: “Leo poco porque los libros son caros y no tengo acceso a ellos”, por rango etáreo.

	ADOLESCENTES	JÓVENES	ADULTOS	ADULTO MAYOR	Total
Muy de acuerdo y de acuerdo	12,2%	19,1%	38,4%	54,3%	28,2%

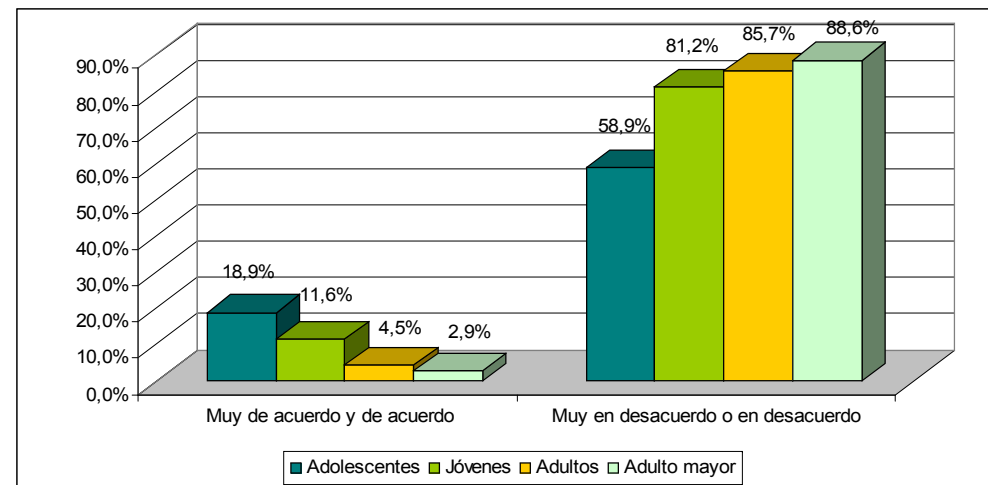
El mismo segmento etáreo señala no tener acceso a buenos textos, en mayor medida que los otros grupos (38,2%). Sin embargo esta disconformidad también alcanza un porcentaje no despreciable en el grupo adulto (28,6%).

Gráfico 3.29. Grado de acuerdo con la frase: “No tengo acceso a buenos textos”.



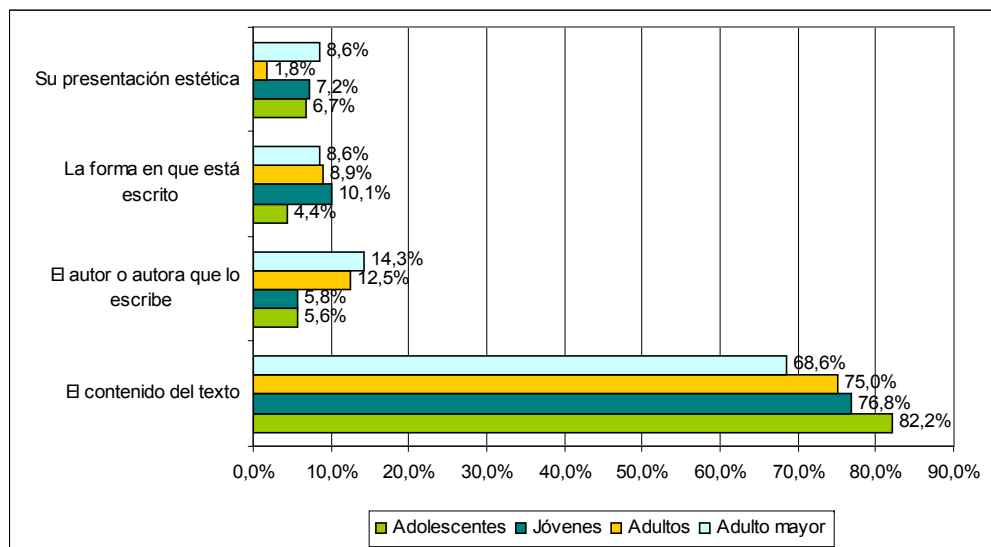
Por otra parte, la percepción de la lectura como algo aburrido es mayor en el grupo adolescente, lo que se expresa tanto en las cifras de acuerdo (18,9%), que son mayores que para los otros grupos, como en las desacuerdo (58,9%), mucho menores que en los otros tramos etáreos.

Gráfico 3.30. Grado de acuerdo con la frase: “Leer es aburrido hay muchas otras cosas mejores que hacer”, por rango etáreo.



Por último, es posible observar algunas diferencias en las razones que más pesan a la hora de escoger un buen texto. Si bien para todos los grupos la más importante es el contenido del texto, en el segmento adulto y en el adulto mayor es importante el autor o autora que lo escribe (12,5% y 14,3%, respectivamente). Para los jóvenes, en tanto, la forma en que está escrito alcanza un porcentaje no despreciable (10,1%).

Gráfico 3.31. Razón que más pesa a la hora de escoger un texto para leer, por rango etáreo.



otros grupos, llegando a un 51,4%. En segundo lugar aparece la opción vinculada al gusto (17,1%). Por último, se encuentra la alternativa de distracción o entretención (14,3%). En las dueñas de casa, en tanto, las preferencias aparecen más repartidas que en los grupos anteriores. La principal razón de lectura frecuente es “Para aprender cosas nuevas” (25%). Posteriormente siguen, con un 20,8% cada una, el mantenerse informada y el gusto por la lectura. Finalmente se encuentra la opción ligada al entretenimiento y la distracción (16,7%).

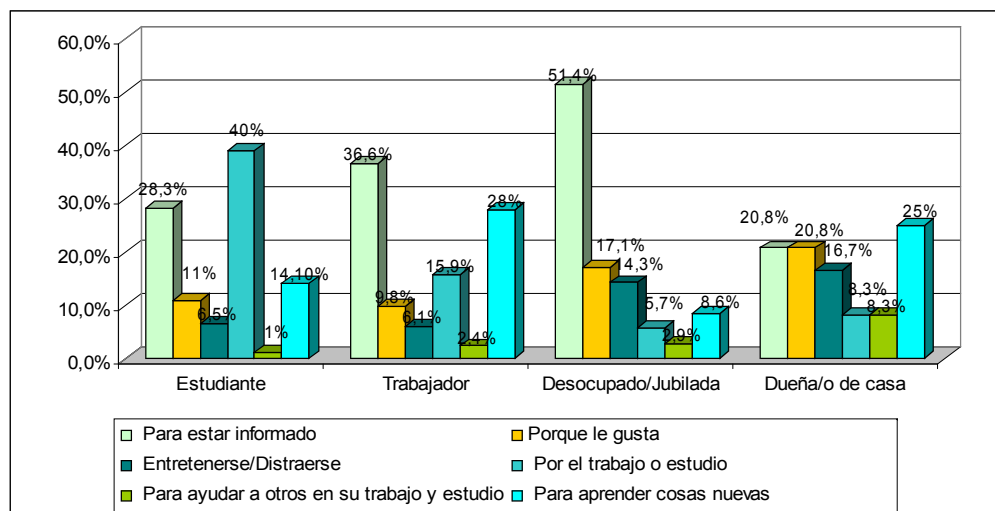
3.2.5. Ocupación.

a) Razones y motivaciones para la lectura.

La ocupación es otra de las variables que puede vincularse a la motivación por la lectura. De esta manera, se pueden apreciar diferencias en las razones que los distintos grupos ocupacionales señalan como el principal motor de esta actividad. Para los estudiantes, la principal razón de lectura frecuente es “Por trabajo o estudio” (39,1%). Seguida de la alternativa “Para estar informado” (28,3%). En menor medida, un 14,1% señala como principal razón el aprendizaje de cosas nuevas.

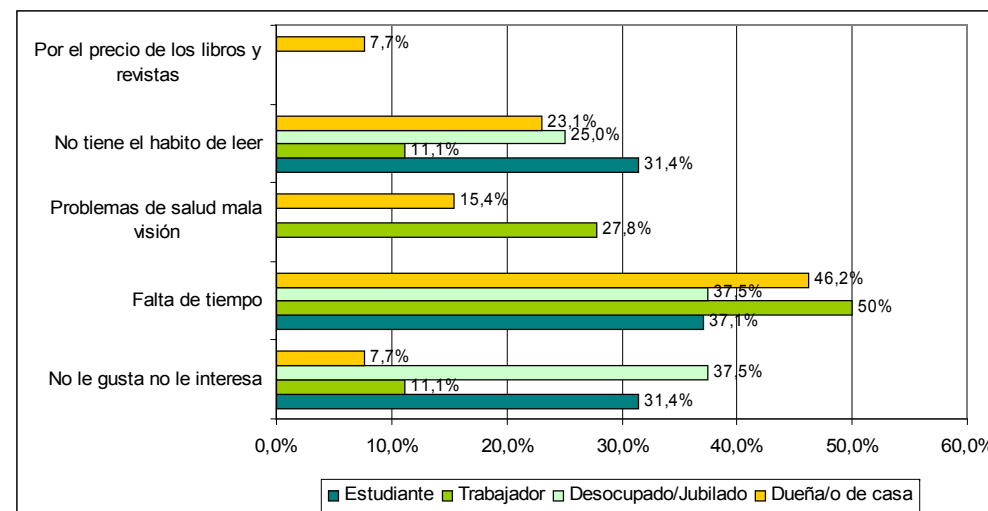
En el grupo de trabajadores/as, la principal razón de lectura es estar informado (36,6%). En segundo lugar, con un 28%, se encuentra la posibilidad de aprender cosas nuevas. Finalmente se encuentran las razones vinculadas al trabajo o estudios (15,9%). Como se observa en la siguiente tabla, en los/as desocupados/as, la alternativa “Para estar informado” es mucho más alta que en los

Gráfico 3.32. Principal razón para la lectura frecuente, por ocupación.



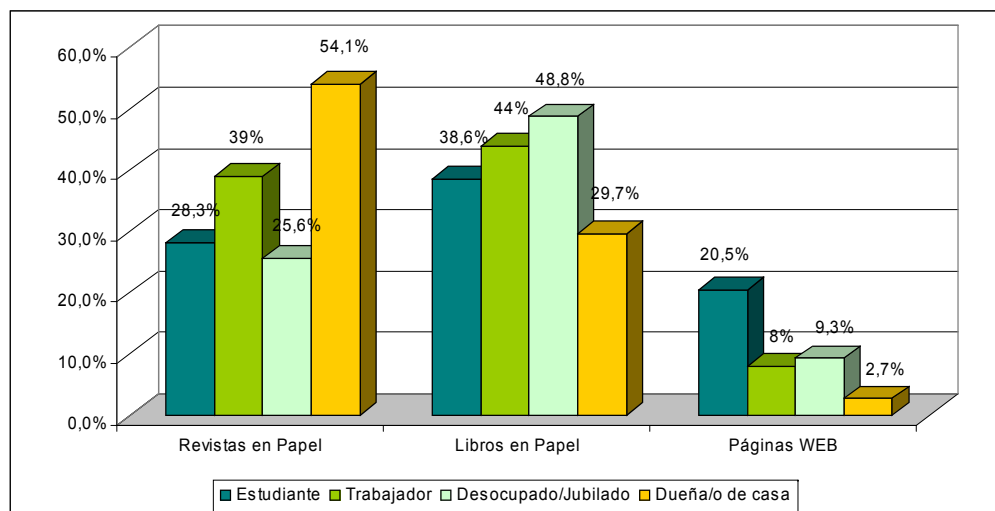
En los/as usuarios/as que no se declaran lectores/as frecuentes, también se observan diferencias notorias por ocupación. Entre quienes arguyen “Falta de tiempo”, las dueñas de casa y los trabajadores son quienes alcanzan cifras más altas (50% y 46,2%, respectivamente). La falta de interés o de gusto por la lectura es la principal razón entre estudiantes y desocupados/jubilados (31,4% y 37,5%, respectivamente). Las dueñas de casa y los desocupados/jubilados, también señalan las dificultades de salud, de la visión, como impedimento para la lectura (15,4% y 27,8%, respectivamente). La falta de hábito, es una alternativa que no puede ser despreciada, especialmente en estudiantes (31,4%), desocupados/jubilados (25%) y dueñas de casa (23,1%). Finalmente las dueñas de casa (7,7%) son las únicas que señalan el precio de libros y revistas como obstáculo para la lectura.

Gráfico 3.33 Principal razón de baja lectura, por ocupación.



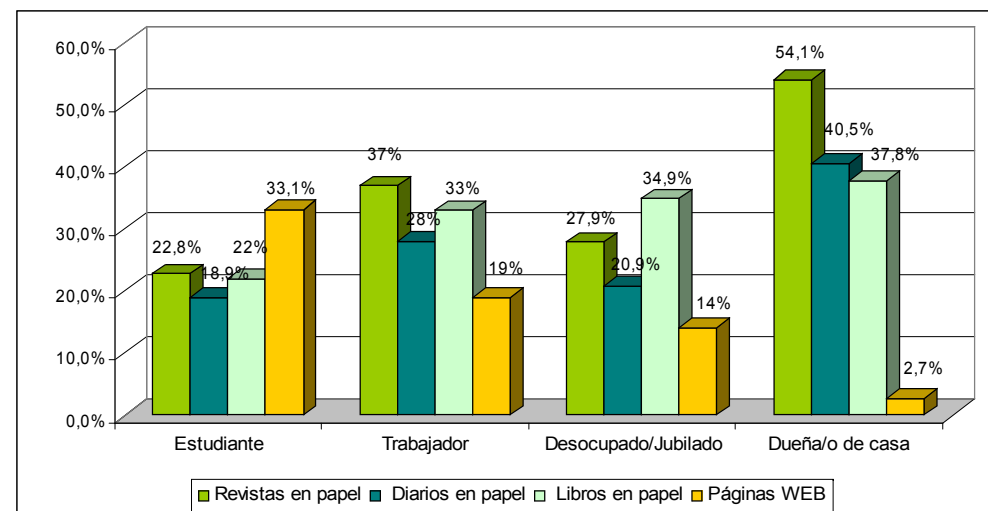
En lo que refiere a los formatos utilizados, la lectura por gusto de revistas en papel, muestra un uso bastante alto en dueñas de casa (54,1%) y, en menor medida, aunque con cifras importantes, en el grupo de trabajadores (39%). La lectura de libros, por gusto, es superior en los desocupados/jubilados (48,8%). En tanto, en las dueñas de casa, grupo donde esta lectura es minoritaria, sólo alcanza el 29,7%. La lectura de páginas Web, sólo muestra cifras considerables en el caso de los estudiantes, donde alcanza un 20,8%. En los otros grupos, esta es inferior al 10%, siendo las dueñas de casa quienes menos utilizan este formato para la lectura motivada por el gusto.

Gráfico 3.34. Lectura por gusto en los diferentes formatos, por ocupación.



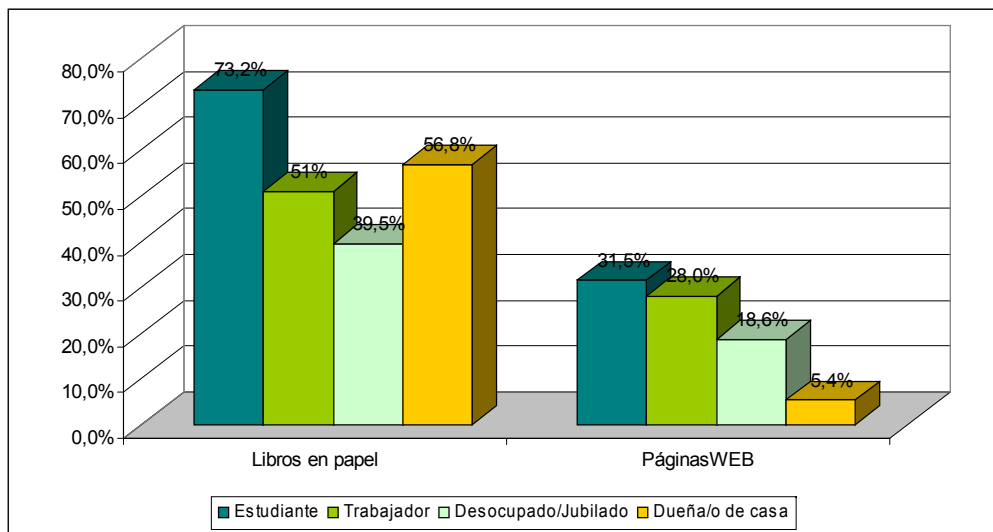
Ahora bien, en lo que refiere a la lectura motivada por entretenimiento, los diarios en papel son un formato privilegiado por las dueñas de casa (40,5%) y en menor medida, por el grupo de trabajadores/as (28%). Como se aprecia en el siguiente gráfico, esos mismos grupos ocupacionales privilegian la lectura de revistas en papel para entretenerse. En el caso de las dueñas de casa su uso alcanza el 54,1%, mientras en los/as trabajadores esta cifra llega al 37%. La lectura de libros en papel es superior al 30% en trabajadores, desocupados/jubilados y dueñas de casa, siendo este último grupo donde llega a cifras más altas (37,8%). En los estudiantes, en cambio, la elección de este formato sólo alcanza un 22%. En este grupo el formato más usado son las páginas webs (33,1%), quienes utilizan esta herramienta en mucha mayor cantidad que los otros grupos. Las diferencias son más notorias al contrastar los resultados con el porcentaje de dueñas de casa que dicen usar este formato, que sólo llegan al 2,7%.

Gráfico 3.35. Lectura por entretenimiento en los diferentes formatos, por ocupación.



Por otra parte, en la lectura motivada por las actividades laborales o de estudio, el grupo de estudiantes señala, de forma mayoritaria, utilizar principalmente libros en papel (73,2%). Este formato también es preferido por el 56,8% de las dueñas de casa, probablemente para ayudar a otros en sus actividades laborales o de estudios más que para realizar sus propias actividades. Finalmente, poco más de la mitad de los trabajadores opta por este formato para el desarrollo de su trabajo o estudios. La lectura de páginas Web en este caso, al igual que en las otras motivaciones de lectura, es mucho más alta en los estudiantes que en los otros grupos ocupacionales, llegando a un 31,5%. Aquí también destaca el grupo de trabajadores/as, con un 28%.

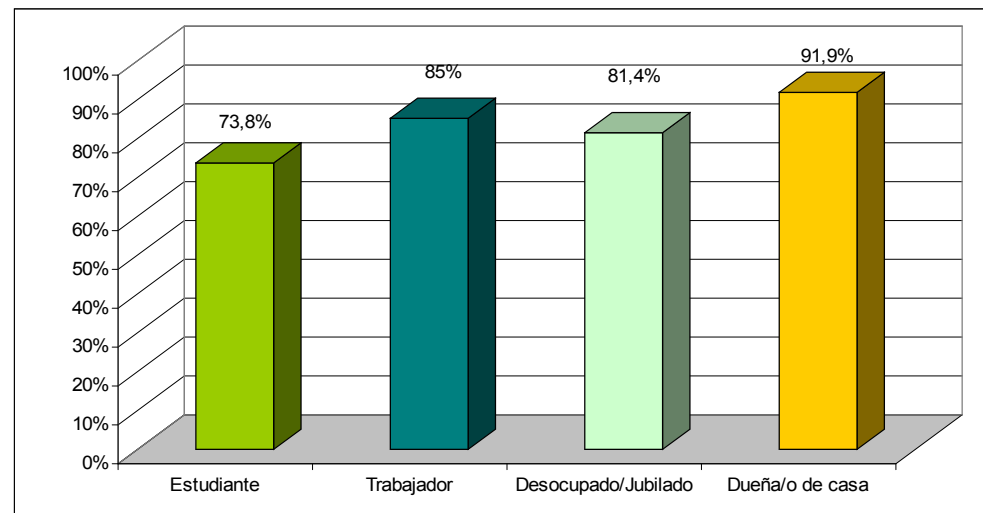
Gráfico 3.36. Lectura para actividades laborales o de estudios (o ayudar a otros en estas actividades) en distintos formatos, por ocupación.



b) Percepciones sobre la lectura.

El gusto por la lectura, asociado a la adquisición de mayor cultura se muestra bastante alto en todos los grupos. Sin embargo, alcanza los mayores niveles en las dueñas de casa (91,9%), seguidas de los trabajadores/as (85%).

Gráfico 3.37. Grado de acuerdo con la frase “Me gusta leer porque me hace más culto/a”, por ocupación.



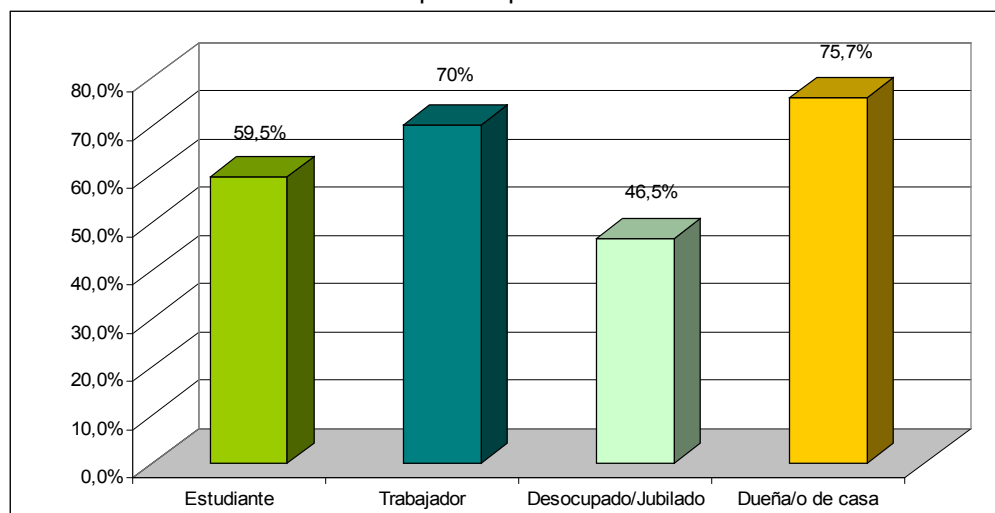
En lo que respecta a la percepción acerca del rol de la lectura, si bien el acuerdo con su papel educativo (más que de entretenimiento) es mayoritario en todos los grupos, son los desocupados/jubilados donde este es más alto (93%). En los estudiantes y luego, en las dueñas de casa, el porcentaje de acuerdo es bastante menor que en el grupo mencionado (77,2% y 70,3%, respectivamente).

Tabla 3.17. Grado de acuerdo con la frase “Más que para entretener, la lectura debiese ser principalmente para educara la gente”, por ocupación.

	Estudiante	Trabajador	Desocupado/Jubilado	Dueña/o de casa	Total
Muy de acuerdo y de acuerdo	77,2%	86 %	93%	70,3%	81,4 %

La percepción de la falta de tiempo para leer más es mayor en las dueñas de casa (75,7%) y en el grupo de trabajadores/as (70%). En los estudiantes, también alcanza cifras importantes, llegando al 59,5%. Finalmente, en los desocupados/jubilados, esta opción es menor, sin embargo llega al 46,5%.

Gráfico 3.40 Grado de acuerdo con la frase: “Siento que me falta más tiempo para leer más”, por ocupación.



Las dueñas de casa son las que se muestran de acuerdo, en mayor medida que los otros grupos, con que existen diferencias en los gustos lectores de hombres y mujeres (83,8%). Por su parte, el grado de acuerdo con esta idea alcanza sólo el 56,7% entre los estudiantes.

Tabla 3.18. Grado de acuerdo con la frase: “A mujeres y hombres les gusta leer cosas distintas”, por ocupación.

	Estudiante	Trabajador	Desocupado/Jubilado	Dueña/o de casa	Total
Muy de acuerdo y de acuerdo	56,7%	71,7%	72,1%	83,8%	67,0%

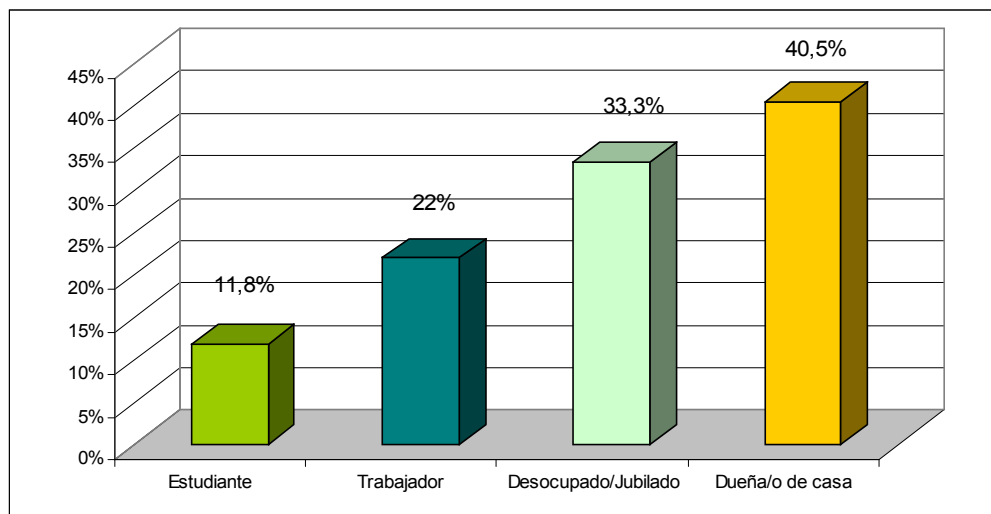
La lectura es percibida como un elemento de distracción de las preocupaciones cotidianas principalmente en las dueñas de casa (67,6%). Quienes muestran menos grado de acuerdo con esta percepción son los estudiantes y los trabajadores, con un 50,4% y un 57%, respectivamente.

Tabla 3.19. Grado de acuerdo con la frase:” Me gusta leer porque así me distraigo de mis preocupaciones cotidianas, por ocupación.

	Estudiante	Trabajador	Desocupado/Jubilado	Dueña/o de casa	Total
Muy de acuerdo y de acuerdo	50,4%	57%	60,5%	67,6%	56%

En lo que respecta a la percepción sobre el acceso a buenos textos, son las dueñas de casa las que se muestran más disconformes sobre el material de lectura a los que logran acceder. En este grupo, el 40,5% se muestra “Muy de acuerdo o de acuerdo” con la frase “No tengo acceso a buenos textos”.

Gráfico 3.41. Grado de acuerdo con la frase: “No tengo acceso a buenos textos”, por ocupación.



Si bien en todos los grupos existe un alto grado de desacuerdo con la frase “Leer es aburrido, hay muchas otras cosas mejores que hacer”, cabe señalar que en los estudiantes, el acuerdo con dicha frase alcanza un 15%.

Tabla 3.20 Grado de acuerdo con la frase: “Leer es aburrido hay muchas otras cosas mejores que hacer”, por ocupación.

	Estudiante	Trabajador	Desocupado/Jubilado	Dueña/o de casa	Total
Muy de acuerdo y de acuerdo	15%	6,0%	7,0%	8,1%	10,1 %

3.2.6. Ingreso.

a) Razones y motivaciones para la lectura.

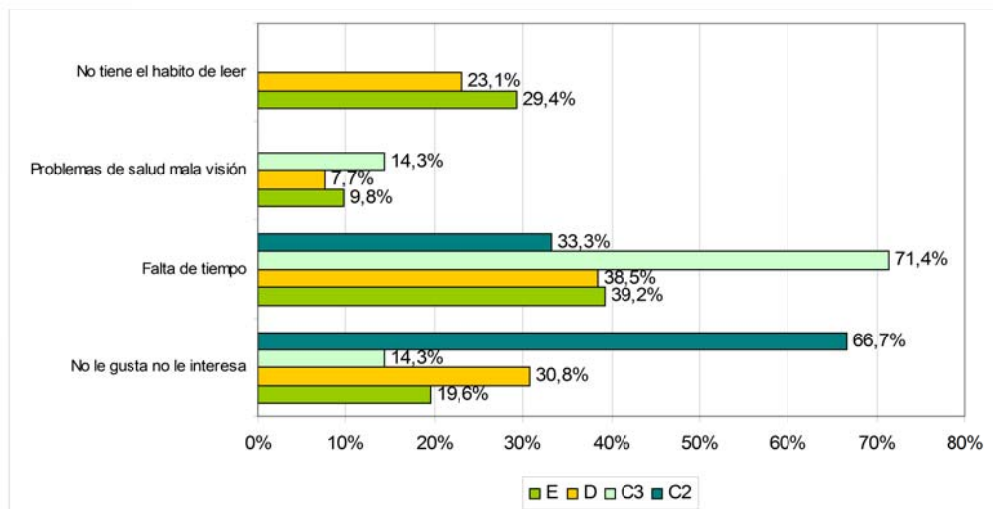
Distinguiendo a los/as usuarios/as por el nivel de ingreso, también es posible observar diferencias en las respuestas dadas como principal razón de la baja lectura, en los que no se declaran lectores frecuentes. De esta manera, en el grupo C2 (de más altos ingresos dentro del conjunto) el 66,7% señala, como principal razón de su baja lectura, no tener interés o gusto por dicha actividad. Muy por debajo, aunque con un porcentaje no menor, se encuentra la falta de tiempo (33,3%).

En el grupo C3, en cambio, la mayoría indica como razón principal la falta de tiempo (71,4%). En mucha menor medida surgen otras respuestas, tales como “Porque no le gusta, no le interesa” (14,3%) o por problemas a la visión (14,3%).

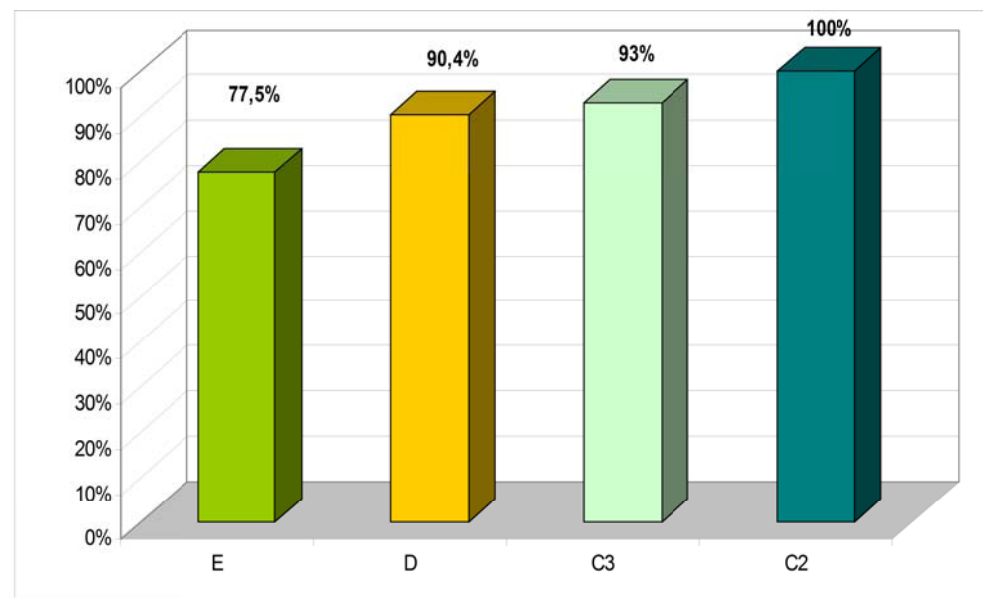
En el grupo D las opciones se dividen entre la falta de tiempo (38,5%), el desinterés (30,8%) y la falta de hábito (23,1%).

Finalmente, en el grupo E, las alternativas se reparten entre la falta de tiempo (39,2%), la falta de hábito (29,4%) y el desinterés (19,6%)

Gráfico 3.42. Principal razón para leer poco, por nivel de ingreso.



Si bien no existen diferencias importantes entre los grupos en la principal razón de lectura frecuente, al observar las motivaciones en general por las que leen sí se advierten notorias contrastes en las respuestas. Así, quienes señalan leer por gusto, alcanzan cifras por sobre el 90% en los grupos D, C3 y C2, llegando al máximo en este último grupo. Sin embargo, en el grupo E, esta respuesta llega sólo al 77,5%.



Tal como se aprecia en la siguiente tabla, diferencias más estrechas, pero no menos evidentes se evidencian en la lectura por entretenimiento. Mientras en los grupos C2, C3 y D esta alternativa se erige por sobre el 86%, en el grupo E solamente alcanza un 75,8%

Gráfico 3.43. Lectura por gusto, por nivel de ingreso.

Tabla 3.21 Lectura para entretenerse o distraerse, por nivel de ingreso.

	Nivel de ingreso				Total
	E	D	C3	C2	

Para entretenerse o distraerse	75,8%	86,5%	86%	93,1%	80,7%
--------------------------------	-------	-------	-----	-------	-------

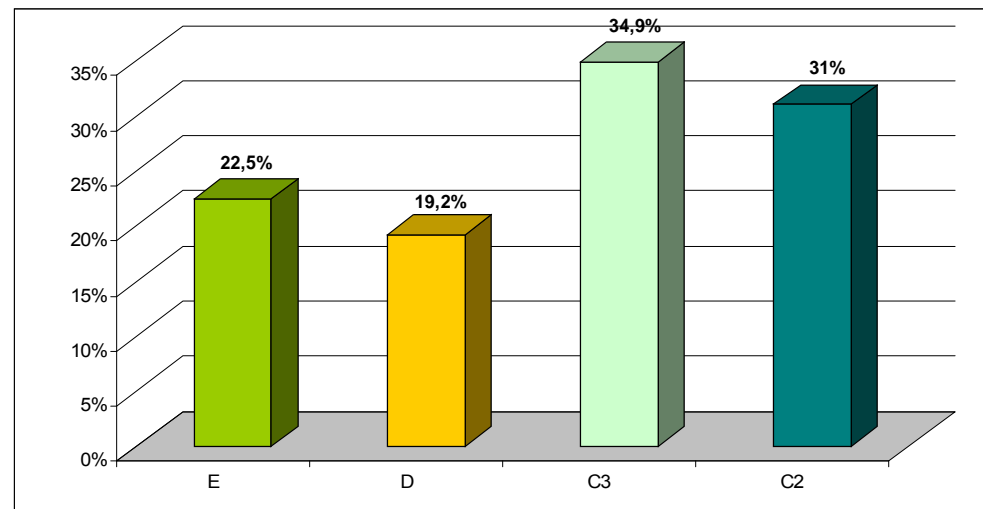
En cuanto a los formatos escogidos, también se observan formas de uso y consumo disímiles entre los grupos de ingreso, especialmente cuando la lectura está motivada por el gusto o la entretención. Como se observa en la tabla siguiente, la lectura de libros en papel (por gusto) muestra sus máximas diferencias entre los grupos C2 y E. Mientras en el primer grupo es de un 55,2%, en el segundo llega sólo a un 33,5%. La lectura de medios digitales, por las mismas razones, también muestra una tendencia similar. Aunque en este caso el grupo C3 tiene mayores niveles de lectura (23,3%), que el grupo C2 (17,2%), estas cifras son evidentemente menores en los grupos de menores ingresos. Así, en el grupo D logra un 11,5% y en el grupo E tan sólo un 9,9%

Tabla 3.22. Lectura de libros en papel, por gusto, por nivel de ingreso.

	Nivel de ingreso				Total
	E	D	C3	C2	
Libros en papel	33,5%	51,9%	46,5%	55,2%	40,5%
Páginas web	9,9%	11,5%	23,3%	17,2%	12,7%

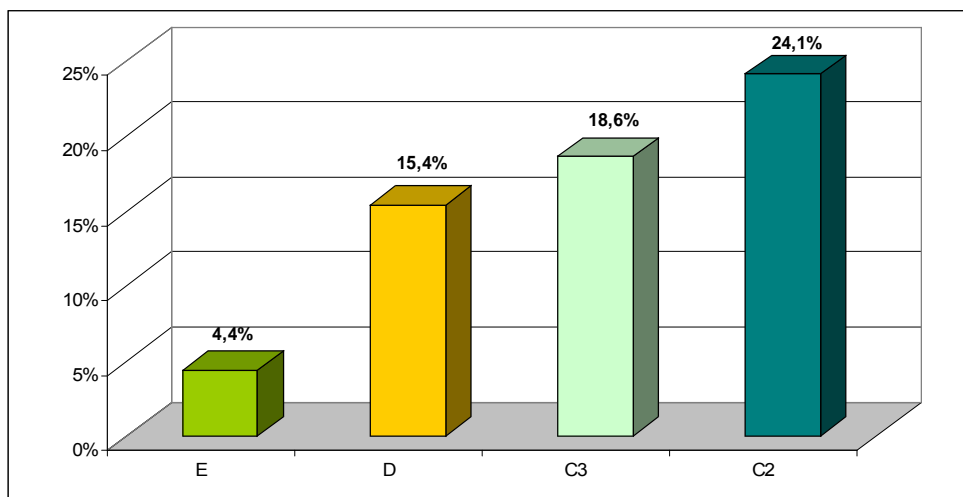
La lectura de diarios en papel (para entretenerse) también varía, siendo superior al 30% en los grupos de ingreso más alto y cercanos al 20% en los grupos de ingreso más bajo.

Gráfico 3.44. Lectura de diarios en papel, para entretenerse, por nivel de ingreso.



El uso de medios digitales, muestra de forma más clara la relación entre el nivel de ingresos y el nivel de lectura de determinados formatos. En el gráfico siguiente se observa que, si bien la lectura de diarios digitales (para mantenerse informado) es relativamente baja en todos los grupos, es notoriamente menor en el grupo E, de menores ingresos, donde sólo alcanza el 4,4%. En contraste en el grupo C2 esta actividad alcanza un 24,1%.

Gráfico 3.45. Lectura de diarios digitales, para estar informado, por ingreso.



b) Percepciones sobre la lectura.

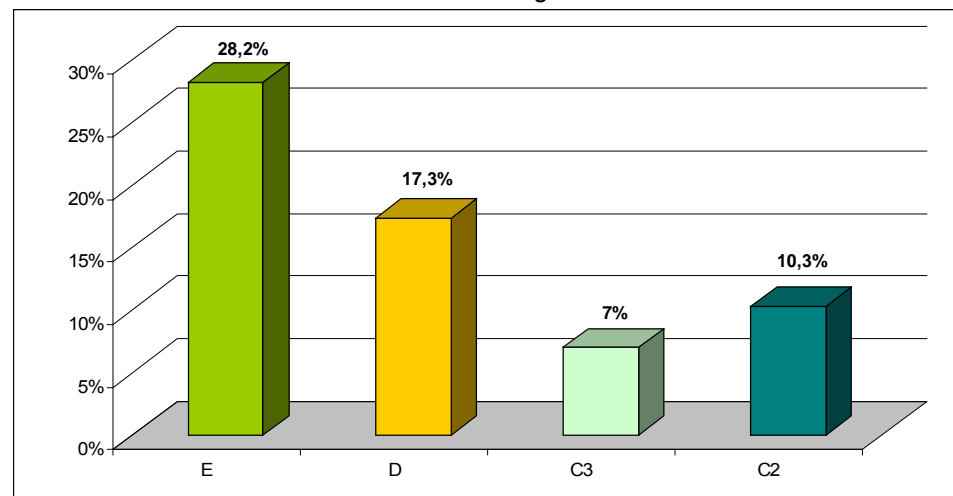
Si bien la mayor parte de los/as usuarios/as se manifiesta en desacuerdo con la frase “en el mundo actual no es necesario leer tanto”, llama la atención el hecho de que el porcentaje de acuerdo con la frase es mayor en los grupos de menores ingresos. De esta manera, en el grupo E alcanza un 16,2% y en el grupo D un 26%.

Tabla 3.23. Grado de acuerdo con la frase “en el mundo actual no es necesario leer tanto”, por nivel de ingreso.

	E	D	C3	C2	total
Muy de acuerdo y de acuerdo	16,2%	26,0%	7%	6,9%	15,6%

Sobre la calidad de los textos a los que acceden, los grupos de menores ingresos señalan que no estos no son buenos, en mayor medida que los grupos de ingresos superiores. Así, en el grupo D un 17,3% señala no tener acceso a buenos textos. En el grupo E esta cifra alcanza un 28,2%.

Gráfico 3.46. Grado de acuerdo con la frase “no tengo acceso a buenos textos”, por nivel de ingreso.



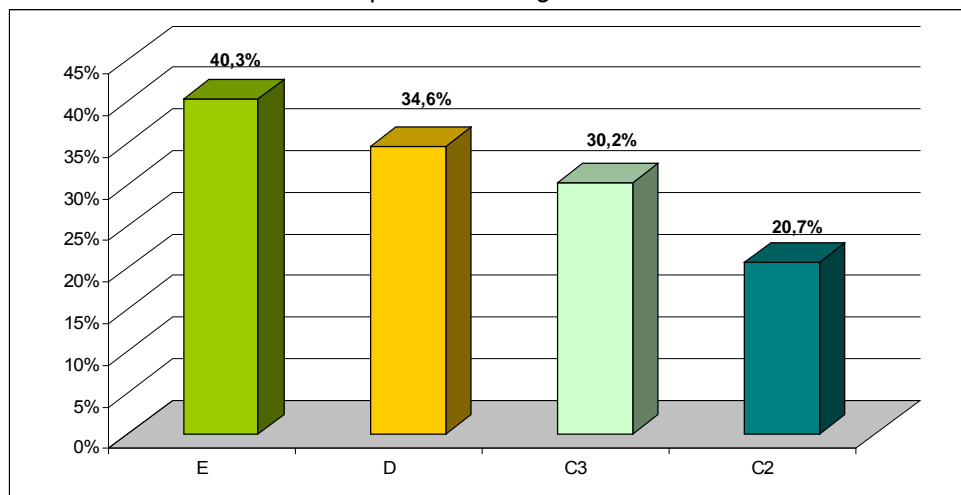
La lectura impuesta como parte de las tareas estudiantiles o laborales tampoco es un rasgo mayoritario entre los/as encuestados. Sin embargo esta es superior en los niveles de menores ingresos. En el caso del grupo D corresponde a un 11,5% y en el grupo E a un 13,2%.

Tabla 3.24. Grado de acuerdo con la frase “Si no tuviera que leer cosas para mis estudios o trabajo preferiría no leer nada”, por nivel de ingreso.

	Nivel de ingreso				Total
	E	D	C3	C2	
MUY DE ACUERDO Y DE ACUERDO	13,2%	11,5%	4,7%	0%	10,5%

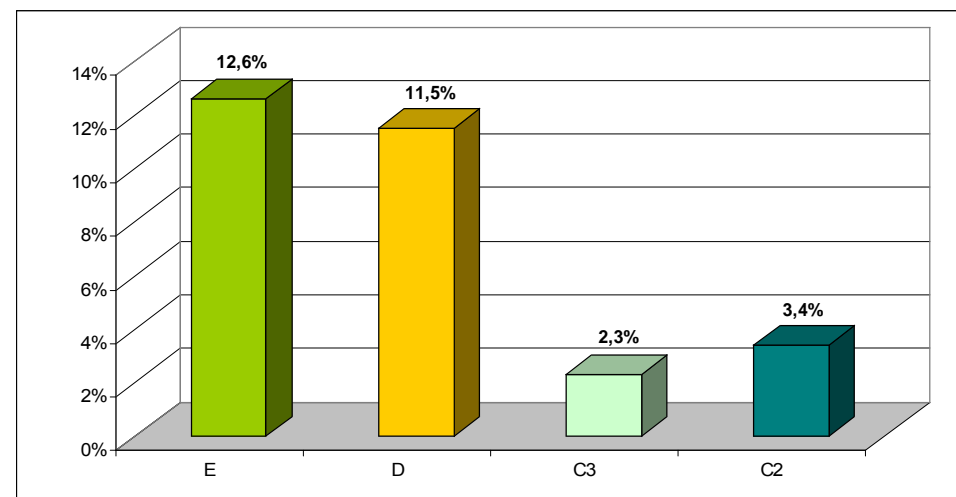
Los grupos de menores ingresos son quienes concuerdan, en mayor medida, con la frase “Las mujeres leen más que los hombres”. En el grupo D las respuestas “Muy de acuerdo o de acuerdo” alcanzan el 34,6%, mientras en el grupo E llegan al 40,3%.

Gráfico 3.47. Grado de acuerdo con la frase “las mujeres leen más que los hombres”, por nivel de ingreso.



Finalmente los grupos de menores ingresos son los que creen en mayor medida que “leer es aburrido, hay otras cosas mejores que hacer”. Mientras en los grupos C2 y C3 esta alternativa no alcanza el 4%, en el grupo D llega al 11,5% y en el grupo E al 12,6%.

Gráfico 3.48. Grado de acuerdo con la frase “leer es aburrido, hay muchas otras cosas mejores que hacer”, por nivel de ingreso.



3.3. Análisis

3.3.1. La lectura como capital cultural.

En las conversaciones realizadas a través de *focus groups* se indagó en las percepciones de los/as usuarios asociadas a la lectura. Los resultados de la discusión arrojaron, como un elemento de consenso, la vinculación de la lectura al aprendizaje y la adquisición de nuevos conocimientos.

“La lectura para mi es aprender, ir formando opinión, ampliando la visión de enfoque que uno tiene con distintos temas”. (Pamela, 20 años, trabajadora dependiente, F. G. La Florida 1).

“Pero me encanta leer y uno aprende si eso es lo más importante uno aprende de cualquier tipo de lectura que uno tenga algo rescata, no se lo graba todo pero algo a uno le queda y eso uno le trasmite a sus hijos para enseñar”. (Miriam, 53 años, costurera, F.G. Hijuelas)

“Al tener un buen libro es como tener al profesor en la casa”. (Luz, 46 años, dueña de casa, F.G. Hijuelas).

De acuerdo con esta visión, los resultados de la encuesta mostraron que un 81,4% de los/as usuarios/as concibe a la lectura como una herramienta cuya función es principalmente educativa, más que recreativa. Esta opinión es mayoritaria en el grupo de desocupados/jubilados, donde alcanza un 93%, y es menor en estudiantes y dueñas de casa, llegando a un 77,2% y 70,3%, respectivamente.

Al respecto, las conversaciones indagaron en los aportes específicos de la lectura en adquirir una mejor expresión oral y escrita. En la opinión de los/as usuarios/as, estas herramientas permitirían desenvolverse mejor en la vida y relacionarse mejor con las otras personas.

“Yo creo que la lectura es demasiado importante porque te ayuda a la comprensión, a tener un mejor vocabulario léxico. No sé la mayoría de la gente no comprende las instrucciones porque no saben leer”. (Nataly, 23 años, estudiante pedagogía lenguaje y comunicación, F.G. Concepción).

“Lo otro que me gusta mucho de la lectura es la capacidad de lenguaje que te lleva leer. No pretendes expresarte si no es leyendo”. (Judith, 26 años, estudiante de derecho, F.G. La Florida)

“Ahora hay tantos modismos en la juventud, tantas formas de hablar, que si tu encuentras a alguien que le gusta la lectura lo notas al tiro, en la forma de hablar. Hay chicos que les gusta leer”. (Inés, 29 años, F.G. Concepción)

“Es pa’ la lectura pa’ cuando uno lee, para leer más rápido, cuando escribe para saber cómo se va a escribir”. (María José, 14 años, estudiante. F. G. Pirque 2).

Por otra parte, se valora a la lectura como medio para conocer el pasado, pensando a la escritura como el registro de la historia.

“Para mí es súper importante la lectura porque es el registro histórico de lo que queda, de lo somos, de lo que fuimos y lo que seremos. Para mí es como básico del ser humano, porque aunque tengamos o no una disciplina o un oficio, lo esencial es que creamos, lo más básico es a través de la palabra. Por eso creo que es fundamental”. (Víctor, 22 años, estudiante pedagogía en historia, F.G. Concepción)

“Es buena, porque nos ayuda a aprender más, a saber más de porque en algunos libros aparecen cosas que han pasado” (Cecilia, 11 años, estudiante de enseñanza básica, F. G. Pirque 1).

Así, este aprendizaje, se concibe claramente como la incorporación de capital cultural, en tanto el “cultivo de uno mismo”. Al respecto, los datos de la encuesta mostraron que el 80,7% concuerda con que uno de los condicionantes de su gusto por la lectura es la posibilidad de hacerse “más culto/a”. Si bien esta es una idea generalizada entre los/as usuarios/as, su valoración es mayor a medida que aumenta la edad. La encuesta reveló que sólo el 67,8% de los adolescentes concuerda con esta idea, mientras en los adultos mayores el acuerdo alcanza el 91,4%.

Para los usuarios el “cultivo de uno mismo” no tiene una importancia per se: su relevancia radica en ser una herramienta que permite el acceso a otros recursos, los que generan mejores posibilidades para desarrollarse en términos personales y sociales.

“Yo creo que ayuda en la conversación, es un tema cultural también. Porque independiente de que uno lea novelas u otros lean cuentos, el hecho de estar cerca de ciertos autores, de otras culturas a uno le ayuda a tener una cultura mucho más amplia. A mí me ha pasado que he estado con jóvenes

que no tienen tema y dicen 'es que no hallo que conversar' y de verdad no tienen tema. Entonces uno se da cuenta que poca gente lee, con poca gente uno puede conversar de historia, de filosofía, lamentablemente pocos leen". (Inés, 29 años, F.G. Concepción).

"Y verdad la lectura es lo único que nos hace más culto. Y enriquece. El profesor puede estar horas y horas con nosotros o con los niños no les entra porque están conversando, están jugando con el celular, no se cualquier cosa pero a nosotros cuando nos hacían leer, leer, leer así que era una cosa de repente el libro era fome pero teníamos que leerlo, nos hizo aprender" (Miriam, 53 años, costurera, F.G. Hijuelas)

Bajo esta perspectiva la lectura se ve como una herramienta fundamental para "superarse", ya que otorga prestigio y poder. Esta idea se sintetiza muy bien en un breve poema recitado por una de las asistentes.

"Es el libro una antorcha radiante que ilumina la luz del saber y al cerebro del hombre ignorante le da vida prestigio y poder" (Benedicta, 43 años, dueña de casa, F.G. Hijuelas).

El elemento de prestigio asociado a la lectura también es destacado en las conversaciones.

"Es que uno tienen que leer para aprender, y para no quedar como ignorante. En historia de Chile que alguien te pregunte alguien y no sepas es penca (Hombre, 10 a 13 años, Estudiante, F.G. Antofagasta 1)

3.3.2. Usos de la lectura. Lectura funcional vs lectura por gusto.

A partir de lo anterior se comprende que las principales razones o motivaciones para la lectura sean mantenerse informado/a (33,9%), para desarrollar actividades laborales o de estudio (22,7%) y para aprender cosas nuevas (19,3%). De esta manera la lectura que prima en la mayor parte de los/as usuarios/as tiene una función muy clara y se diferencia del mero "gusto", un atributo frecuentemente asociado al consumo cultural de las clases más acomodadas (Bourdieu, 1979). No obstante esta distinción entre lectura funcional y lectura por gusto no puede

considerarse como excluyente ni exclusiva de ciertos grupos, pues a la hora de leer, ciertamente, se entremezclan muchos factores que a veces son imposibles de separar.

En las lecturas "funcionales" una distinción importante se hace entre la lectura para la profundización y especialización en temas de interés -relativos al área de trabajo en el que los/as usuarios se desenvuelven- y la lectura como una actividad recreacional.

"(...) hay que distinguir hay, si uno lee historia, derecho, uno quiere aprender, porque uno debe estar constantemente recibiendo información para poder después egresado o en la vida profesional tratar de ... obviamente que estás leyendo Madame Bovary, lo haces porque te gusta la novela, porque te gusta la historia, porque es un tema contemporáneo, te van surgiendo ideas, en mi caso, para escribir otras cosas" (Rodrigo, 30 años, egresado de derecho, F. G. La Florida).

"Porque ahí está el conocimiento, ahí está todo. Pude surgir gracias a una lectura por ejemplo yo sin ser campesino ahora yo tengo paltos por ejemplo y gracias a leer entonces si yo no tengo un incentivo para poder leer yo jamás me hubiera puesto a pescar un libro 'ah sí, voy a plantar paltos'. Sería un tipo ignorante en ese aspecto entonces una persona que cualquiera que quiera hacer algo en su vida puede cambiar su vida por una lectura por una buena lectura un libro técnico un libro científico. Entonces usted puede cambiar su vida a un simple libro económico sin ir a la universidad". (Leonardo, 48 años, agricultor, F.G. Hijuelas)

Los resultados de la encuesta arrojaron que el elemento recreativo/distractivo de la lectura es menos importante que su rol en el aprendizaje, sin embargo no deja de ser relevante especialmente para ciertos grupos. La función distractiva respecto de las labores cotidianas es más importante en mujeres (60,6%), adultos mayores (68,6%), dueñas de casa (67,6%) y trabajadores/as (57%).

En este aspecto el desarrollo de la imaginación juega un rol fundamental para abstraerse de la realidad presente en la que se vive y sumergirse en el mundo creado a partir de las lecturas.

“Yo creo que la lectura es soñar, imaginar. A mis personajes yo los creo, les doy vestimenta, les doy una cara, me meto en ellos, me meto en la lectura, paso a formar parte de ella. Y aunque pueda coger esas cosas en otro lugar yo si estoy leyendo, estoy ahí, si mis personajes están en Brasil yo estoy allá. Me meto en lo que sucede y creo en mi mente un mundo imaginaria, aparte de todo lo externo”. (Inés, 29 años, F.G. Concepción).

“He viajado en realidad a veces hay gente dice que he viajado por el mundo pero pasa nada mas cierto van en un avión, un tren, un auto cuando se van al norte pero pasa por una ciudad no la conoce no vive como viven ellos no se adapta a la situación, entonces uno no puede conocer así y a veces leyendo un libro conoce mucho más uno que comprando un boleto y viajando realmente”. (Giovanna, 47 años, dueña de casa, F.G. Hijuelas)

Muy en relación con lo anterior, en las conversaciones se señala que para algunas personas, principalmente mujeres, la lectura es también un elemento que ayuda a enfrentar dificultades cotidianas y a sobreponerse ante los propios problemas.

“En el caso mío me ha pasado que yo a veces he leído cosas verídicas, casos reales, y yo doy gracias porque tú te das cuenta allí que otras personas han vivido cosas terribles y eso te permite ayudarte. Te hace crecer espiritualmente”. (Karen, 30 años, profesora computación, F.G. Concepción)

“Nos enseña también, en algunos casos depende del libro que lea, nos enseña a vivir mejor también a ser mejores personas, mejores ciudadanos y también en el aspecto de la salud el hecho de que uno lea un buen libro a uno le levanta el ánimo o se lo baja depende de lo que este leyendo”. (Giovanna, 47 años, dueña de casa, F.G. Hijuelas)

3.3.3. La lectura por gusto.

Si bien el gusto es una de las razones menos señaladas como motivación principal para la lectura (12,4%), no se puede desconocer su importancia,

especialmente como activador del hábito lector. Así, después de la falta de tiempo, el no tener el hábito (24,3%) y la ausencia de gusto o interés por la lectura (23%) son las principales razones de la baja frecuencia de realización de esta actividad en los/as usuarios/as.

Como plantea Bourdieu (1979) el gusto es una de las disposiciones que mejor expresa la trasmisión de capital cultural a través de la socialización. De esta manera actúa a un nivel casi inconsciente, como guía de lo que se hace y de lo que se consume. Según el autor, el gusto es, por tanto, uno de los mecanismos que genera prácticas de consumo diferenciadas entre las distintas clases. Al respecto, la encuesta mostró que la lectura por gusto es mayor en los grupos de ingreso más altos (90% en el grupo C2 frente a un 77,5% en el grupo E). Sin embargo, en el grupo C2 la ausencia de gusto o interés por la lectura es también la principal razón del bajo consumo de estas herramientas culturales (66,7%). Sin embargo, en los grupos de menores ingresos la falta de tiempo es la principal razón de baja lectura (38,5% y 39,2% respectivamente). A partir de esto no se pueden extraer conclusiones muy claras sobre la diferencias de clases en el gusto por la lectura. Tal vez sólo se puede aventurar que en los grupos más altos hay más opciones de desarrollar el gusto por la lectura, pues en los grupos D y E la mayor parte del tiempo se emplea en otras actividades.

Ahora bien, en la mayor parte de las conversaciones los usuarios/as lectores/as señalaron que su inclinación por los temas o autores que frecuentemente leen se asocian al gusto personal. Para ello utilizan diversos recursos, desde la intuición hasta una búsqueda más elaborada, guiada por referencias de autores, temas, o la bibliografía de los propios textos.

“Y los elijo por mi intuición, por la contratapa, si es que me gusta me lo llevo y si me gusta una vez que lo leí, sigo con el autor”. (Inés, 29 años, F.G. Concepción)

“Como escojo un libro, tincada, si no lo conozco de antemano, investigo del autor y veo que temas toca, o de repente un amigo que está leyendo algo interesante me tira datos, yo voy lo busco, y si me gusta, lo tomo, generalmente le acierta” (Rodrigo, 30 años, egresado de derecho, F.G. La Florida 1)

“En mi caso me interesa un autor y me meto a Internet y veo sus libros, luego los voy pidiendo en la biblioteca uno por uno. Y no me guío ni por recomendaciones de otras personas ni por críticas del diario o revistas”. (Karen, 30 años, profesora computación, F.G. Concepción)

“Yo llego a un libro porque a mí me gusta, me gusta el tema. Llego por ejemplo por Internet”. (Luis, dirigente, F.G. La Florida 1)

El origen de este gusto es, para muchos, algo que nació de forma casi espontánea. Durante la infancia o la adolescencia.

“Recuerdo que por octavo básico que me dieron ganas de leer un libro de adolescentes, pero fue por interés propio. Y desde ahí que todos los libros que leo son por eso, por interés propio, por interés en una rama. En la media es donde reforcé ya cien por ciento la lectura”. (Eduardo, 23 años, estudiante pedagogía en filosofía, F.G. Concepción)

Para otros/as se trató de una búsqueda marcada por la necesidad de aprender.

“En el caso mío yo empecé a leer no hace tanto, y me llevo porque yo tenía muchas faltas de ortografía, ahora no tanto. Y además porque me gustó. Fue por iniciativa propia, yo venía a la biblioteca, veía libros nuevos, los venía a buscar. Por ejemplos palabras que no entendía las buscaba en el diccionario y aprendía. Por lo menos para mí ha sido una ayuda tremenda. También me ayuda en vocabulario, expresión”. (Karen, 30 años, profesora computación, F.G. Concepción)

3.3.4. Diferencias de género en las posibilidades y motivaciones para la lectura.

En las conversaciones realizadas con los diversos grupos de usuarios/as, se aprecian algunas diferencias de género en las temáticas de lectura sólo durante la infancia, donde las niñas privilegian las historias y las novelas dramáticas o románticas, mientras los niños prefieren textos de acción.

Sin embargo un aspecto interesante relativo a las diferencias de género, dice relación con el tiempo destinado a la lectura. Las mujeres, en mayor medida que los hombres, indican el deseo de disponer de mayor tiempo para leer (69,4%). Esta cifra aumenta aún más en las dueñas de casa (75,7%). Así, este grupo arguye como principal razón de baja lectura la “Falta de tiempo” (48%), mientras en los hombres la opción mayoritaria es “No le gusta, no le interesa” (33%).

Este elemento se pudo corroborar en las discusiones realizadas. Aquí, las mujeres (particularmente las dueñas de casa) señalaron que su interés por la lectura muchas veces se veía con pocas posibilidades de concretarse, debido a los distintos quehaceres que debían realizar. En algunas esto impedía el desarrollo de mayores niveles de lectura, otras, buscaban cualquier momento para poder realizar esta actividad.

“Más, me falta tiempo, de aquí tengo que ir a mi casa, tengo que terminar el aseo con mi hermana, de ahí llego, y tomamos once y me lavo y me acuesto, esa es toda mi rutina” (Carolina, 11 años, estudiante, F.G. Pirque 1)

“Ellas [sus hijas] me empujan a que me haga un ‘tiempecito’ pero en realidad es tiempo el que me falta (...) A veces las dueñas de casa no tenemos tiempo como para sentarnos ahí tranquilamente a disfrutar un libro entonces tenemos que andar buscando espacios” (Luz, 46 años, dueña de casa, F.G. Hijuelas)

“(...)yo le digo a mi esposo ‘cuando estaba soltera leía tanto y ahora no me queda tiempo para leer para hacer mis cosas de aquí en adelante voy a dejar un día para mi sola y no voy a mirar a nadie’. Yo le digo porque a uno no le alcanza como dueña de casa para dedicarse para sus cosas para lo que a uno le gusta hacer o por último a las manualidades, como me gusta ser a mi entonces como que nos falta tiempo aunque se levante temprano.” (Giovanna, dueña de casa, F.G. Hijuelas)

En las dueñas de casa, además, se aprecia una motivación por la lectura asociada a los/as hijos/as, para estimularles este hábito, ayudarles en las tareas o comprender sus procesos de desarrollo. Esto es tal vez lo que podría explicar las altas cifras de lectura para las actividades laborales o de estudio (o para ayudar a otros en ellas) en este grupo (56,8%).

“Después deje de nuevo de leer por diversas razones y ahora retomé este año porque tengo una niñita de 6 años entonces la quiero motivar a que lea”. (Benedicta, 43 años, dueña de casa, F.G. Hijuelas)

“También que vengo a pedir libros para mi hijo normalmente todos los meses le estoy consultando libros que le exigen a él en su área de estudio”. (Miriam, 53 años, dueña de casa, F.G. Hijuelas)

“Pero me gusta leer harto y por lo mismo también vengo por los chicos: la niña necesita leer yo les consigo más fácil los libros”. (Giovanna, 47 años, dueña de casa, F.G. Hijuelas)

“Si para aprender y son para mis hijas porque son de la “Juventud en éxtasis” un montón de ese mismo autor y eso te ayuda a como se llama la experiencia misma se las cuento a mis hijas y ellas también las han leído”. (Luz, 46 años, dueña de casa, F.G. Hijuelas).

Sobre las diferencias de lectura entre hombres y mujeres, la mayor parte de los/as usuarios/as concuerda con que les gusta leer cosas diferentes (67%), sin embargo no existe una creencia mayoritaria en que unos lean más o menos que las otras. Al revisar los datos por género si se ve que las mujeres concuerdan en un 40,1% en que ellas lean más que los hombres. Sobre la diferencia de gustos, ellas parecen reafirmar aún más las variaciones, al concordar con esta idea en mayor proporción que los varones (73,8% vs 59,6%).

En cuanto a los formatos de lectura escogidos según motivación, se pudo apreciar un mayor consumo de revistas en papel (por gusto y por entretención) entre las mujeres (41,9% vs 26,5% y 42,5% vs 20,4%, respectivamente). En los hombres, en cambio, en la lectura por gusto es predominan los diarios en papel (32,7% vs 24,4%) y los libros en papel (48,3% vs 33,8%).

En las conversaciones no se pudo comprobar una diferencia tan marcada en los distintos temas y formatos de lectura entre los géneros, excepto en el caso de los/as niños/as. En estos tramos etéreos las niñas parecen privilegiar las historias y las novelas dramáticas o románticas, mientras los niños preferirían textos de acción.

3.3.5. Nuevas y viejas formas de leer.

Los resultados de la encuesta muestran un predominio de la lectura en papel por sobre la lectura digital, para todas las razones de lectura. Mientras los diarios son la primera opción para informarse y la segunda opción para aprender cosas nuevas. Las revistas, en tanto, son la primera opción para entretenerse y la segunda opción para leer por gusto. Finalmente, los libros, son la primera alternativa de lectura por gusto, para aprender cosas nuevas y de lectura para el trabajo y los estudios. De esta manera se observa que la lectura “tradicional” sigue siendo la principal fuente de búsqueda de información y adquisición de conocimientos.

No obstante el uso de medios digitales muestra un uso incipiente, siendo en algunos grupos más importante que la lectura en papel. Así, la lectura de páginas webs ocupa el segundo lugar en la lectura por trabajo o estudios y el tercero en la lectura por entretención y para aprender cosas nuevas. Su uso es mayor en los adolescentes, especialmente por entretención (33,3%) y en estudiantes, por gusto (20,8%), por entretención (33,1%) y para los estudios (31,5%). También en los trabajadores alcanza cifras importantes, para desarrollar sus actividades laborales (28%). Este uso contrasta con el bajo nivel de consumo de lectura digital en adultos mayores y dueñas de casa, quienes prácticamente no incluyen los medios digitales en su repertorio de consumo cultural.

También se aprecia una relación entre el nivel de ingresos y el uso de medios digitales para la lectura. De esta manera la lectura por gusto de páginas web en el grupo C3 alcanza un 23,3%, mientras en el grupo E llega sólo al 9,9%. Las diferencias en el consumo de diarios digitales, para informarse son un poco mayores. Mientras en el grupo C3 llegan al 24,1% en el grupo E apenas alcanza el 4,4%.

Otro dato que llama la atención es la diferencia en el uso de estas herramientas según localización geográfica. Así el uso de páginas web es mayor en los entornos rurales, tanto para las actividades laborales (31,5% vs 21,9%) como para el aprendizaje de cosas nuevas (30,6% vs 20,9%).

Las explicaciones para el –aún– bajo uso de herramientas tecnológicas dice relación con algunas dificultades propias del formato. El formato en que se presenta

el texto en Internet, y la multiplicidad de funciones que se pueden asumir de manera simultánea, parecen ser mucho más fáciles de manejar para las generaciones menores, en tanto han crecido socializadas en el uso de estas herramientas.

“La gente más chica que está hablando con varias personas hace diez cosas a la vez, yo cuando entré a Internet me envíe, me voló Internet, veía a los computines y se metían todo el día en Internet” (Rodrigo, 30 años, egresado de derecho, F.G. La Florida 1).

“(…) nosotros no somos una generación tan ajena al crecimiento en Internet, nosotros somos parte de, crecimos un poco bajo el alero de, entonces, no es una tecnología ajena, y eso también es importante, para la gente de 40, 50 o 60 es más ajena, le cuesta más...” (José Luis, 30 años, egresado de derecho, F.G. La Florida 1).

Sin embargo, incluso para los más jóvenes esto parece generar algunas dificultades para la lectura digital, principalmente por el hecho de que la información se encuentre tan dispersa.

“A mí me da lata que no salga todo ahí mismo, sino que hay que estar cambiando de página” (Mujer, estudiante, 10 a 13 años, F.G. Antofagasta 1).

“Uno se desconcentra porque no es sólo el texto lo que sale en la pantalla, sino que también hay dibujos, animaciones, eso lo desconcentra a uno”. (Hombre, estudiante, 10 a 13 años, F.G. Antofagasta 1).

3.3.6. ¿Es Internet una amenaza para la lectura?

Algunos/as adultos, que no suelen usar las herramientas TIC's en complemento de su lectura tradicional, ven la penetración del Internet como una amenaza a la forma de adquisición de conocimiento a través del texto en papel. En esta postura se critica el uso de la información sin comprensión ni crítica, sino como mera acción de “cortar y pegar”, lo cual atrofiaría las capacidades de aprendizaje.

“Eso es lo que pasa muchas veces con los niños chicos, que la mayoría lee pero no está bien dirigida, porque en el colegio le dan un texto y los niños se meten a Internet y sacan de ahí los resúmenes en donde salen las fechas,

los personajes. Entonces los niños van directo allí y prefieren estar una hora ahí que una semana leyendo un libro”. (Karen, 30, profesora computación, F.G. Concepción)

“El computador le da a uno las cosas procesadas ya, en el libro cuando uno lee usted procesa usted se imagina las cosas ahí uno usa la maquina que Dios le dio porque lo otro todo te dan hecho las maquinarias, todo te hacen fácil la vida a uno pero el libro le hace ver que uno puede ser más de uno mismo”. (Miriam, 53 años, costurera, F.G. Hijuelas)

“A ese punto yo quería llegar. Es como cuando en el colegio te dejan ocupar calculadora, ya no piensas, dependes de la maquinaria. Entonces yo creo que podemos llegar a eso. Si se abandona la lectura como hábito tradicional”. (Luis, dirigente, F.G. La Florida 2).

Al revisar las cifras se observa que en los estudiantes y los adolescentes existe un menor consumo de medios tradicionales, especialmente de libros. La mayor parte de los adolescentes que nos son lectores frecuentes argumenta que “no le gusta o no le interesa” (34,3%). Esta cifra alcanza el 31,4% en estudiantes. Estos dos grupos son también quienes se muestran de acuerdo, en mayor medida, con la frase “leer es aburrido, hay muchas otras cosas mejores que hacer” (18,9% en adolescentes, 15% en estudiantes).

Para los adolescentes que no son lectores habituales, la explicación de sus bajos niveles de lectura dicen relación con la poca funcionalidad que la lectura tendría en la actualidad, dada la existencia de medios alternativos donde buscar información y entretención, como son el Internet y los medios audiovisuales.

“Uno dice para que voy a leer el libro si esta la película”. (Tamara, 15 años, estudiante, F.G. Pirque)

“Ahora no leo libros, no, para qué si ahora hay un computador. Ahí está todo más claro, preciso, es más interesante. Porque de repente cuando uno lee un libro, hay que decirlo, de repente hay partes latosas... por eso a mí me gustan las reseñas de libros”. (Eduardo, jubilado, F.G. La Florida 2)

Al consultarles el grado de acuerdo con la frase “En el mundo actual no es necesario leer tanto”, los adolescentes fueron quienes se mostraron en desacuerdo en una menor proporción que los otros grupos etáreos.

Si añadimos al argumento el hecho de que la principal razón por la que estos grupos leen es por trabajo o estudios (45,5% en adolescentes y 39,1% en estudiantes), se puede deducir que para quienes no han desarrollado un gusto por la lectura, esta actividad se realiza, principalmente, por imposición y durante la etapa escolar.

“Cuando uno era chico uno leía más, porque en el colegio uno tenía que leer para mejorar la ortografía. Ahora en el liceo no te hacen leer nunca...”.
(Hombre, F.G. Antofagasta 1)

“La verdad es que con el tiempo voy leyendo menos que antes. Creo que se debe, a lo que decía el caballero, a la tendencia de ir hacia lo fácil, a la condensación de los conocimientos, por eso que los niños leen menos. En el futuro ni siquiera vamos a necesitar de Internet, porque a uno le van a transmitir los conocimientos que desea saber”. (Luis, dirigente, F.G. La Florida 2)

Esto lleva a preguntarse qué pasará con estas nuevas generaciones una vez que la lectura no sea una actividad obligatoria para sus actividades estudiantiles y si las nuevas tecnologías podrán reemplazar a los textos tradicionales como fuente de información o conocimientos para ser incorporados en las personas.

Capítulo n.4

Capital Social y Lectura.

E

El presente capítulo es plantear una posible asociación entre lectura y capital social. El supuesto sobre el que se articula este capítulo es la consideración de la lectura como una actividad social en la que motivaciones, preferencias y hábitos se ven condicionados por las relaciones sociales del lector. El primero de los apartados del capítulo está dedicado a construir un concepto de capital social operativo para los fines perseguidos con base a los aportes teóricos y metodológicos de la literatura. A continuación se presentan los datos obtenidos del cuestionario que permiten caracterizar las diferentes redes sociales de los usuarios/as de las bibliotecas públicas. En el tercer y último de los apartados se interpretan los datos tomando en consideración los aportes obtenidos de la aplicación de los instrumentos cualitativos.

4.1. Elementos teórico-conceptuales.

4.1.1. ¿Qué es capital social y cómo medirlo?

La posibilidad de medir capital social se encuentra condicionada a la forma en que éste se encuentra definido. Un propósito que se dificulta por la ausencia de una definición clara y concisa de capital social que encuentre un amplio grado de aceptación entre los especialistas. Algunas de las definiciones más influyentes, que pueden encontrarse en la literatura especializada sobre capital social – Bourdieu (1985), Coleman (1988; 1990); Putnam (1993; 2000) y Fukuyama (1995; 1999) – dan cuenta de diferentes niveles y unidades de análisis asociadas al concepto.

Capital social es, según Ronald Burt (2004), una “metáfora de la ventaja”. Esta idea se refiere a que algunas personas, grupos u organizaciones les va bien en términos de recibir mayores retornos por sus esfuerzos, no sólo por sus atributos y aptitudes, sino también porque están mejor conectados. De esta manera, para Pierre Bourdieu, el capital social es “el agregado de los recursos reales o potenciales que se vinculan con la posesión de una red duradera de relaciones más o menos

estables institucionales de conocimiento o reconocimiento mutuo” (Bourdieu, 2000: 148). Por su parte, para James Coleman el capital social se construye en las relaciones entre personas se coordinan para facilitar una acción colectiva. Lo anterior lleva a asumir que el capital social puede darse de las formas más variadas como, por ejemplo, el uso de amigos y conocidos como fuente de información; la existencia de una vida asociativa que facilite la consecución de objetivos colectivos; o el desarrollo de un sistema de normas y sanciones dentro de una comunidad.

Robert Putnam aporta a la comprensión estructural del concepto de capital social su traslado al nivel macro de análisis. Las redes sociales, la reciprocidad y, fundamentalmente, la confianza son para Putnam las dimensiones del fenómeno que logra explicar por qué ciertas comunidades alcanzan mayores niveles de desarrollo económico y democrático que otras. La confianza de la que habla Putnam no es ciega, sino un recurso instrumental para hacer posible la cooperación voluntaria. Cabe señalar que, para Putnam, al igual que para el resto de los autores mencionados, la conformación de redes sociales densas es una condición necesaria para hablar de la existencia de capital social en una determinada comunidad. Sin embargo, Ronald Burt rechaza la importancia de la densidad de las redes sociales. Para él, el foco debe ponerse en la calidad de las mismas. Desde esta perspectiva,

Burt plantea que el capital social de los individuos se encuentra en su capacidad de trascender sus vínculos primarios o fuertes originados en su entorno inmediato, donde la tendencia a mantener relaciones cada vez más estrechas lleva a la separación con otras sub-redes o grupos de la sociedad, a partir de lo que denomina “agujeros estructurales”.

Así, el capital social es un recurso acumulable que crece, en la medida en que se hace uso de él y, que se devalúa si no es renovado. La acumulación descansa sobre círculos virtuosos, donde la memoria de experiencias exitosas de confianza, producen su renovación fortalecida. No obstante, existe la posibilidad de que se desarrollen círculos viciosos, donde la falta de confianza socava la cooperación, ya que la posibilidad de acumular capital social, implica también el riesgo de una distribución concentrada y segmentada. Es decir, puede existir una acumulación desigual, aumentando el capital social de aquellos que se encuentran en una situación privilegiada dentro de una organización o comunidad.

4.1.2. El vínculo entre capital social y capital cultural.

Bourdieu reintroduce el concepto de capital y de acumulación del capital para dar cuenta de que los procesos de intercambio en el mundo social no son azarosos. “El capital es una fuerza inscrita en la objetividad de las cosas que determina que no todo sea igualmente posible o imposible” (Bourdieu, 2000: 132). Con la reintroducción de este concepto se propone contribuir a una “ciencia general de la economía de las prácticas” (Bourdieu, 2000: 134) que abarque todas aquellas prácticas que tienen un carácter económico, pero que no son reconocidas ni reconocibles como tales en la vida social.

Pero para comprender como se generan estos intercambios es necesario vislumbrar el papel del capital (y sus diferentes formas) en la teoría de Bourdieu. Para Bourdieu el capital puede ser acumulado en forma de materia (capital objetivado) o interiorizada (capital incorporado), cuya acumulación requiere tiempo. La forma concreta en que se manifiesta dependerá de cuál sea el campo de aplicación correspondiente y de la cuantía de los costes de transformación. Es así que el capital puede presentarse de tres maneras fundamentales: a) como capital económico, b) como capital cultural y c) como capital social. Además Bourdieu señala la existencia de un capital simbólico, que es la forma que adoptan los

diferentes tipos de capital una vez que son percibidos y reconocidos como legítimos (Bourdieu, 2000).

Los diferentes tipos de capital pueden obtenerse a con ayuda del capital económico, pero sólo al precio de un determinado esfuerzo de transformación que resulta necesario para producir la forma de poder efectiva en el campo correspondiente. Así, por ejemplo, quien posea capital económico puede adquirir un mayor capital cultural, en tanto sus recursos le permiten invertir en su formación y consumir bienes culturales que son de elevado costo, tales como libros, música, etc. Por su parte, existen ciertos bienes y servicios que sólo pueden obtenerse a través de un capital social de relaciones y obligaciones, donde la posibilidad de beneficiarse de estas relaciones exige un esfuerzo de sociabilidad planteada necesariamente a largo plazo.

La relación entre capital económico y capital cultural es evidente, no sucede lo mismo con la relación entre capital social y capital cultural. Para Bourdieu, la adquisición de capital cultural se desarrolla a través de los procesos formales de educación, pero también se realiza, de forma inconsciente, durante los procesos de socialización que se dan, primeramente, en el seno de la familia. Es, por tanto, “*la forma mejor disimulada de transmisión hereditaria del capital*” (Bourdieu, 2000:143). Además de la socialización familiar, las redes de amistad y la legitimación de ciertos gustos en determinados grupos sociales, pueden influir en el consumo cultural de las personas.

Al respecto algunos estudios anglosajones han señalado la influencia de los vínculos en el consumo vinculado a la recreación (Warde y Tampubolon, 2002; Warde, Tampubolon y Savage, 2005). Sobre el contexto chileno, Brunner (2005) plantea que, en los últimos años, a comenzado a emerger una cultura estructurada en torno a múltiples y diferenciados puntos de acceso y con variados circuitos de consumo simbólico. La articulación de estos circuitos estaría condicionada por “la apropiación diferencial de oportunidades y productos culturales que resulta de las diversas trayectorias personales de acumulación de capital económico y cultural (y las posibilidades de conversión de uno a otro) y de la participación, también altamente diferenciada por preferencias y gustos, en las redes sociales que producen y transmiten las jerarquías simbólicas” (Brunner, 2005:15)

Siguiendo esta idea, el Informe de Desarrollo Humano PNUD (2002) sostiene que, aislando la disponibilidad de recursos, el mayor o menor consumo cultural está relacionado con las disposiciones subjetivas de los entrevistados, es decir, se presenta en cierta medida la distinción social entre diferentes grupos sociales que se identifican con ciertas prácticas de consumo asociadas a estilos de vida. Asimismo, tanto el Informe del PNUD (2002) como el estudio del INE-Consejo de la Cultura y las Artes, coinciden en que existe una relación entre sociabilidad y consumo cultural, ya que quienes declaran una mayor inserción en redes sociales (tienen más amigos y lo pasan bien con ellos y tienen un mayor nivel de participación en organizaciones) consumen más cultura. Las personas, al buscar la integración, tienden a imitar ciertas conductas, por lo que en este sentido el “otro” cobra una relevancia particular al momento de elegir aquello que se consume, ya sea a través de recomendaciones o de prácticas similares.

De esta manera, para conocer las razones y motivaciones, así como los usos de ciertos bienes culturales -como es el caso de lectura-, se hace necesario indagar en los aspectos sociales que se relacionan con la trasmisión del gusto por la lectura, las preferencias por determinados temas y formatos para leer y, la socialización del conocimiento adquirido a través de este medio.

4.2. Presentación de resultados.

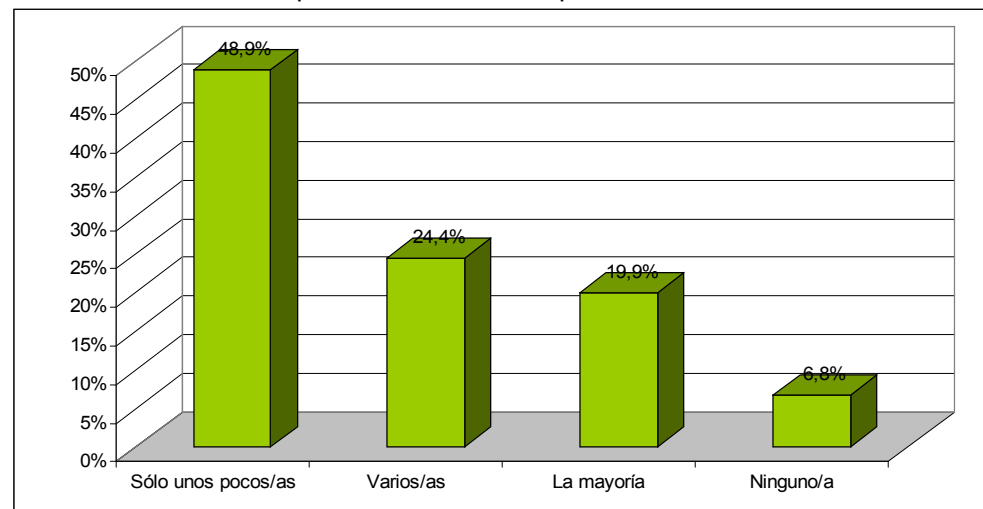
4.2.1. Datos generales.

a) Nivel de lectura del entorno.

Los niveles de lectura del entorno cercano son fundamentales en la formación del gusto y el hábito lector, en tanto los familiares y los amigos son agentes de socialización que influyen de forma decisiva en las prácticas sociales de las personas.

Al consultar por el nivel de lectura de los familiares, la mayor parte de los/as encuestados/as señala que “Sólo unos pocos/as” son lectores/as frecuentes (48,9%). Un 24,4% indicó que varios/as de sus familiares son lectores/as frecuentes. Finalmente, un 19,9% señaló que la mayoría de sus familiares se encuentran en esta categoría.

Gráfico 4.1. Proporción de familiares que son lectores frecuentes.



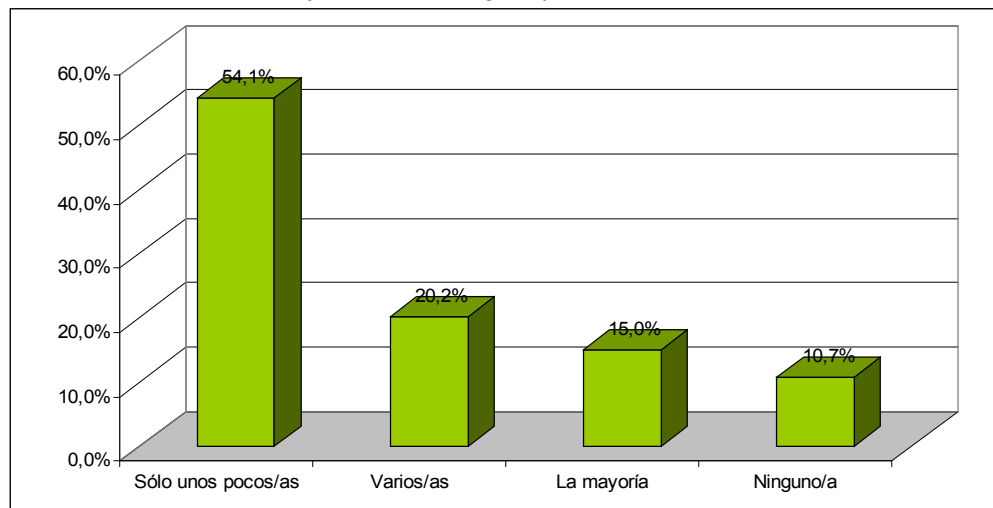
Específicamente sobre el nivel de lectura de los padres, las cifras se encuentran relativamente divididas entre quienes concuerdan con la frase “Mis papás leen o leían muy poco” (44,4%) y quienes no concuerdan con dicha frase (40,8%).

Tabla 4.1. Grado de acuerdo con la frase “Mis papás leen o leían muy poco”

	Muy de Acuerdo o De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Muy en desacuerdo o en desacuerdo	NS/ NR
M	44.4%	11.4%	40.8%	3.3%

Ahora bien, los niveles de lectura atribuidos a los amigos son levemente inferiores a los de los familiares. De esta manera un 54,1% de los/as encuestados/as señala que “Sólo unos pocos/as” son lectores/as frecuentes. Un 20,2% señala que varios de sus amigos/as se encuentran dentro de esta categoría. Sólo un 15% indica que la mayor parte de sus amigos/as son lectores/as frecuentes.

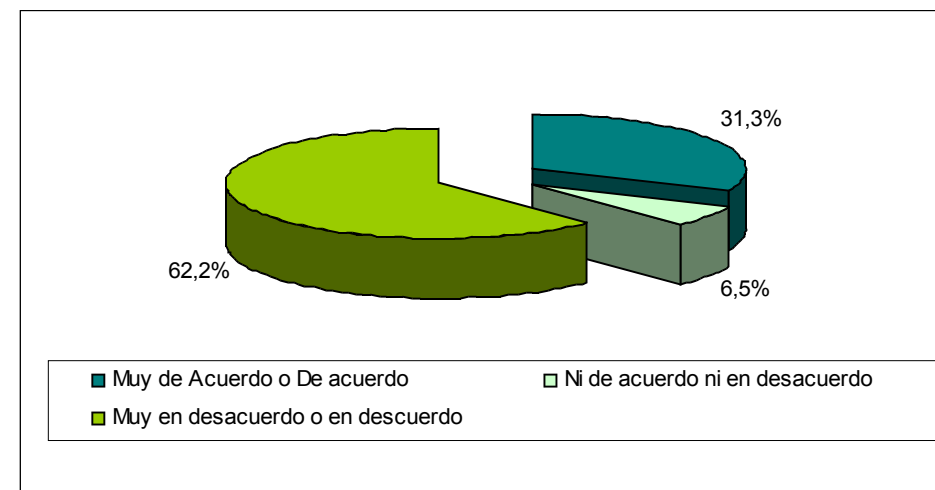
Gráfico 4.2. Proporción de amigos que son lectores frecuentes.



b) Incentivos para la lectura.

Otro de los aspectos a relevar en el análisis de las redes sociales asociadas al ejercicio de la lectura es la incidencia que ejercen los vínculos sociales en la formación de un hábito lector. En este sentido, debe destacarse que la mayor parte de los/as encuestados/as señala haber recibido algún tipo de incentivo para la lectura. Un 62,2% de los/as encuestados/as en el estudio manifestó haber sido incentivado por alguna persona en su condición de lector/a frente al 31,1% que desconocen este tipo de influencia.

Gráfico 4.3. Grado de acuerdo con la frase “Nadie me incentivó para que a mi me gustara la lectura”



Entre aquellos/as encuestados/as que reconocieron haber sido influenciados/as en su condición de lector/a, una amplia mayoría, que alcanza un 65,8%, se muestra “Muy de acuerdo o de acuerdo” con la frase “En mi familia siempre me incentivaron para que leyera”. Cabe señalar, no obstante, que el porcentaje que se muestra “Muy en desacuerdo o en desacuerdo” llega a un 22,1%. Por su parte, quienes no señalan ni una ni otra alternativa alcanzan el 11,7%.

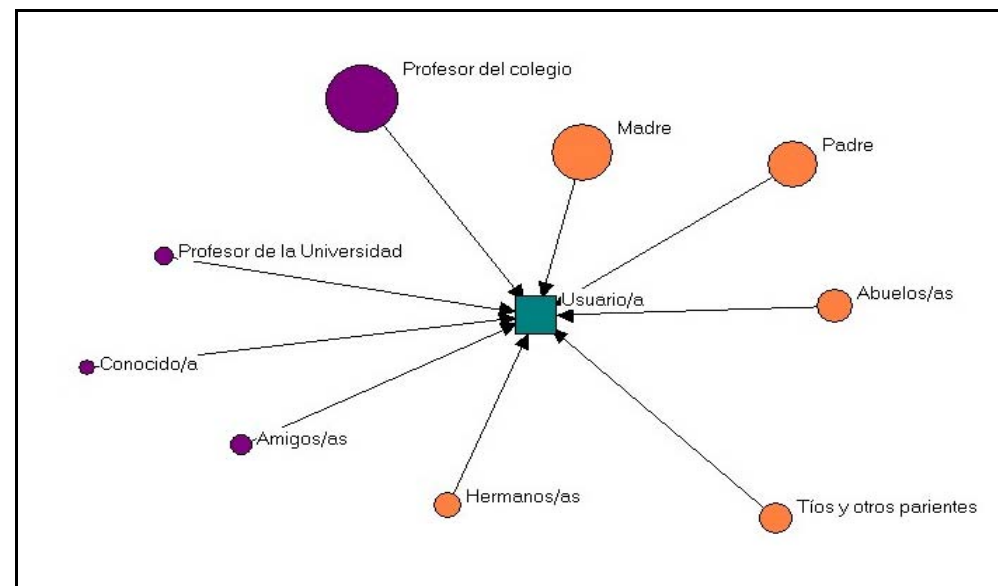
Tabla 4.2 Grado de acuerdo con la frase: “en mi familia siempre me incentivaron para que leyera”

	Muy de Acuerdo o De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Muy en desacuerdo o en desacuerdo	NS/ NR
En mi familia	65,8%	11,7%	22,1%	

siempre me incentivaron para que leyera				
---	--	--	--	--

Como se puede apreciar en el siguiente grafo de redes, entre los miembros de la familia (nodos en color naranja) más importantes en el incentivo de la lectura, destacan la madre, con un 45,3% y el padre, con un 36,8%. Le siguen en importancia los/as tíos/as y otros parientes (23,8%), los/as hermanos/as (20,9%) y los/as abuelos/as (15,9%),

En cuanto a las influencias externas a la familia (nodos en color púrpura), destacan los profesores del colegio, incluso por encima de los porcentajes obtenidos por los padres (52,1%). Luego se señala la influencia de los/as amigos/as (25,7%), los profesores de la Universidad (14,7%) y los/as conocidos/as (12,7%)



Grafo n 4.1 . Personas que lo incentivaron a leer.

Sobre los incentivos para la lectura dados en el colegio, la mayor parte de los/as encuestados concuerda con que “En el colegio hacen de la lectura algo aburrido” (48%). No obstante un tercio de los/as encuestados/as no concuerda con esta idea. Finalmente, cabe señalar que, un 16,3% se muestra indiferente.

Tabla 4.4 Grado de acuerdo con la frase: “En el colegio hacen de la lectura algo aburrido”

	Muy de Acuerdo o De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Muy en desacuerdo o en desacuerdo	NS/ NR
En el cole	48%	16,3%	33,3%	2,3%

g i o h a c e n d e l a l e c t u r a a l g o a b u r r i d o				
---	--	--	--	--

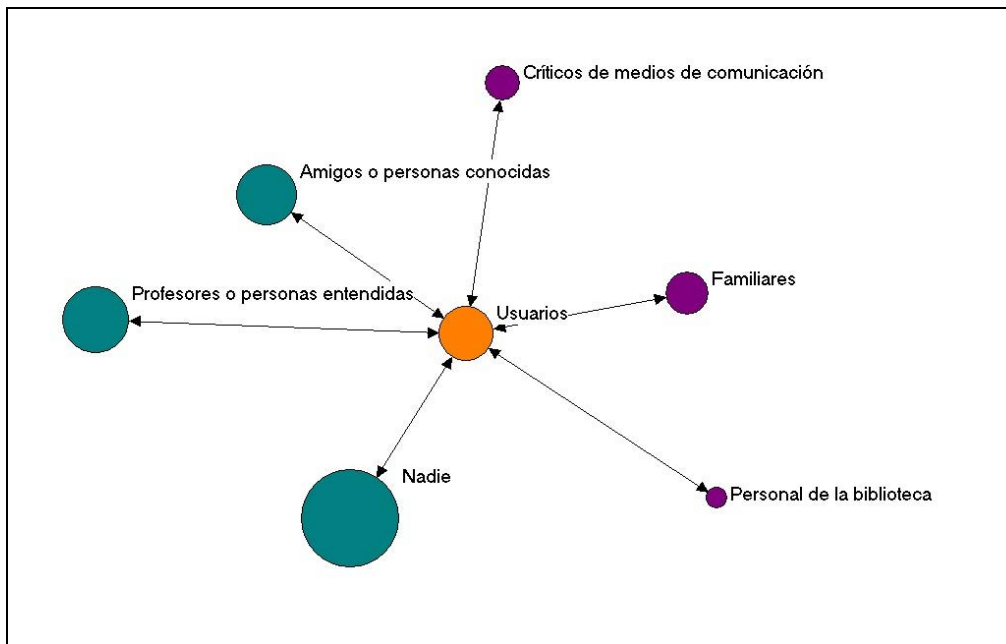
c) Recomendaciones de lectura

A la hora de escoger qué se lee, las recomendaciones de otras personas suelen ser ejercer una notable influencia, en tanto provee de información específica y más adecuada a las inquietudes y gustos personales de los/as lectores/as. Al respecto, la encuesta muestra que dos tercios de los/as encuestados/as escucha las recomendaciones de otros/as a la hora de escoger un texto para leer. Un 33,3%, en tanto, señala que “No escucha recomendaciones de nadie”.

Como se puede observar en el grafo n. 4.2, entre las personas más influyentes, en términos de sus recomendaciones de lectura, se encuentran

“Profesores, jefes u otras personas entendidas” (21,2%), “Amigos y personas conocidas” (19%) y “Familiares” (12,4%). En posiciones inferiores se encuentran “Críticos de los medios de comunicación” (9,5%) y “Personal de la Biblioteca” (4,6%).

Grafo n 4.2. Personas que le recomiendan textos



d) Conversaciones en torno a la lectura

La lectura es una fuente de información y conocimientos que puede proveer de valiosos contenidos para las conversaciones e interacciones con otros/as. Este elemento presenta una alta valoración en la mayor parte de los/as usuarios/as, especialmente en términos de las posibilidades que genera para conversar de ciertos temas con las amistades. De esta manera un 44,7% de los/as encuestados/as se muestra “Muy de acuerdo o de acuerdo” con la frase “Me gusta leer lo que leen mis amigos, así tenemos más tema de conversación”.

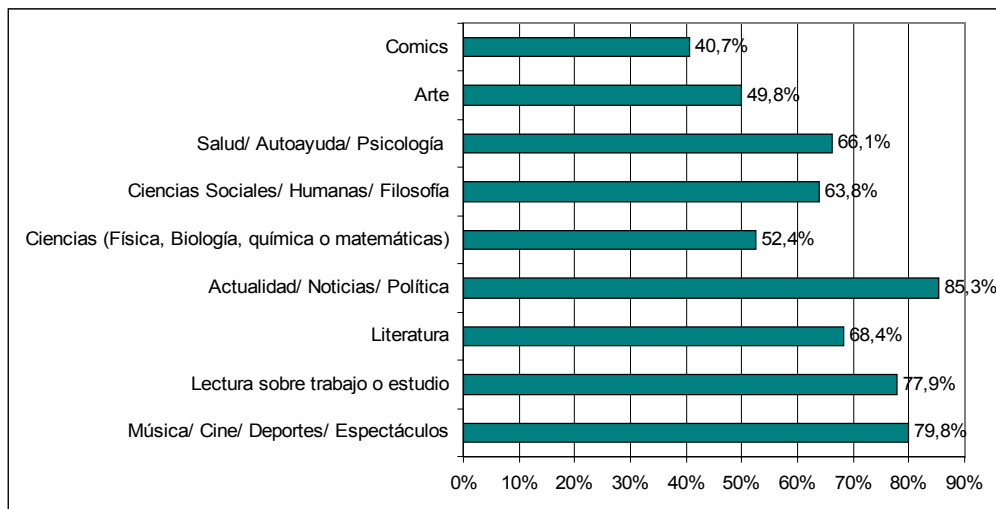
Tabla 4.5 Grado de acuerdo con la frase: “Me gusta leer lo que leen mis amigos, así tenemos más tema de conversación”.

	Muy de Acuerdo o	Ni de acuerdo ni en	Muy en
--	------------------	---------------------	--------

	De acuerdo	desacuerdo	desacuerdo o en desacuerdo
Me gusta leer lo que leen mis amigos, así tenemos más tema de conversación	42,7%	20,2%	35,8%

Si se trata de compartir temas de lectura con otras personas, los datos muestran que existen ciertos tópicos que generan mayores posibilidades de conversación, tales como “Actualidad/Noticias/Política” (85,3%), “Música/Cine/Deportes/Espectáculos” (79,8%) y “Lecturas sobre trabajo o estudio” (77,9%). Otros temas de lectura, más específicos, como “Ciencias (Física, Biología, Química o Matemáticas)” (52,4%), “Arte” (49,8%) y “Comics” (40,7%), no se comparten de forma tan mayoritaria como los mencionados recientemente.

Tabla 4.6 . Temas de lectura que se conversan con otros



Las conversaciones sobre “Música/ Cine/ Deportes/ Espectáculos” son llevadas a cabo, principalmente con familiares que viven en el hogar (58,8%) y amigos/as (50,6%). En menor medida destacan los “Compañeros de estudio o trabajo” (21,4%), “Conocidos/as” (12,2%) y “Familiares que viven fuera del hogar” (10,6%).

En cuanto a las “Lecturas sobre trabajo o estudio” los principales interlocutores son “Compañeros de estudio o trabajo” (56,1%) y “Familiares que viven en el hogar” (46%), “Amigos/as” (32,6%). En mucha menor medida aparecen los “Familiares que viven fuera del hogar” (7,5%), “Conocidos/as” (6,3%) y “Vecinos” (1,7%).

A la hora de conversar sobre temas de “Literatura”, se privilegia hacerlo con familiares que viven en el hogar (52,4%), “Amigos” (38,6%) y “Compañeros/as de estudio o trabajo” (26,7%). En menor medida se nombra a “Familiares fuera del hogar” (11,4%), “Conocidos/as” (8,1%), “Vecinos/as” (3,3%).

Sobre las lecturas de “Actualidad/ Noticias/ Política” se conversa con “Familiares que viven en el hogar” (70,6%), “Amigos” (40,1%), “Compañeros/as de estudio o trabajo” (28,5%). En menor medida se comparten estos temas con

“Familiares que viven fuera del hogar” (15,6%), “Conocidos/as” (12,2%), “Vecinos/as” (9,9%).

Los temas de “Ciencias (Física, Biología, Química o Matemáticas)” se conversan preferentemente con “Compañeros/as de estudio o trabajo” (48,4%), “Familiares que viven en el hogar” (44,7%), “Amigos” (24,8%). En menor medida con “Familiares que viven fuera del hogar” (11,8%), “Conocidos/as” (7,5%) y “Vecinos/as” (1,2%).

Los temas de “Ciencias Sociales/Humanas/Filosofía” son compartidos con “Familiares que viven en el hogar” (49%), “Compañeros/as de estudio o trabajo” (43,9%), “Amigos” (32,1%). Cifras menores presentan los “Familiares fuera del hogar” (15,3%), “Conocidos/as” (9,2%), “Vecinos/as” (3,6%).

Por último, los temas de “Salud/Autoayuda/Psicología” se conversan mayormente con “Familiares que viven en el hogar” (62,1%) y “Amigos” (35,5%). Luego vienen “Compañeros/as de estudio o trabajo” (23,6%), “Familiares que viven fuera del hogar” (15,3%), “Conocidos/as” (7,4%) y “Vecinos/as” (6,9%).

Tabla 4.6 Personas con las que conversan los diversos temas de lectura.

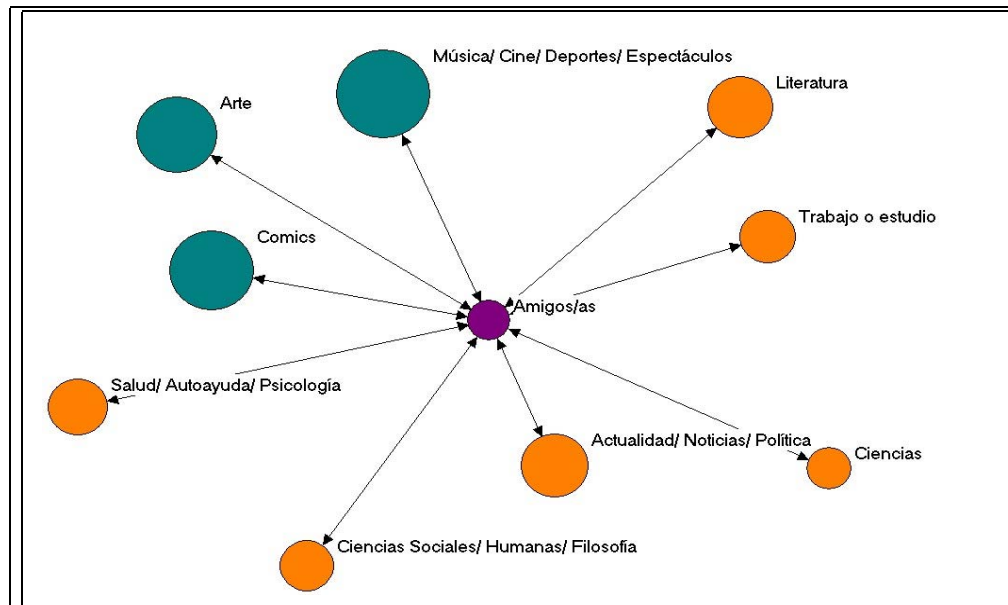
	Familiares que viven con usted	Familiares que no viven con usted	Vecinos/as	Amigos/as	Compañeros de estudio o trabajo	Conocidos/as	NS/NR
			3.7	58.8	24.1	12.2	0.3

									3.3	38.6	26.7	8.1	1.0		
									9.9	40.1	28.2	12.2	0		
		7.5	1.7	32.6	56.1	6.3	0								

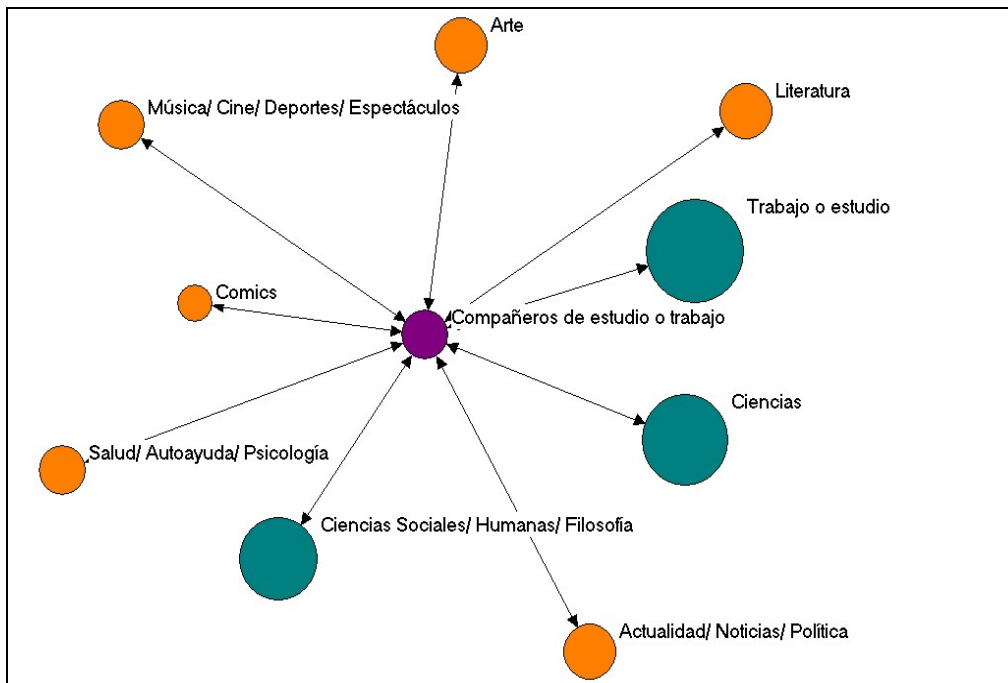
			1.2	24.8	48.4	7.5	0										
													32.1	43.9	9.2	0.3	
													6.9	35.5	23.6	7.4	0

			2.0	49.7	27.5	11.8	1.0
			4.8	52.0	16.0	8.8	1.0

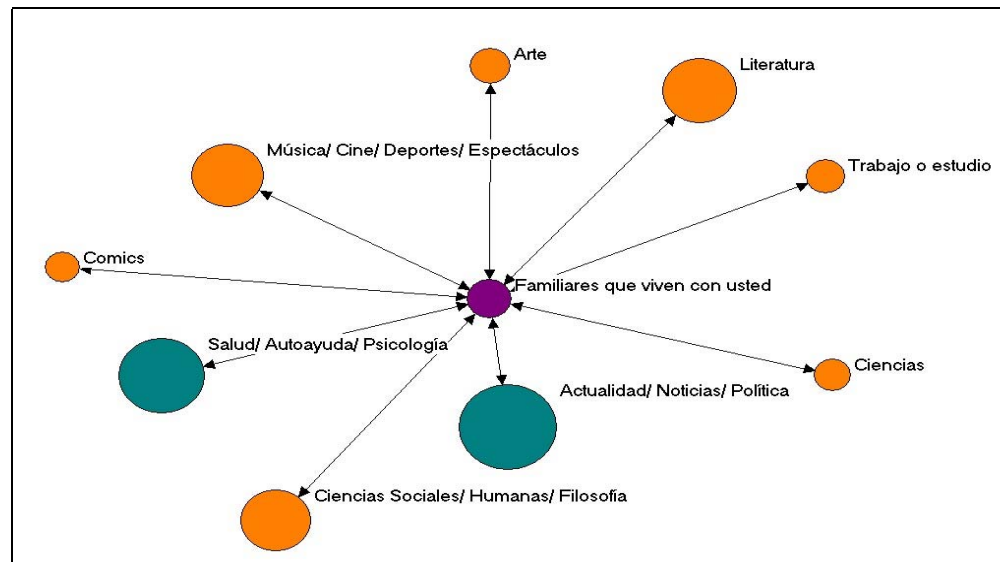
Grafo n. 4.3 Temas de conversación de usuarios/as con amigos/as



Grafo n.4.4 Temas de conversación de usuarios/as con compañeros de estudio



Grafo n.4.5 Temas de conversación de usuarios/as con familiares

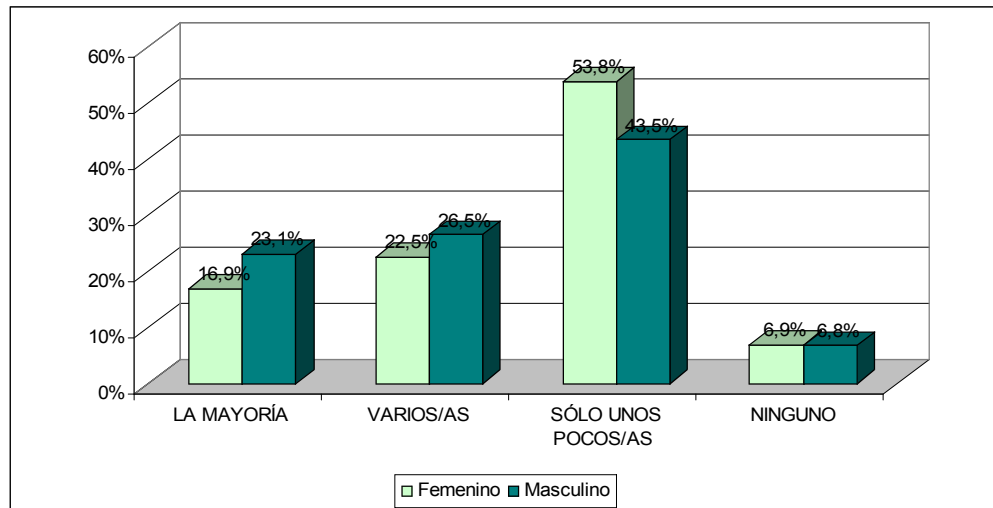


4.2.2 Género

a) Nivel de lectura del entorno

En cuanto a los niveles de lectura de los familiares, la percepción de mujeres y hombres varía, siendo aquellas quienes señalan niveles inferiores de lectura en su entorno inmediato. Así, mientras un 23,1% de los hombres declara que la mayor parte de sus familiares son lectores/as frecuentes, sólo un 16,9% de las mujeres señala esta opción. Las diferencias se repiten de la misma forma en la opción "Varios", donde las mujeres muestran menores porcentajes de respuesta que los hombres (22,5% v/s 26,5%). Finalmente la mayor parte de las mujeres señala que "Solo unos pocos/as" de sus familiares son lectores/as frecuentes, encontrándose sus respuestas 10,3 puntos porcentuales sobre las respuestas de los hombres (53,8% y 43,5%, respectivamente).

Gráfico n 4.7. Proporción de familiares que son lectores/as frecuentes, por género.



b) Incentivos para la lectura.

Al examinar la influencia familiar en los hábitos lectores/as, las mujeres señalan un menor incentivo por parte de este agente de socialización que los hombres.

Tabla 4.8. Grado de acuerdo con la frase “En mi familia siempre me incentivaron la lectura”, por género.

	Femenino	Masculino	Total
MUY EN DESACUERDO O EN DESACUERDO	26,9%	17,0%	22,1%

También se observan algunas diferencias en las percepciones sobre los incentivos para la lectura en la etapa escolar. Al igual que en el caso anterior las principales diferencias entre hombres y mujeres se encuentran en la opción “Muy en

desacuerdo o en desacuerdo”, mayoritaria entre las mujeres (37,7% v/s 28,6% en los hombres).

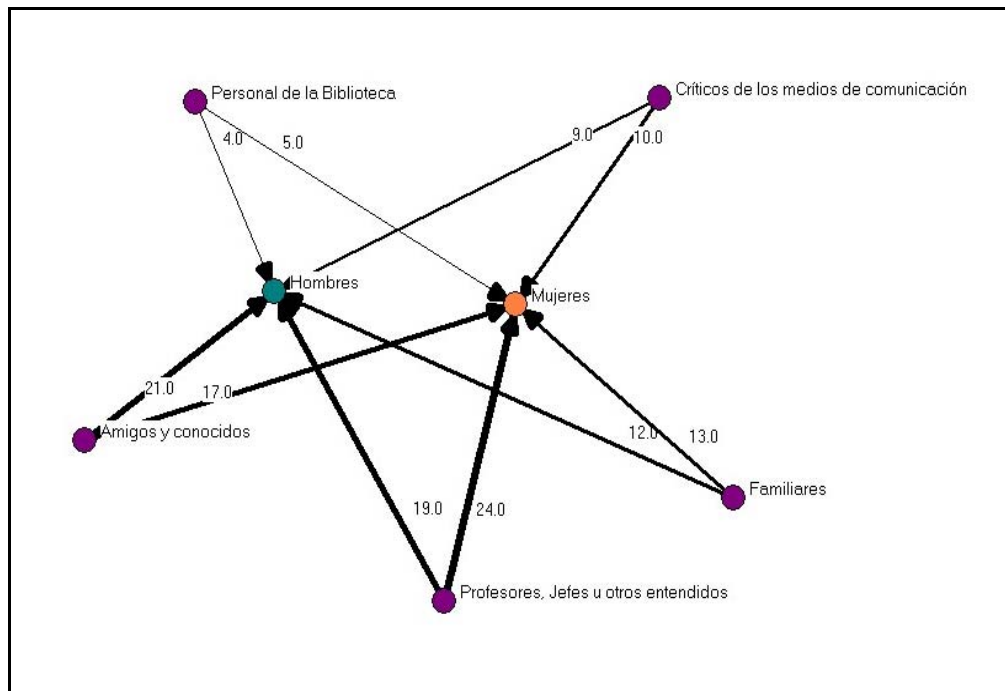
Tabla 4.9. Grado de acuerdo con la frase “En el colegio hacen de la lectura algo aburrido”, por género.

	Femenino	Masculino	Total
MUY DE ACUERDO Y DE ACUERDO	48,4%	47,6%	48,0%
MUY EN DESACUERDO O EN DESACUERDO	37,7%	28,6%	33,3%

c) Recomendaciones de lectura

Al escuchar recomendaciones de otros/as para la lectura, hombres y mujeres muestran diferencias en sus principales opciones. Como se observa en el siguiente grafo, la principal fuente de recomendaciones para los hombres son “Amigos y personas conocidas” (21,2% v/s 16,9% en mujeres), mientras para las mujeres son “Profesores, jefes u otras personas entendidas” (23,8% v/s 18,5% en los hombres). En el resto de las opciones no se aprecian diferencias importantes entre ambos grupos.

Grafo n.4.6. Personas de la que escucha recomendaciones para leer, por género.



d) Conversaciones en torno a la lectura.

A la hora de conversar sobre diversos temas de lectura, los datos muestran algunas variaciones en las respuestas de hombres y mujeres.

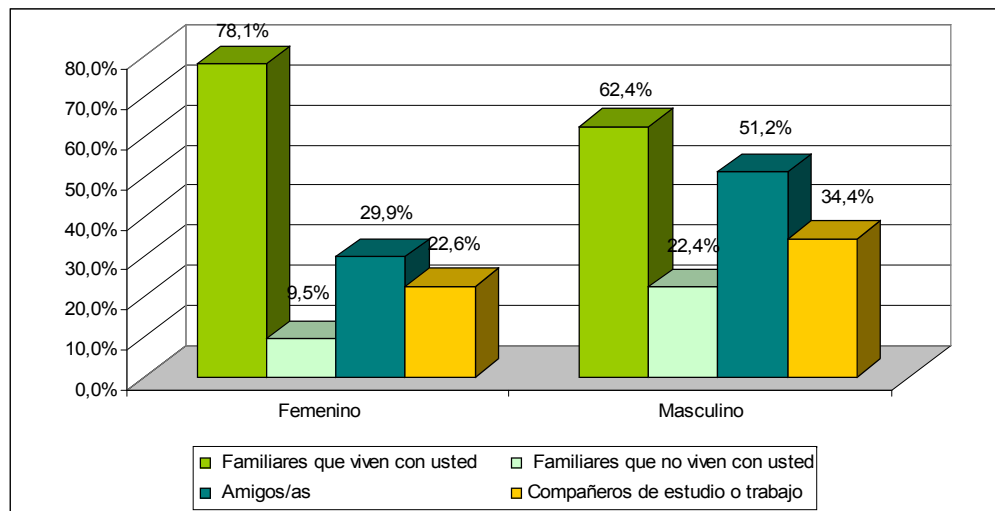
En lo que refiere a las lecturas sobre trabajos o estudio, se observa que las mujeres conversan con familiares que viven en el hogar y compañeros/as de trabajo o estudio en mayor media que los hombres. En el primer caso las mujeres superan a los hombres en 14,5 puntos porcentuales (52,7% v/s 38,2%). En el segundo caso la diferencia es 9,6 puntos mayor en las mujeres 50,5% v/s 50,9%). Sin embargo en los hombres hay un mayor grado de conversación con amigos/as sobre estos temas. En este caso la diferencia favorece a los varones en 22 puntos porcentuales (44,5% v/s 22,5% en las mujeres)

Tabla 4.11. Personas con las que conversa sobre sus lecturas de trabajo o estudios.

	Femenino	Masculino	Total
Familiares que viven con usted	52,7%	38,2%	46,0%
Amigos/as	22,5%	44,5%	32,6%
Compañeros de estudio o trabajo	60,5%	50,9%	56,1%

En relación las lecturas sobre temas de “Actualidad, Noticias y Política”, las cifras muestran un mayor grado de conversación con familiares que viven en el hogar en las mujeres que en los hombres (78,1% v/s 62,4%). Sin embargo los varones comparten mayormente temas de conversación sobre este tipo de lecturas con amigos/as (51,2% v/s 29,9%) y con familiares que viven fuera del hogar (22,4% v/s 9,5%).

Gráfico 4.8. Personas con las que conversa sobre sus lecturas de Actualidad, noticias y política, por género.



En cuanto a las conversaciones sobre las lecturas de literatura, los resultados de la encuesta muestran que las mujeres conversan con sus familiares que viven en el hogar en mayor medida que los hombres (56,9% v/s 46,8%)

Tabla 4.13. Personas con las que conversa sobre sus lecturas de Literatura, por género.

	Femenino	Masculino	Femenino
Familiares que viven con usted	56,9%	46,8%	52,4%
Amigos/as	33,6%	44,7%	38,6%

Las lecturas de “Ciencias (Física, Química, Biología o Matemáticas) son, en mayor medida, un tema de conversación con amigos en el caso de los hombres, que alcanza un 34,1%. En las mujeres, en tanto, estas cifras llegan sólo al 15,2%.

Tabla 4.14. Personas con las que conversa sobre sus lecturas de Ciencias (Física, química, biología o matemáticas), por género.

	Femenino	Masculino	Total
Amigos/as	15,2%	34,1%	24,8%

La tendencia se repite en las conversaciones con amigos/as sobre Ciencias Sociales/Humanas/ Filosofía”, donde los hombres alcanzan un 37,9% frente a un 25,8% de las mujeres.

Tabla 4.15. Personas con las que conversa sobre sus lecturas de Ciencias Sociales, Humanas, Filosofía, por género.

	Femenino	Masculino	Total
Amigos/as	25,8%	37,9%	32,1%

Lo mismo sucede en relación a las lecturas sobre temas de “Salud, Autoayuda o Psicología”, a partir de los cuales los hombres dicen conversar con sus amigos/as en mayor medida que las mujeres (43,2% v/s 28,7%)

Tabla 4.16. Personas con las que conversa sobre sus lecturas de Salud, Autoayuda o psicología, por género.

	Femenino	Masculino	Total
Amigos/as	28,7%	43,2%	35,5%

4.2.3. Localización geográfica

a) Incentivos para la lectura.

No se observan diferencias importantes en relación a la influencia de familiares en la lectura de usuarios/as de zonas rurales y urbanas. En ambos grupos el agente que ejerce mayor ascendiente es la madre (en torno al 45%) y luego el padre (entre el 35% y 38%). Donde sí se pueden apreciar algunas variaciones es en

el peso de otros agentes en el incentivo de la lectura. Así sucede en el caso de los amigos, que ejercen una mayor influencia en los/as usuarios/as de bibliotecas urbanas que en los/as usuarios/as de bibliotecas rurales. En el primer caso el incentivo de los/as amigos/as llega al 29,6%, lo que equivale a 10,7 puntos porcentuales sobre el señalado por los segundos.

Tabla 4.17. Incentivo de los amigos por la lectura, por localización geográfica (rural/urbano)

	URBANO	RURAL	Total
Amigo/a incentivo su lectura	29,6%	18,9%	25,7%

Una tendencia similar, aunque con cifras bastante menores, se observa en la influencia ejercida por la categoría “Profesor/a de la Universidad” en la lectura de los/as encuestado/as. Esta sería mayor en los usuarios/as de bibliotecas urbanas, donde alcanza un 17,9%. En los/as usuarios/as de bibliotecas rurales, en tanto, las cifras llegan sólo a un 9%.

Tabla 4.18. Incentivo de los profesores de la Universidad por la lectura, por localización geográfica (rural/urbano)

	URBANO	RURAL	Total
Profesor/a de la universidad incentivó su lectura	17,9%	9,0%	14,7%

Sobre los posibles incentivos a la lectura otorgados en el colegio, la opinión mayoritaria de los/as encuestados/as, en ambos grupos, tiende a concordar con la frase “En el colegio hacen de la lectura algo aburrido”. Sin embargo, se pueden apreciar ciertas diferencias en las percepciones que se muestran “Muy en desacuerdo o en desacuerdo” con dicha aseveración. Esta opción es mayor en los/as usuarios/as de bibliotecas urbanas (36,7%), que en los/as usuarios/as de bibliotecas rurales, donde alcanza un 27,3%.

Tabla 4.18. Grado de acuerdo con la frase: “En el colegio hacen de la lectura algo aburrido”, por localización geográfica.

	URBANO	RURAL	Total
Muy en desacuerdo o en desacuerdo	36,7%	27,3%	33,3%

b) Conversaciones en torno a la lectura.

En relación a las conversaciones con otros sobre temas de lectura, se observan algunas diferencias entre los/as usuarios/as de bibliotecas urbanas y rurales, particularmente en la proporción de quienes conversan con familiares que viven en el hogar, amigos/as y compañeros/as de trabajo.

Así, los/as usuarios/as bibliotecas rurales conversan sobre sus lecturas de “Música/ Cine/ Deportes/ Espectáculos” con sus familiares (que viven en el hogar) en mayor medida que los/as usuarios/as de bibliotecas urbanas (54,9% v/s 48,1%). En las conversaciones con amigos/as sobre estos temas, no se observan mayores diferencias, siendo la opción mayoritaria para ambos grupos (59,1% urbano y 58,2% rural). La relación inicial se repite, sin embargo en el caso de los “Compañeros/as de estudio o trabajo”, con quienes los/as usuarios/as rurales conversan más sobre los temas mencionados que los/as usuarios/as urbanos (27,5% v/s 22,1%). Finalmente con los/as “Conocidos/as”, las conversaciones se dan en mayor medida en los usuarios urbanos (14,2% v/s 8,8%).

Las conversaciones relativas a “Lecturas sobre trabajo o estudio”, con familiares que viven en el hogar son mayores en usuarios/as de bibliotecas rurales (52,4% v/s 42,6%). Lo mismo sucede en las conversaciones con “Compañeros/as de estudio o trabajo” (58,3% v/s 54,8%). Diferencias inversas se observan en las conversaciones sobre estos temas con “Amigos/as”, donde los/as usuarios/as de

bibliotecas urbanas alcanzan un 34,2% v/s un 29,8% de los/as usuarios/as de bibliotecas rurales.

Las conversaciones sobre "Literatura" son mayores en usuarios/as rurales en las categorías más importantes, como son "Familiares que viven con usted" (57,7% v/s 49,2%); "Amigos/as" (34,2% v/s 29,8%) y "Compañeros/as de estudio o trabajo" (58,3% v/s 54,8%). Lo mismo sucede en relación con los temas de "Actualidad/ Noticias/ Política", donde los/as usuarios/as rurales muestran mayores porcentajes en las conversaciones con "Familiares que viven con usted" (72,3% v/s 69,6%) "Amigos/as" (45,7% v/s 36,9%) y "Compañeros/as de estudio o trabajo" (33% v/s 25,6%).

En las conversaciones sobre temas de "Ciencias Sociales/Humanas/Filosofía", los porcentajes son más altos en los/as usuarios/as de bibliotecas rurales en las categorías "Familiares que viven con usted" (53,4% v/s 46,3%) y "Conocidos" (12,3% v/s 7,3%). En cambio, los usuarios/as de bibliotecas urbanas conversan mayormente sobre estos temas con sus "Amigos/as" (34,1% v/s 28,8%). En las conversaciones con "Compañeros/as de estudio o trabajo" no se observan mayores diferencias (45,2% en bibliotecas urbanas v/s 43,1% en bibliotecas rurales).

Sobre temas de "Salud/Autoayuda/Psicología", las conversaciones con "Familiares que viven con usted" son mayores en usuarios/as de bibliotecas rurales (67,9% v/s 59,2%). En cambio con "Amigos/as" son mayores en los/as usuarios/as de bibliotecas urbanas (38,4% v/s 30,8%), En la alternativa "Compañeros/as de estudio o trabajo" no hay mayores diferencias, alcanzando un 23,2% en usuarios/as de bibliotecas urbanas y un 24,4% en usuarios/as de bibliotecas rurales).

En las lecturas sobre "Arte", igualmente las conversaciones con "Familiares que viven en el hogar" son mayores en usuarios/as de bibliotecas rurales (51,7% v/s 39,8%). Lo mismo sucede con "Compañeros/as de estudio o trabajo", (30% v/s 25,8%). Las conversaciones con "Amigos/as" predominan, en cambio, en usuarios/as de bibliotecas urbanas (52,7% v/s 45%).

Finalmente, las lecturas de "Comics" se conversan mayormente con "Familiares que viven en el hogar" en usuarios/as de bibliotecas rurales (56,5% v/s 43%). Igual relación se da en las conversaciones sobre este tema con

"Compañeros/as de estudio o trabajo", (21,7% v/s 12,7%). En cambio, en los/as usuarios/as de bibliotecas urbanas se dan en mayor proporción las conversaciones con "Amigos" sobre estos temas (55,7% v/s 45,7%).

4.2.4 Rango etéreo.

a) Nivel de lectura del entorno.

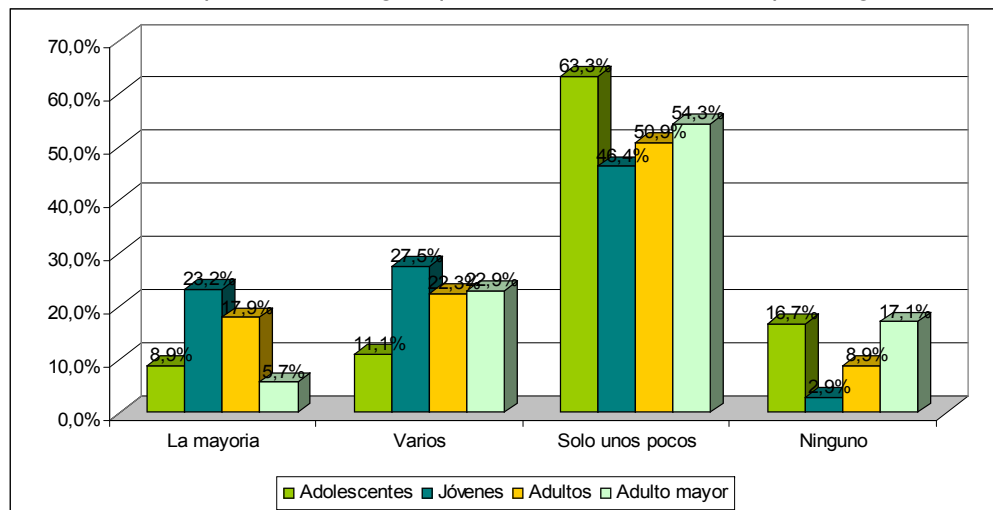
Los niveles de lectura de los/as amigos/as varían en función de la edad de los/as usuarios/as. De esta forma en los adolescentes, una gran mayoría, que alcanza un 63,3% dice que "Sólo unos pocos/as" son lectores/as frecuentes. Luego de esta opción, un 16,7% señala que "Ninguno" realiza esta actividad con frecuencia.

Si bien en los jóvenes, la mayor parte también indica que son pocos/as sus amigos/as lectores/as, esta cifra es bastante inferior en relación al grupo anterior (46,4%). Por su parte, quienes señalan que "Varios/as" o "La mayoría" de sus amigos/as realizan esta actividad con una alta periodicidad representan poco más de la mitad de las respuestas (27,5% y 23,3%, respectivamente).

En los adultos sucede algo similar a la situación de los jóvenes. Los que dicen tener sólo unos pocos amigos/as lectores/as frecuentes alcanzan un 50,9%. Los que dicen tener "Varios/as" amigos/as que realizan esta actividad, en tanto, alcanzan un 22,3%. Finalmente los que dicen que la mayor parte de sus amigos/as realiza esta actividad de forma frecuente son un 17,9%.

Finalmente en el grupo de adultos mayores se observan menores niveles de lectura del entorno, aunque no tan bajos como en los adolescentes. Así, un 54,3% señala que "Pocos/as de sus amigos/as" son lectores/as frecuentes. Un 22,9% señala que son "Varios" los que realizan esta actividad. Finalmente un 17,1% señala que "Ninguno de sus amigos" lee con periodicidad.

Gráfico 4.7. Proporción de amigos que son lectores frecuentes, por rango etéreo.



b) Incentivos para la lectura.

Cerca de la mitad de los adultos mayores (45,7%) se muestra “Muy de acuerdo o De acuerdo” con la frase “Nadie me incentivó para que me gustara leer”. El contraste en términos etéreos de se observa al comparar estos resultados con el porcentaje de jóvenes que señala la misma opción, donde sólo alcanza un 23,2%. Los otros dos grupos, en tanto, se encuentran cercanos a los rangos totales de respuesta en esta opción.

Tabla 4.20. Grado de acuerdo con la frase “Nadie me incentivó para que me gustara leer”, por rango etéreo

	ADOLESCENTES	JÓVENES	ADULTOS	ADULTO MAYOR	Total
Muy de acuerdo y de acuerdo	30,0%	23,2%	33,0%	45,7%	31,4%

También se aprecian notorias diferencias entre ambos grupos etéreos en las percepciones sobre los incentivos otorgados en el colegio para la lectura. En los jóvenes existe un mayor grado de acuerdo con la frase “En el colegio hacen de la lectura algo aburrido”, llegando a un 58%. En los adultos mayores, en tanto, el porcentaje de concordancia con dicha frase es sólo un 31,4%. Al igual que en la pregunta anterior, los otros grupos etéreos se acercan al porcentaje total de acuerdo con la frase.

Tabla 4.21. Grado de acuerdo con la frase “En el colegio hacen de la lectura algo aburrido”, por rango etéreo

	ADOLESCENTES	JÓVENES	ADULTOS	ADULTO MAYOR	Total
Muy de acuerdo y de acuerdo	48,3%	58,0%	47,3%	31,4%	48,2%

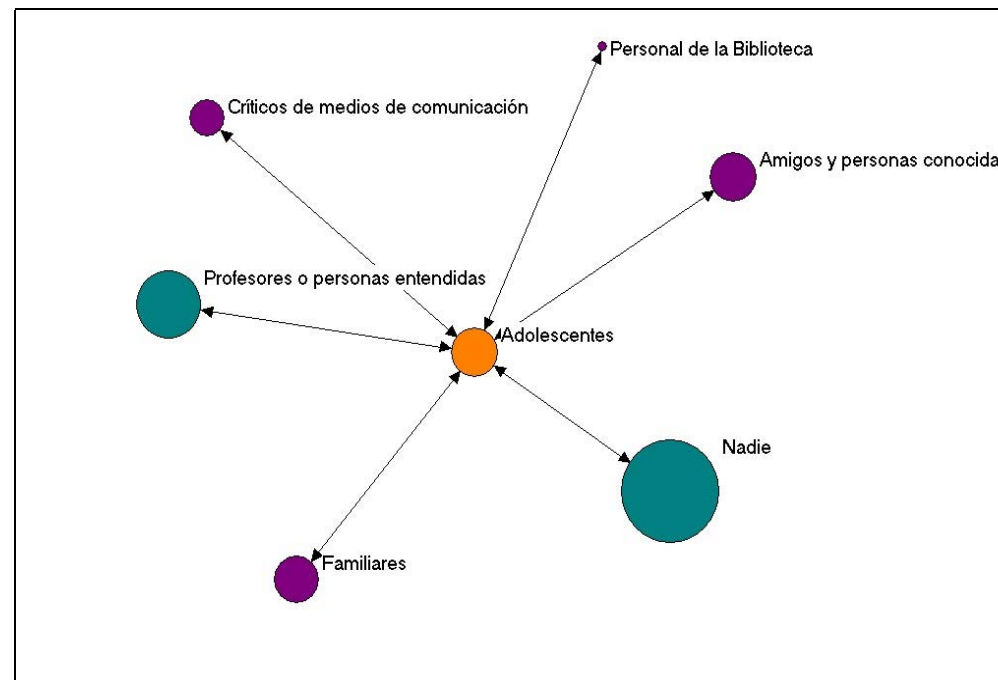
c) Recomendaciones de lectura

Cuando se debe escoger un texto para leer los/as usuarios/as de los diferentes tramos etéreos, recurren en magnitudes diferentes a diversos interlocutores. En los grafos siguientes se aprecian las redes que se generan a partir de estas recomendaciones de lectura en los distintos grupos. Así, por ejemplo, los adolescentes suelen escuchar, principalmente, recomendaciones de “Profesores, jefes u otras personas entendidas” (32,2%). En segundo lugar, escuchar las

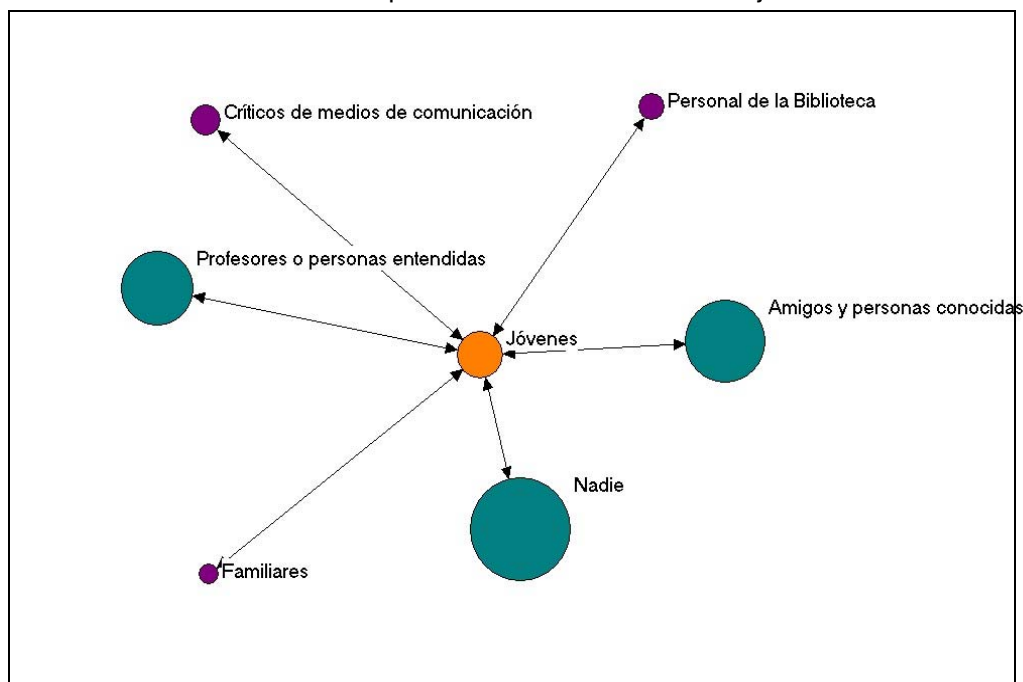
sugerencias de sus familiares (18,9%). En los jóvenes, en cambio las principales fuentes de información para la lectura se dividen entre “Amigos/as y personas conocidas” (26,1%) y “Profesores, jefes u otras personas entendidas” (23,2%).

En los adultos y en los adultos mayores las fuentes de información reconocidas son más diversas. En el grupo adulto un 19,8% sigue las sugerencias de “Amigos/as y personas conocidas”; un 17,1% de “Profesores, jefes u otras personas entendidas” y; un 11,7% de “Críticos de medios de comunicación”. En los adultos mayores, en tanto el porcentaje que se basa en esta última fuente es mayor (25,7%). Luego sigue la recomendación de “Familiares”, con un 17,1% y de “Amigos/as y personas conocidas” (11,4%). Cabe señalar, además, que en este segmento etéreo la opción “No escucha recomendaciones de nadie” es bastante mayor que en los otros grupos, alcanzando un 42,9%.

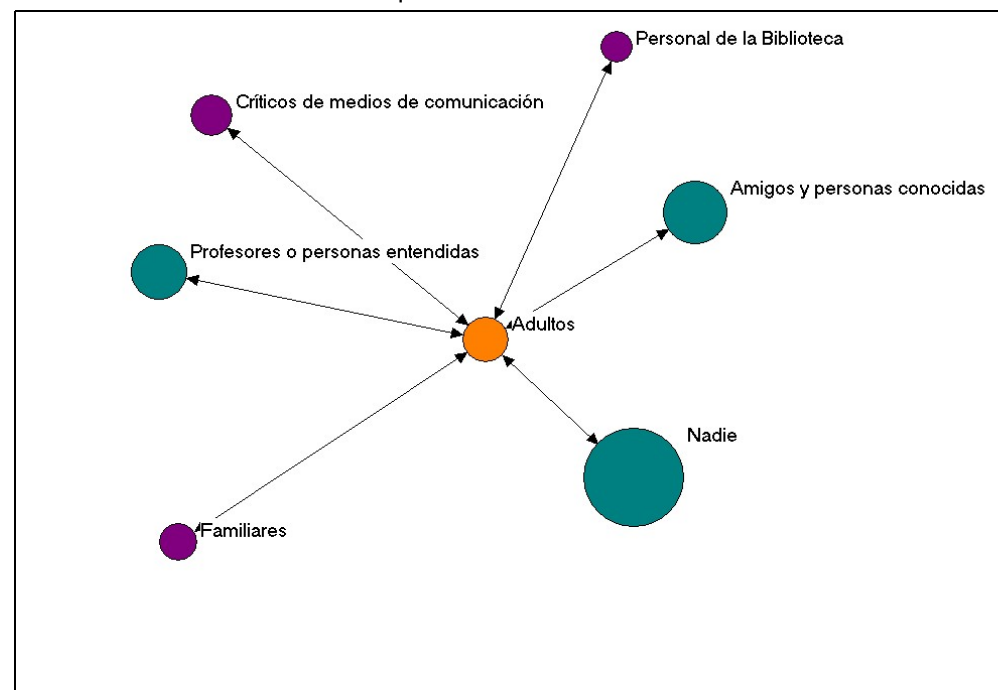
Grafo 4.7. Personas que recomiendan lecturas a los/as adolescentes



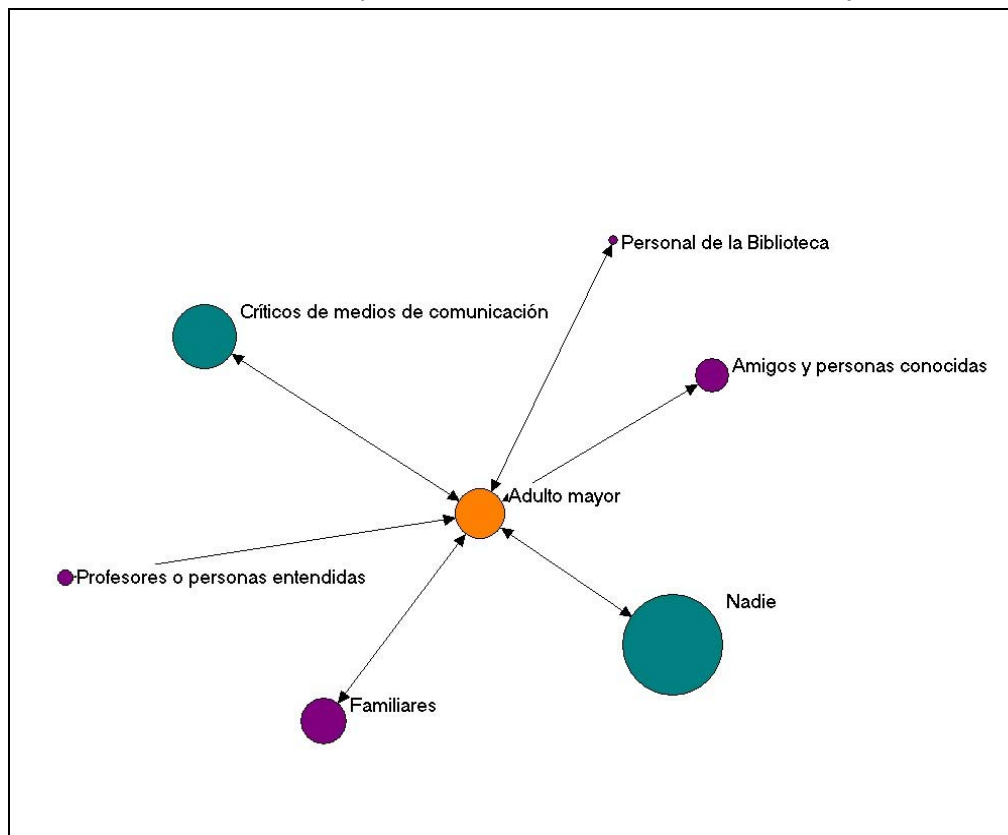
Grafo 4.8 Personas que recomiendan lecturas a los jóvenes.



Grafo 4.9 Personas que recomiendan lecturas a los adultos.



Grafo 4.10 . Personas que recomiendan lectura a los adultos mayores.



d) Conversaciones en torno a la lectura

Los datos muestran algunas diferencias en las percepciones sobre la importancia de la lectura como fuente de conversación con amigos/as. De esta manera quienes muestran un mayor grado de acuerdo con la frase “Me gusta leer lo que leen mis amigos, así tenemos más tema de conversación” son principalmente los adolescentes (50%) y los jóvenes (44,9%). En contraste, los adultos mayores son quienes se encuentran en menor grado de acuerdo con dicha frase, alcanzando sólo un 25,7%.

Tabla 4.22. Grado de acuerdo con la frase “Me gusta leer lo que leen mis amigos, así tenemos tema de conversación”, por rango etáreo.

	ADOLESCENTES	JÓVENES	ADULTOS	ADULTO MAYOR	Total
Muy de acuerdo y de acuerdo	50,0%	44,9%	41,1%	25,7%	42,8%

4.2.5. Ocupación

a) Nivel de lectura del entorno.

Los desocupados/jubilados son quienes concuerdan en mayor medida con la frase “Mis papás leen o leían muy poco”, alcanzando un 55,8%. En contraste son los estudiantes, los que presentan menores porcentajes de acuerdo con esta idea, llegando a un 35,7%.

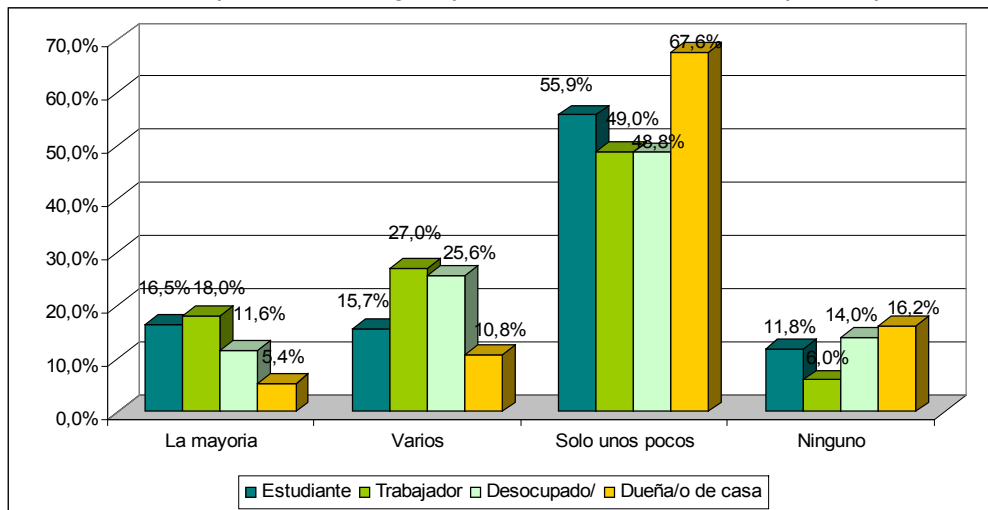
Tabla 4.23. Grado de acuerdo con la frase “Mis papás leen o leían muy poco”, por ocupación.

	Estudiante	Trabajador	Desocupado/ Jubilado	Dueña/o de casa	Estudiante
Muy de acuerdo y de acuerdo	35,7%	50,0%	55,8%	45,9%	44,4%

Los niveles de lectura entre los amigos/as también difieren entre las distintas ocupaciones. Si bien la mayor parte señala que pocas de sus amistades son lectores/as frecuentes, esta opción es más alta en las dueñas de casa (67,6%), seguidas de los estudiantes (55,9%).

Cabe resaltar que, frente a estos grupos, son mayores los porcentajes de trabajadores/as y desocupados/jubilados que indican tener “Varios” amigos que realizan esta actividad con una alta periodicidad. En el primer grupo las cifras alcanzan un 27%, mientras en el segundo llegan a un 25,6%.

Gráfico4.9. Proporción de amigos que son lectores frecuentes, por ocupación.



b) Incentivos para la lectura.

La percepción sobre los incentivos para la lectura varían notoriamente entre los diferentes grupos ocupacionales. De esta forma son las dueñas de casa quienes, en mayor proporción señalan no haber tenido incentivos para la lectura (40,5%). En contraste los estudiantes son quienes se muestran en menor grado de acuerdo con esta idea, alcanzando sólo un 24,4%.

Tabla 4.20 Grado de acuerdo con la frase “Nadie me incentivó para que me gustara leer”, por ocupación.

	Estudiante	Trabajador	Desocupado/Jubilado	Dueña/o de casa	Total
Muy de acuerdo y de acuerdo	24,4%	35,0%	34,9%	40,5%	31,3%

c) Recomendaciones de lectura

Los estudiantes escuchan preferentemente las recomendaciones de “Profesores, jefes u otras personas entendidas” (36,5%). En segundo lugar, con un 14,2% cada una, se encuentran los “Familiares” y los “Amigos o personas conocidas”.

Los trabajadores, en tanto, privilegian las sugerencias de “Amigos o personas conocidas” (28,3%) seguidas de “Críticos de los medios de Comunicación” (14,1%) y “Profesores, jefes u otras personas entendidas” (10,1%)

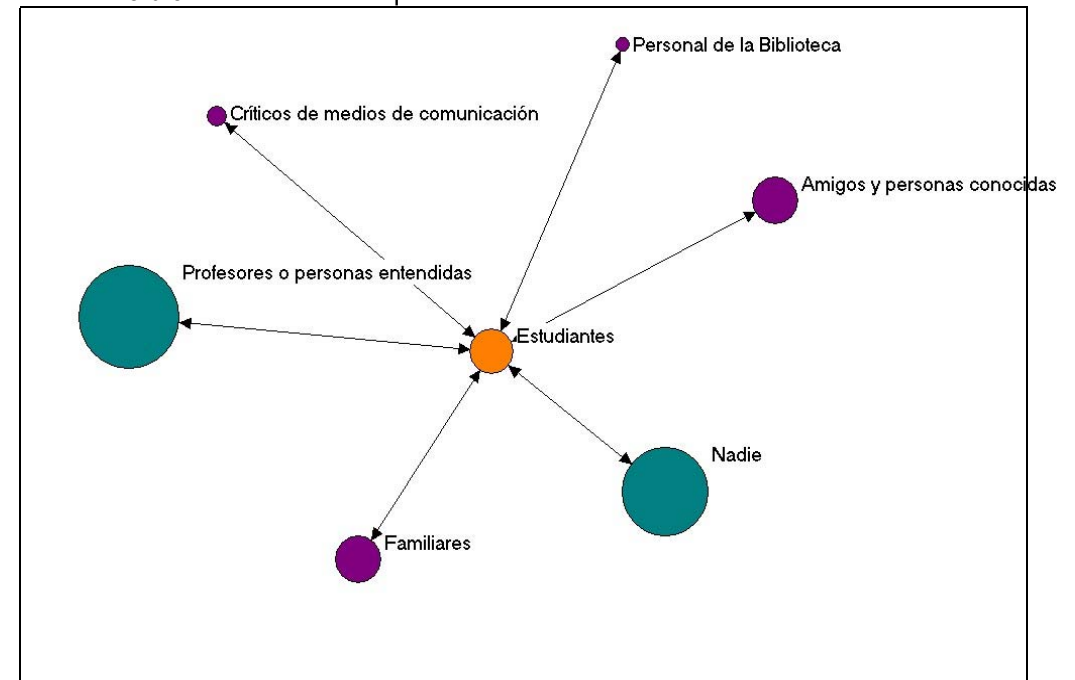
En los desocupados/jubilados, el porcentaje que declara no escuchar recomendaciones es prácticamente la mitad (48,8%), cifra mucho más alta que en el resto de los grupos. Siguiendo esta opción se encuentran las sugerencias de “Amigos o personas conocidas” (23,3%) y, en un lugar bastante menor, “Familiares” (11,6%).

Finalmente, en las dueñas de casa, las fuentes de recomendación son más diversas, destacando “Críticos de los medios de Comunicación” (21,6%), “Familiares” (18,9%), “Profesores, jefes u otras personas entendidas” (13,5%) y “Personal de la Biblioteca” (10,8%).

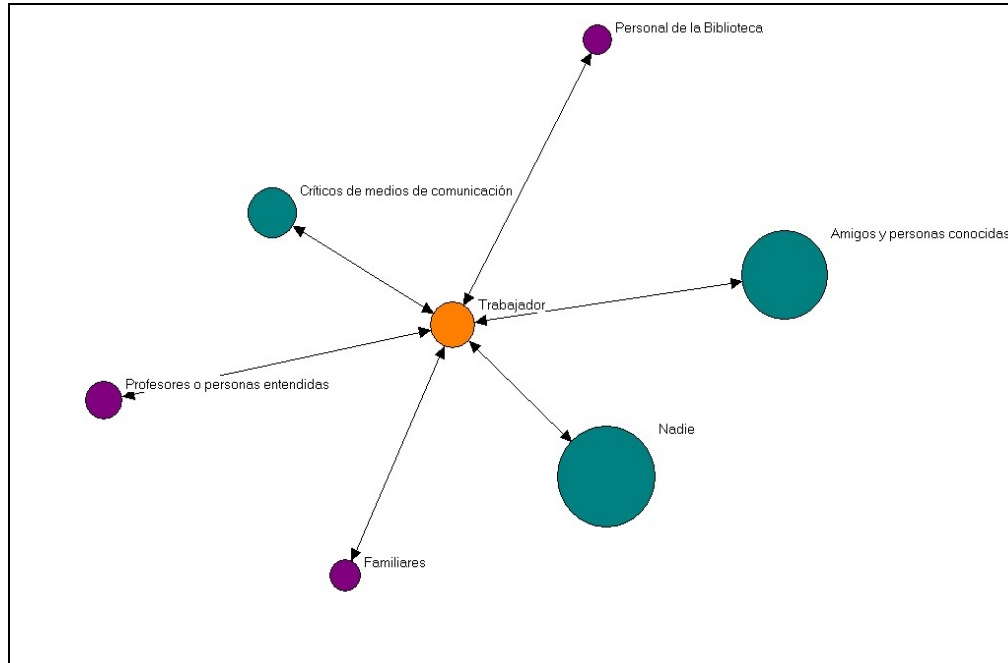
Tabla 4.21 Personas de la que escucha recomendaciones para leer, por ocupación.

	Estudiante	Trabajador	Desocupado/ Jubilado	Dueña/o de casa	Total
Familiares	14,2%	8,1%	11,6%	18,9%	12,4%
Amigos y personas conocidas	14,2%	28,3%	23,3%	5,4%	19,0%
Críticos de Los medios de comunicacion	3,9%	14,1%	4,7%	21,6%	9,5%
Personal de la biblioteca	1,6%	7,1%	2,3%	10,8%	4,6%
Profesores, jefes u otras personas entendidas	36,2%	10,1%	9,3%	13,5%	21,2%
No escucha recomendaciones de nadie	29,9%	32,3%	48,8%	29,7%	33,3%

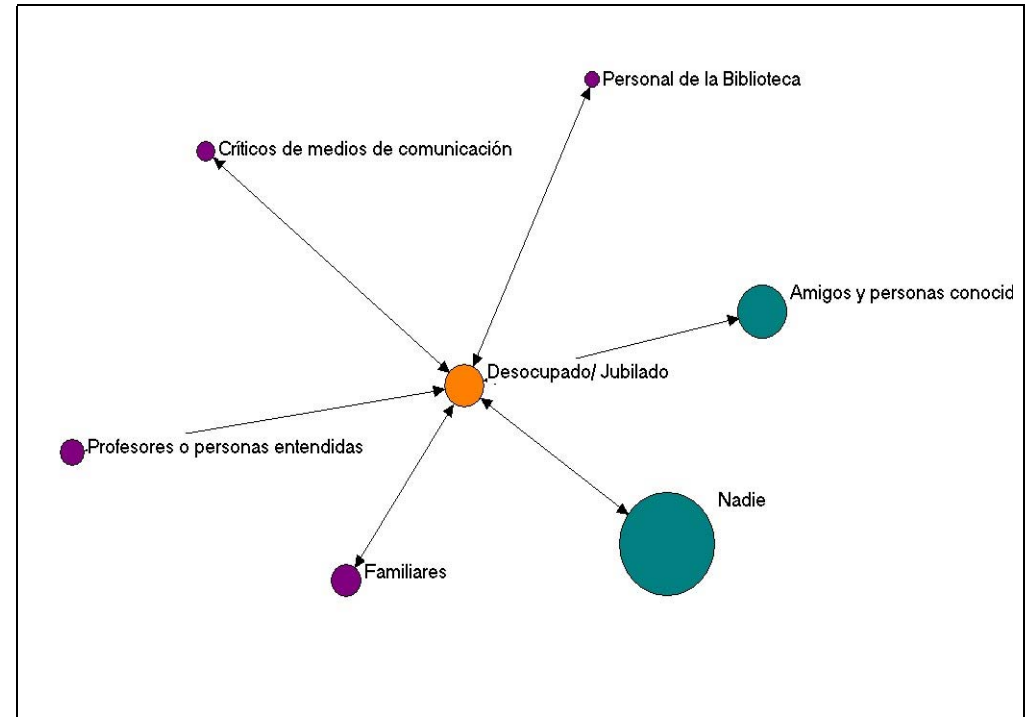
Grafo n. 4.11 Personas que recomiendan a los estudiantes lecturas.



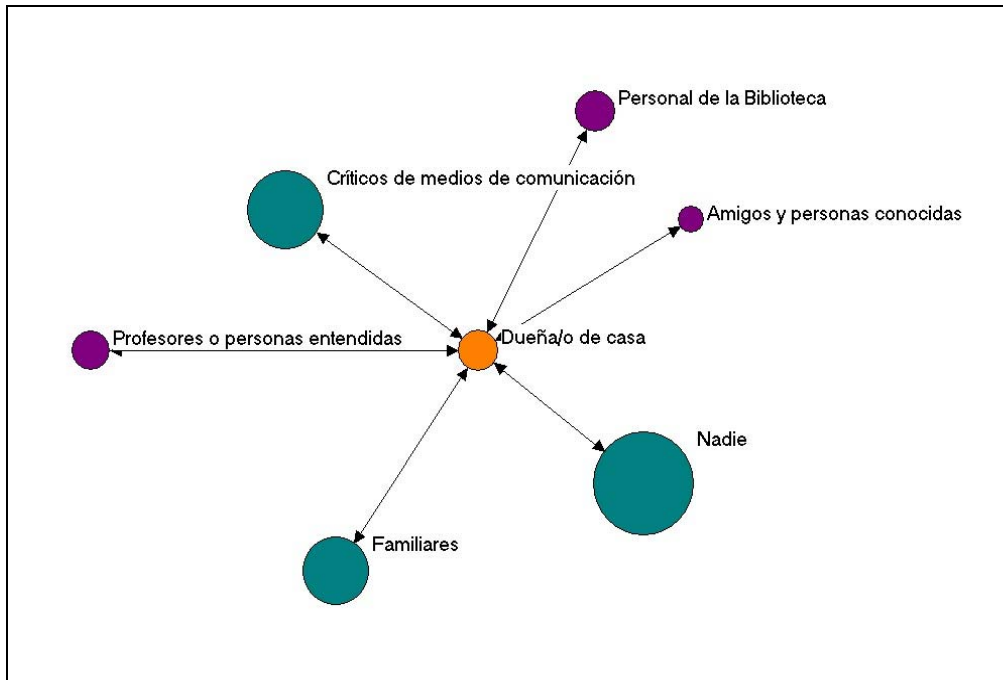
Grafo n.4.12 Personas que recomiendan a los trabajadores lectura



Grafo n.4.13 Personas que recomiendan lecturas a los jubilados/desocupados.



Grafo n.4.14 Personas que recomiendan lecturas a los/as dueñas de casa.



d) Conversaciones en torno a la lectura.

Existen diferencias en el grado de acuerdo con la frase “Me gusta leer lo que leen mis amigos, así tenemos más tema de conversación”, entre las distintas ocupaciones. El acuerdo con esta frase es la opción mayoritaria en estudiantes

(50,4%) y trabajadores (49%). A diferencia de estos grupos, en desocupados/jubilados y dueñas de casa la opción principal es “Muy en desacuerdo o en desacuerdo” (53,5% y 48,6%, respectivamente).

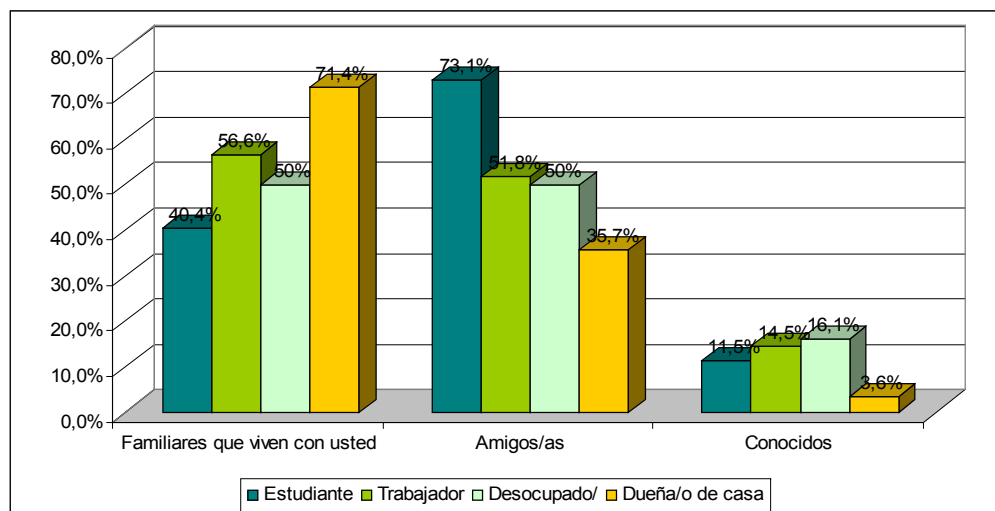
Tabla 4.21. Grado de acuerdo con la frase: “Me gusta leer lo que leen mis amigos, así tenemos más tema de conversación”, por ocupación.

	Estudiante	Trabajador	Desocupado/ Jubilado	Dueña/o de casa	Total
MUY DE ACUERDO Y DE ACUERDO	50,4%	49,0%	20,9%	24,3%	42,7%
MUY EN DESACUERDO O EN DESACUERDO	29,1%	32,0%	53,5%	48,6%	35,8%

Las conversaciones en relación a la lectura de temas de “Música/ Cine/ Deportes/ Espectáculos” en los estudiantes se realizan principalmente con “Amigos” (73,1%), seguidos de familiares que viven en el hogar (40,4%). A diferencia de este grupo, las dueñas de casa comparten, en mayor medida, sus conversaciones sobre estos temas de lectura con sus familiares (71,4%). En menor proporción conversan sobre estas lecturas con amigos (35,7%). Cabe mencionar, además, que para este grupo el porcentaje de conversación con conocidos/as es bastante inferior a los otros.

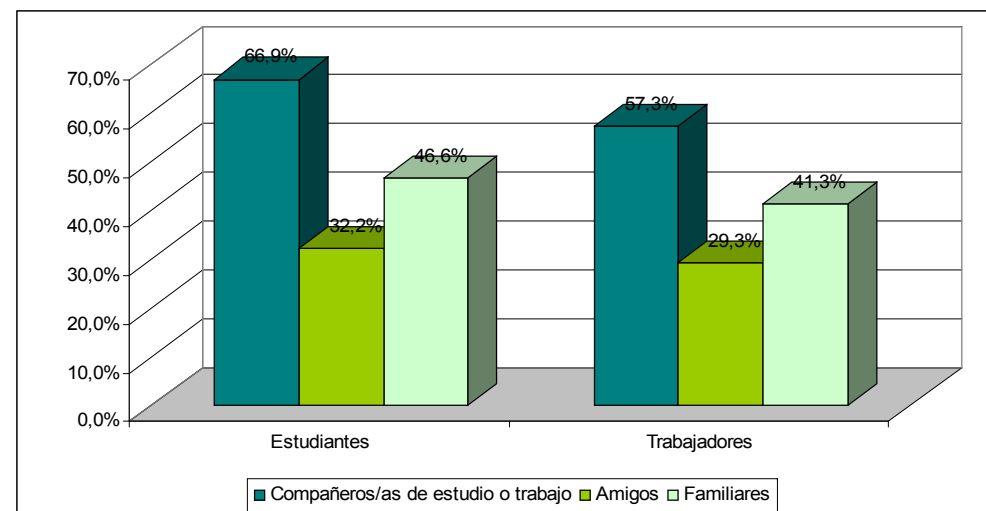
En los grupos de trabajadores y desocupados, en tanto, la mayor parte de las preferencias se reparten casi de forma igualitaria entre familiares y amigos.

Gráfico 4.10, Personas con las que conversa sobre sus lecturas de Música, Cine, Deportes y Espectáculos, por ocupación.



En cuanto a las conversaciones de las “Lecturas sobre trabajo o estudio” sólo cabe considerar a los grupos que realizan estas actividades, es decir, estudiantes y trabajadores. En ambos casos las conversaciones suelen realizarse con “Compañeros de estudio o trabajo” (66,9% y 57,3%, respectivamente). Un poco más atrás se encuentran las conversaciones con familiares que viven en el hogar (46,6% y 41,3%, respectivamente). Por último se ubican los amigos, con un 32,2% y un 29,3% respectivamente.

Gráfico 4.11. Personas con las que conversa sobre sus lecturas de estudios o trabajo, por ocupación.



Ahora bien, si se trata de compartir los temas de lectura literaria los datos muestran que las dueñas de casa son las que conversan más con sus familiares sobre estos temas (76%). Estos son interlocutores importantes en el caso de los trabajadores (56,3%) y los desocupados/jubilados (52%). En este último grupo, no obstante, la alternativa mayor de conversación sobre literatura son los amigos (56%). En menor media los trabajadores (39,4%) y los estudiantes (37,1%) conversan sobre estas lecturas con sus pares. Sin embargo este porcentaje es menor aún en el caso de las dueñas de casa (24%).

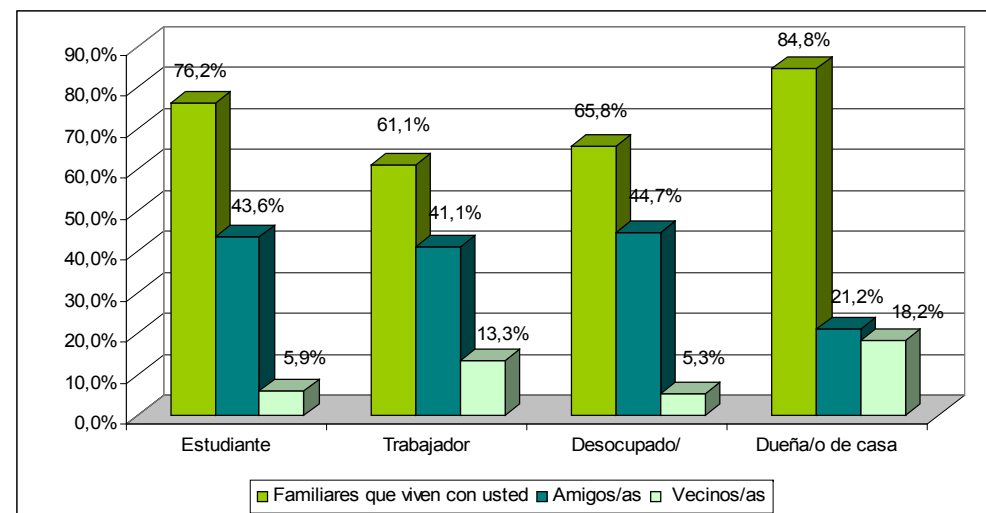
Tabla 4.22. Personas con las que conversa sobre sus lecturas de Literatura, por ocupación

	Estudiante	Trabajador	Desocupado/Jubilado	Dueña/o de casa	Total
FAMILIARES QUE VIVEN	42,7%	56,3%	52,0%	76,0%	52,4%

CON USTED					
AMIGOS/AS	37,1%	39,4%	56,0%	24,0%	38,6%

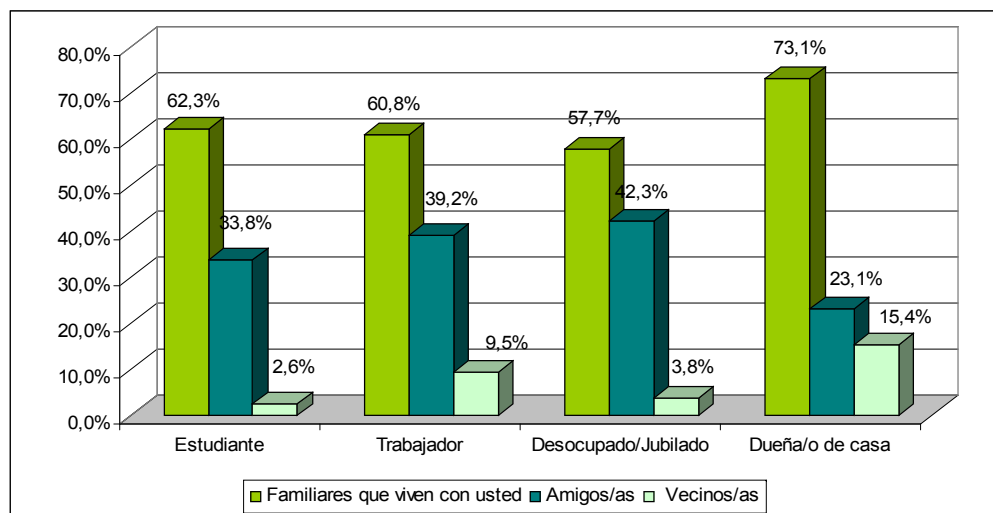
A la hora de conversar sobre lecturas de “Actualidad/ Noticias/ Política”, los estudiantes prefieren a los familiares (76,2%) y, en menor medida a los amigos (43,6%). En los trabajadores, además de estas opciones -que representan el 61,1% y el 41,1%, respectivamente- aparece como una alternativa no despreciable la conversación con vecinos (13,3%). Los desocupados también privilegian, en el mismo orden, la conversación con familiares (65,8%) y amigos (44,7%) sobre estos temas. Finalmente, en las dueñas de casa se ve un predominio muy superior de la primera categoría sobre la segunda. En este grupo el 84,8% prefiere conversar con familiares y tan sólo el 21,2% con amigos/as sobre estos temas. Aquí también los vecinos son interlocutores importantes, incluso más que en el caso de los trabajadores, alcanzando un 18,2%.

Gráfico 4.12 Personas con las que conversa sobre sus lecturas de Actualidad, noticias y política, por ocupación.



Por último, las conversaciones sobre las lecturas de “Salud/Autoayuda/Psicología” muestran una tendencia similar a la categoría anterior. Aquí todos los grupos muestran un privilegio por el diálogo con sus familiares que viven en el hogar, seguido de los amigos. En las dueñas de casa, no obstante la diferencia entre estos dos tipos de actores es mucho mayor que en los otros grupos. Para ellas la preferencia por los familiares alcanza un 73,1%, mientras los amigos sólo llegan a un 23,1%. Cabe señalar, además, que en este grupo los vecinos vuelven a aparecer como un interlocutor importante para conversar sobre la lectura, llegando a un 15,4%.

Gráfico 4.13 Personas con las que conversa sobre sus lecturas de Salud, Autoayuda o Psicología, por ocupación.



4.2.6. Nivel de ingresos

a) Incentivos para la lectura.

Para todos los grupos la mayor influencia en el gusto o en el hábito lector es ejercida por los profesores en el colegio. Sin embargo esta es mayor en los grupos de altos ingresos, alcanzando un 69,8% en el grupo C3 y un 62,1% en el grupo C2. En tanto en el grupo D alcanza un 59,6% y en el grupo E, una cifra bastante inferior: 44,5%. En los grupos de más altos ingresos los profesores universitarios también se erigen como agentes estimulantes de la lectura, llegando a un 31% en el grupo C2 y a un 20,9 en el grupo D.

En lo que refiere al incentivo familiar, se aprecian notorias diferencias en las personas que han incentivado la lectura en los diferentes grupos de ingreso. De esta forma se aprecia que en los grupos C2 y C3 el incentivo de los padres es mayor que en los grupos D y E, ubicándose en torno al 50%. Además esta diferencia es prácticamente similar entre el padre y la madre. En los grupos de menores ingresos,

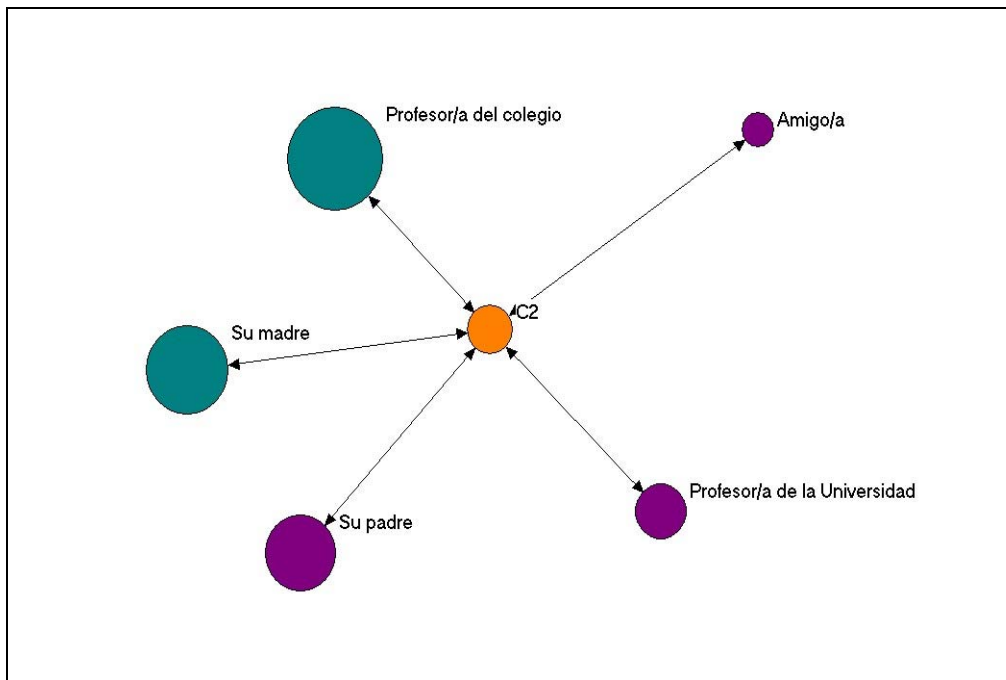
en tanto, la influencia del padre es menor a la ejercida por la madre. Así, en los grafos n.4.17 y n.4.18, se aprecia que en el grupo D el incentivo materno alcanza el 44,2% mientras el paterno sólo el 34,6%. En el grupo E, en tanto, el estímulo de la madre llega al 44,3%, mientras el del padre es menor aún que en el grupo anterior, alcanzando solamente un 31,9%.

En el entorno cercano también destaca el incentivo otorgado por los amigos, más importante en los grupos D, C2 y C3.

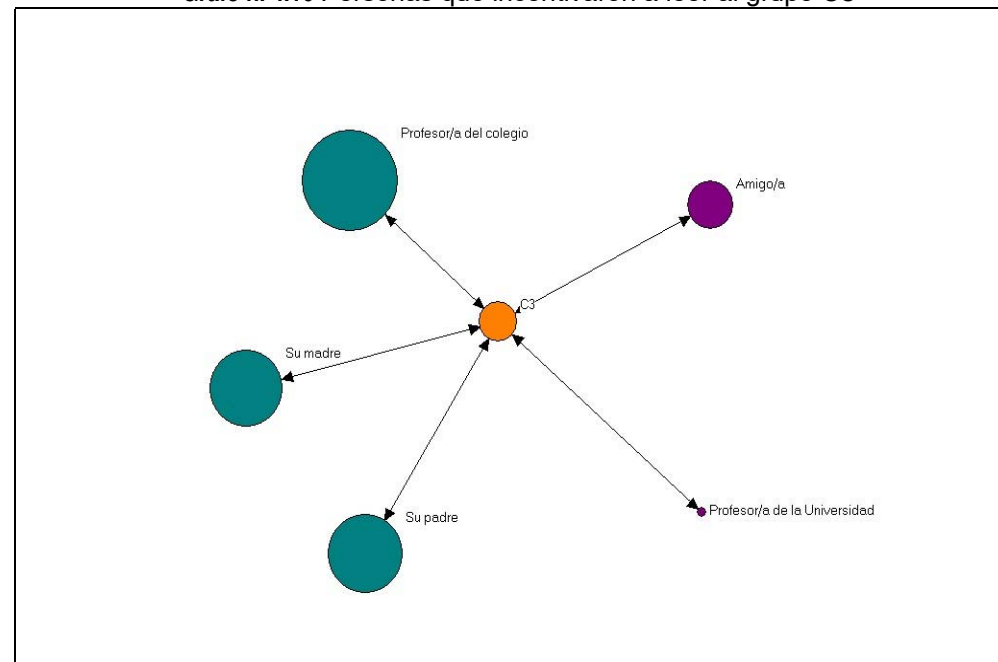
Tabla 4.23 Personas que lo incentivaron a leer, por nivel de ingresos.

	E	D	C3	C2
Su madre	44,3 %	44,2%	51,2 %	51,7 %
Su padre	31,9 %	34,6%	53,5 %	48,3 %
Amigo/a	23,6 %	34,6%	30,2 %	17,2 %
Profesor/a del colegio	44,5 %	59,6%	69,8 %	62,1 %
Profesor de la Universidad	9,9%	17,3%	20,9 %	31%

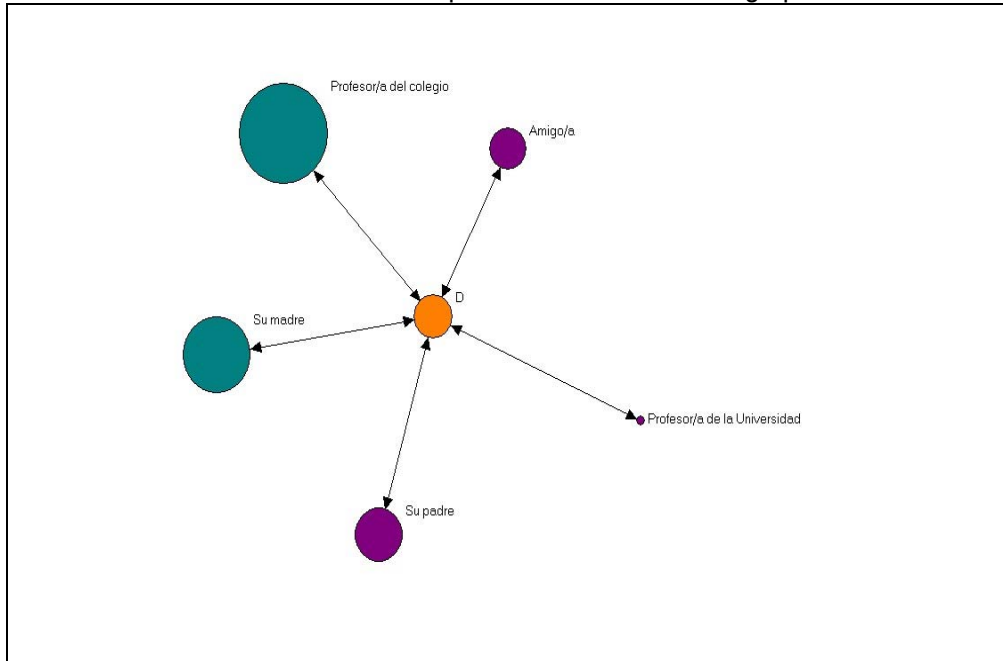
Grafo n. 4.15 Personas que incentivaron a leer al grupo C2



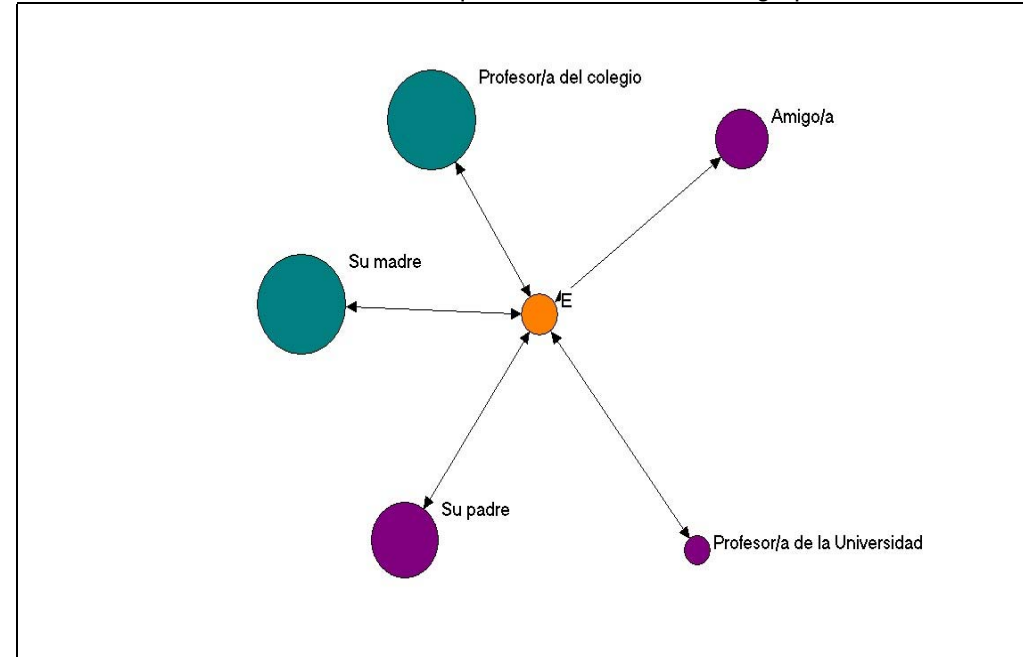
Grafo n. 4.16 Personas que incentivaron a leer al grupo C3



Grafo n.4.17 Personas que incentivaron a leer al grupo D



Grafo n.4.18 Personas que incentivaron a leer al grupo E



Los resultados anteriores concuerdan con el grado de acuerdo con la frase “En mi familia siempre me incentivaron la lectura”, donde el grupo C2 se encuentra muy por encima de los otros grupos, siendo un 89,7% el que se encuentra “Muy de acuerdo o de acuerdo” con esta frase. En contraste el grupo E presenta sólo un 60,4% de acuerdo con la frase mencionada.

Tabla 4.23. Grado de acuerdo con la frase “En mi familia siempre me incentivaron la lectura”, por nivel de ingresos.

	E	D	C3	C2	Total
--	---	---	----	----	-------

MUY DE ACUERDO Y DE ACUERDO	60,4%	71,2%	67,4%	89,7%	66,0%
-----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Profesores, jefes u otras personas entendidas	22,0%	25,5%	9,3%	27,6%	21,3%
No escucha recomendaciones de nadie	34,6%	33,3%	39,5%	13,8%	33,1%

b) Recomendaciones de lectura

Cuando se debe escoger un texto para leer, el grupo que más recurre a las recomendaciones de otros es el grupo C2, dónde sólo el 13,8% dice que “No escucha recomendaciones de nadie”. En los otros grupos, sin embargo, esta alternativa es superior al 30%. El grupo C2 recurre principalmente a las sugerencias de “Profesores, jefes u otras personas entendidas” (27,6%) y a “Críticos de medios de comunicación” (20,7%). Finalmente, en igual porcentaje, escucha las recomendaciones de “Familiares” y “Amigos y personas conocidas” (17,2%)

En el grupo C3, la opción “No escucha recomendaciones de nadie” alcanza un 39,5%, siendo superior a todos los grupos. Si se debe escuchar a alguien las principales recomendaciones vienen de “Amigos y personas conocidas”, alcanzando un 30,2%. Las otras fuentes nombradas no sobrepasan el 10%.

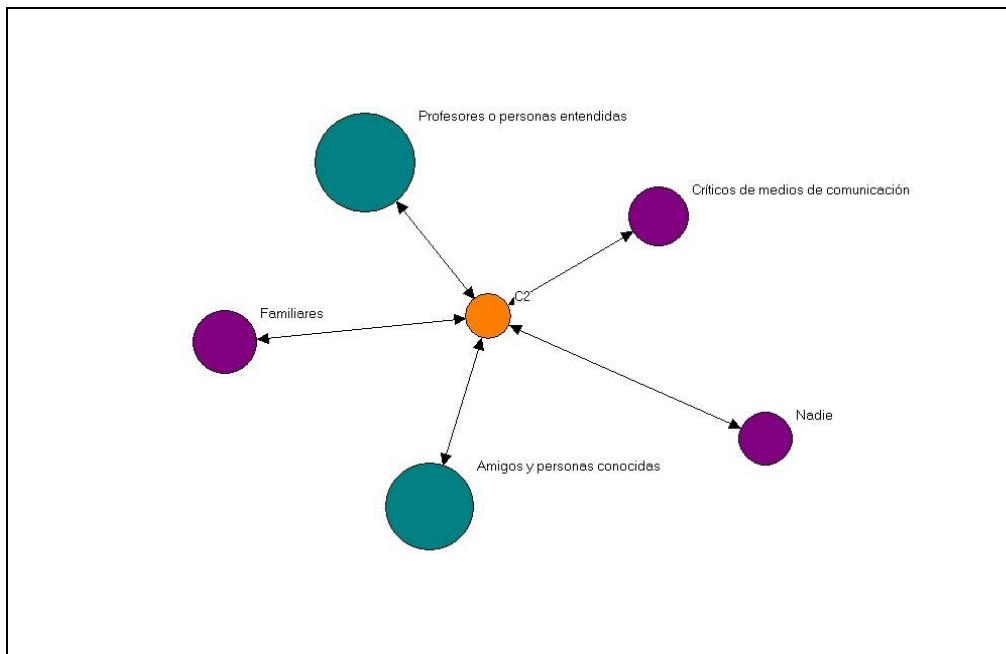
El grupo D divide sus fuentes de información más importantes entre Amigos y personas conocidas” y “Profesores, jefes u otras personas entendidas”, llegando ambas opciones a un 25,5%.

Finalmente el grupo E escucha sugerencias de “Profesores, jefes u otras personas entendidas”, en un 22%. Le siguen los “Amigos y personas conocidas” (14,8%) y “Familiares” (13,7%).

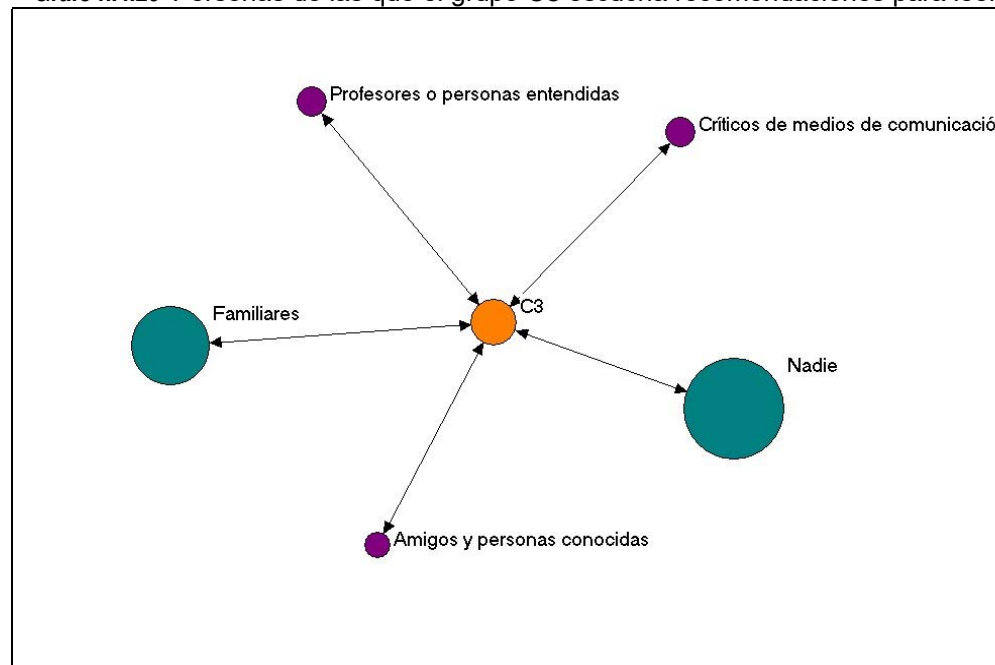
Tabla n. 4.24 Personas de las que escucha recomendaciones, por nivel de ingreso.

	E	D	C3	C2	Total
Familiares	13,7%	7,8%	9,3%	17,2%	12,5%
Amigos y personas conocidas	14,8%	25,5%	30,2%	17,2%	19,0%
Críticos de los medios de comunicación	9,9%	3,9%	7,0%	20,7%	9,5%

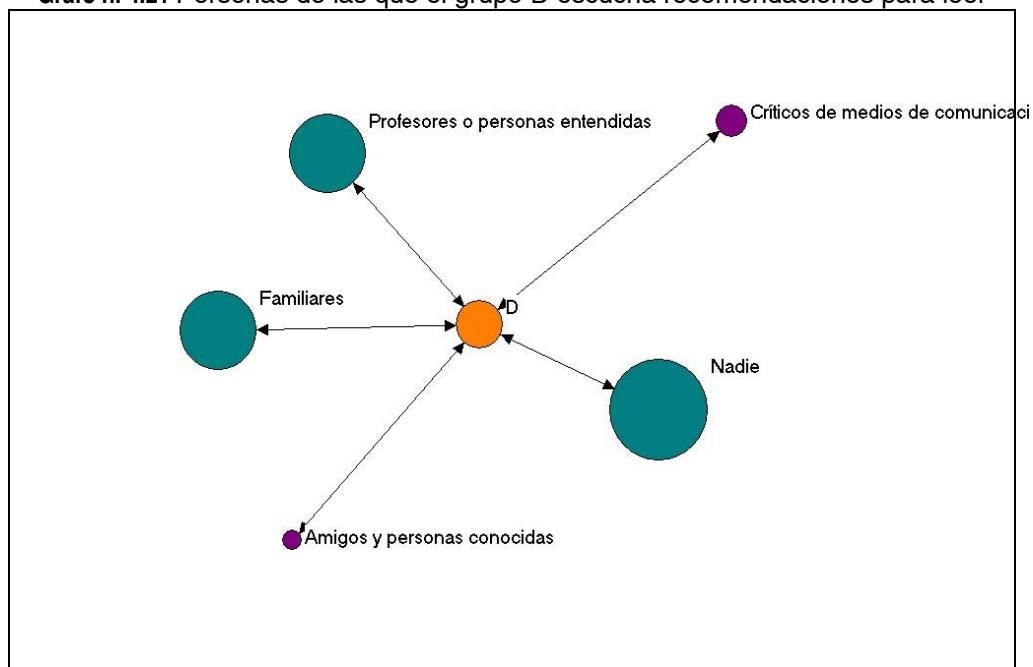
Grafo n. 4.19 Personas de las que el grupo C2 escucha recomendaciones para leer



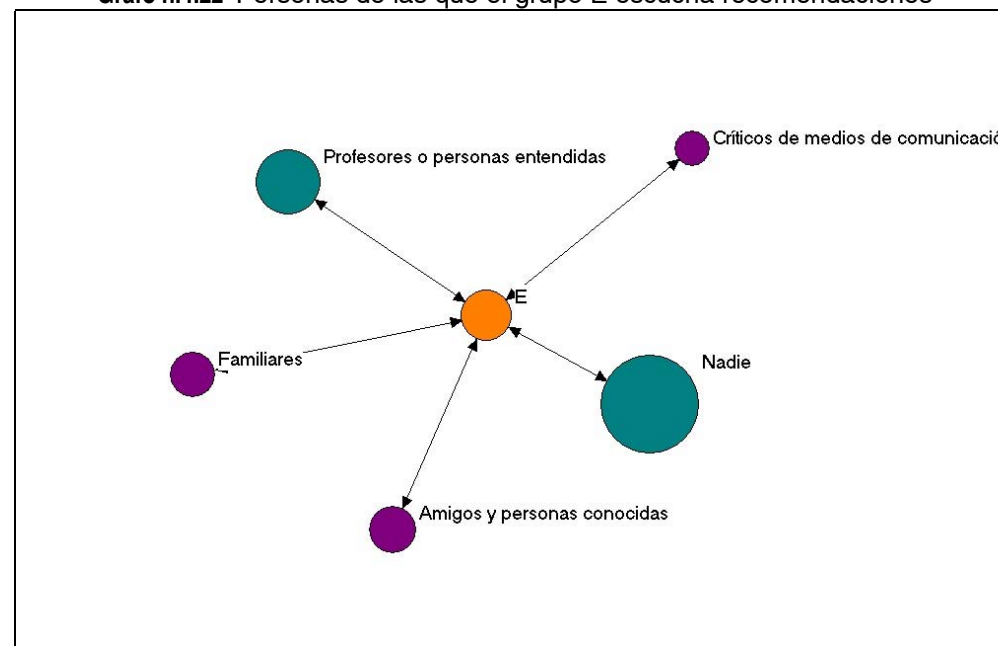
Grafo n.4.20 Personas de las que el grupo C3 escucha recomendaciones para leer



Grafo n. 4.21 Personas de las que el grupo D escucha recomendaciones para leer



Grafo n.4.22 Personas de las que el grupo E escucha recomendaciones



4.3. Análisis

4.3.1. El papel de los agentes socializadores en el gusto y los hábitos lectores/as

Al igual que otras formas de consumo cultural, la lectura está condicionada por la socialización a lo largo de la vida. Esto implica que la existencia de hábitos o de gusto por la lectura (en general o de formatos específicos) está directamente asociada a la influencia de otras personas. Es allí donde diversos agentes con los que las personas se relacionan adquieren un rol fundamental en el fomento lector. Al respecto los datos de la encuesta mostraron que la mayoría de los/as usuarios tuvo algún tipo de incentivo para la lectura. No obstante cabe señalar que ciertos grupos señalan una influencia menor, especialmente adultos mayores y dueñas de casa.

En las conversaciones realizadas a través de *focus groups* se destaca la presencia de diversos referentes que han influido en el gusto por la lectura:

“Desde pequeño tuve acercamiento con la lectura, porque tengo un tío que es profesor, siempre me regalaba libros. Con mis amigos leíamos hartas historietas, “Tío rico”, y mis padres leían mucho la Biblia. Cuando grande me empezó a gustar la literatura, la literatura épica y cosas así, y luego me interesó la historia. Más por un asunto familiar que escolar. Por lo menos en la básica yo creo que no hay incentivos concretos”. (Víctor, 22, estudiante pedagogía en historia, F.G. Concepción)

“Yo como desde los 10 años que empecé a pedir libros por cuenta propia. En mi casa no son muy buenos para leer. Recuerdo que mi papá todas las mañanas se levantaba a comprar el diario. Luego me junté con una amiga que le gustaba mucho leer y todas las semanas comprábamos una revista que traía un libro y primero lo leía ella y luego yo.” (Alejandra, 32 años, auxiliar paramédico, F.G. Concepción)

Entre los principales agentes socializadores los miembros de la familia adquieren una importancia crucial, ya que son los que transmiten sus estilos de vida a las personas desde la primera infancia. Su rol en el fomento lector es destacado por la mayor parte de los/as usuarios/as, aunque sus niveles de lectura no son

descritos como muy elevados. De esta manera la mayoría de los/as encuestados/as señala que sólo unos pocos son lectores/as frecuentes (48,9%) y un porcentaje importante señala de que sus padres tenían o tienen niveles muy bajos de lectura (40,8%).

A la hora de revisar el papel específico de los miembros de la familia en la lectura se destaca una mayor influencia de la madre, frente a otros miembros de la familia. Esto se comprueba tanto a través de los resultados de la encuesta, donde ella se constituye como el principal agente que fomenta la lectura entre los miembros de la familia. Pero también es uno de los elementos mencionados en las conversaciones generadas en los *focus groups*. Así, algunos/as usuarios/ señalan:

“Lo mío empezó con mi mamá, leía hartos libros, igual me llamaba la atención, entonces como que ahí me quedo la curiosidad de leer”. (Rocío, 13 años, estudiante, F.G. Pirque 1)

“Yo leo porque mi mamá leía” (Cecilia, 14 años, estudiante, F.G. Pirque 1)

“Yo creo que fue un tema de hábito. Luego fue un tema de gusto y uno empieza a formar por en la medida que... en mi casa se promovió la lectura, siempre fue entretenida y apasionante... que la gente lea más” (José Luis, 26 años, egresado de derecho, F.G. La Florida 1)

“En mi caso la lectura es un hábito que se forma desde chiquitita. Mi mamá siempre le encanta leer, además mi tata, ellos siempre han tenido bibliotecas: con diccionarios, enciclopedias. Cuando chicas empiezas a leer cuentos y luego avanzas. Yo creo que si no creas los hábitos cuando chica después te cuesta un mundo”. (Nataly, 23, estudiante pedagogía lenguaje y comunicación, F.G. Concepción)

Los/as amigos/as también se erigen como agentes importantes asociados a los gustos lectores/as. Sin embargo, en la mayor parte de los casos, sus niveles de lectura no son muy frecuentes, en tanto un 54,1% señala que pocos/as amigos realizan esta actividad de forma periódica. Este dato es especialmente alto en los adolescentes, donde dicha alternativa alcanza el 63,6% y en las dueñas de casa, donde llega al 67,9%.

Para los adolescentes, estos bajos niveles de lectura entre sus pares se explican por la presencia de otras fuentes de entretención en la sociedad actual, que estarían desplazando a la lectura:

"...porque nadie pesca un libro, todos se meten a Internet (...) la mayoría se mete a Internet a chatear". (Hombre, F.G. Antofagasta 1)

Cuando los vínculos más cercanos y fuertes, como son los que se mantienen con la familia y los amigos, no son capaces de proveer fuentes de motivación para la lectura, agentes externos, con los cuales se adquieren vínculos institucionalizados – a través del colegio, la universidad, la biblioteca, etc.- pueden transformarse en nodos cruciales en el fomento lector. Cabe señalar que, en algunos casos, estos vínculos pueden transformarse en "fuertes", al establecer relaciones cercanas y mediadas por la afectividad con profesores/as, jefes/as de biblioteca, etc.

Así, los datos mostraron que los profesores, especialmente los del colegio, son actores indispensables en la promoción de la lectura. Esta influencia se destaca también en algunas de las opiniones de los/as usuarios/as:

"(...) yo creo que también es importante la labor de un profesor, porque pocas veces yo me dejaba influenciar por la familia, sino que tiene que llegar un externo para que te influencia. Yo me acuerdo de una profesora, de educación media, que vio que me gustaba la lectura y empezó a incentivármela, son de esos profesores únicos que uno recuerda" (Inés, 29 años, F.G. Concepción)

"Claro, en el colegio, profesores de castellano, que nos hacían hacer cosas bien creativas, las clases de castellano eran bien creativas, nos hacían escribir, o presentar cosas de diario, por ahí vino la fascinación por la lectura, y por escribir" (Rodrigo, 30 años, egresado de derecho, F.G. La Florida 1)

Sin embargo estas influencias se destacan más bien a nivel de influencias personales. Al referirse a las políticas institucionales de promoción de la lectura en los colegios, es bastante crítico.

"Yo no tengo hijos chicos pero por lo que he visto está claro que rechazan el tener que leer por obligación. O bien cuando tienen que hacer una tarea van y lo buscan por Internet, lo sacan y lo pegan y ni siquiera lo leen, no lo estudian". (Eduardo Castillo, jubilado, F.G. La Florida 2)

"Eso se ve ahora en la mayoría yo tengo mi hija en tercero, otras ya salieron, soy abuela ya la de tercero, ella tiene buena ortografía por lo mismo que yo le estoy revisando y le hago correcciones y yo le decía la otra vez porque los profesores ahora revisan la prueba de castellano y dicen 'ah está buena la prueba' pero usted la mira es un desastre en cuanto a ortografía. Antiguamente cuando nos decían 'está buena la prueba pero mire con todos estos errores le bajo la nota' y nos quedaba en 4 si es que nos quedaba en 2 entonces no incentivan. Yo digo el profesor a que lea el niño no le interesa si le cuentan o no el libro que pasa no aprenden a escribir ni a leer no hay comprensión de lectura ahora sacan muy mala nota la mayoría estoy hablando de todo pero la mayoría es porque no leen". (Giovanna, 47 años, dueña de casa, F.G. Hijuelas)

Los/as niños/as participantes en los *focus group* coinciden con este diagnóstico, señalando que no les incentivan a leer en el colegio, donde a menudo les dan un listado de libros que no suelen ser de su interés. No obstante algunos jóvenes y adultos profesionales señalaron haber sido incentivados a leer por algún / a profesor en el colegio.

"Las profesoras nunca nos han incentivado a leer un libro, nos dan libros". (Rocío, 13 años, estudiante F.G. Pirque 1)

"En el colegio no te fomentan nada". (Hombre, F.G. Antofagasta 1)

Cabe destacar también el rol del personal bibliotecario en el fomento de la lectura. Si bien estos no alcanzan el nivel de influencia de los/as profesores/as (por frecuencia y cantidad de horas de contacto), la gestión de las bibliotecas y el trato con los usuarios/as puede ser muy importante para "engancha" nuevos/as lectores/as. Un claro ejemplo de esto se pudo apreciar en el caso de algunos de los niños de Pirque, que señalaron haberse entusiasmado por la lectura en la propia biblioteca.

“A mí también compañero o amigo me dijo si quería a pasar (a la biblioteca), y de ahí empecé a leer”. (Carolina, 11 años, estudiante, F.G. Pirque 1).

“Yo siempre veía a la gente leyendo, lento..., chiquitito..., una hoja, pero igual hay que acostumbrarse, después me invitaron para acá (a la biblioteca)”. (Iván, 12 años, estudiante, F.G. Pirque 1)

4.3.2. Redes sociales en torno a la lectura.

Si bien el acto mismo de leer, en la mayor parte de los casos, es una actividad que se realiza de forma individual, no es una actividad completamente aislada de las relaciones sociales. A partir de la lectura se pueden entretener relaciones, generando o fortaleciendo vínculos, a través de las conversaciones y la coincidencia de gustos. En tal sentido la lectura puede ser comprendida como un acto social más que individual, a través de la cual se crean o se expresan cierto tipo de relaciones.

Una forma de dilucidar las prácticas socializantes relativas a la lectura es establecer si se buscan recomendaciones de otros a la hora de leer y quienes son esas “fuentes” de sugerencias. Aquí también adquiere importancia el nivel de lectura del entorno puede operar como un incentivo permanente para la lectura, generando un círculo virtuoso de transmisión de información y conocimiento a través de las relaciones sociales.

Al respecto la encuesta mostró la existencia de diversas fuentes a las que se recurre para buscar este tipo de información, las cuales se ubican en diferentes niveles de cercanía con el/ la lectora/a, yendo desde la familia, hasta las críticas entregadas a través de los medios de comunicación. La importancia de cada una de ellas varía en los grupos específicos de usuarios/as, sin embargo son los lazos cercanos (amigos/as o conocidos/as y familiares) los que tienen mayor preeminencia. La información que proveen los/as amigos/as es más importante en el caso de hombres, jóvenes, adultos/as y trabajadores/as. Este aspecto es graficado en las conversaciones realizadas a través de *los focus groups*:

“Una amiga tengo una buena amiga que en este momento no puede estar aquí porque está trabajando pero ella es igual que yo para los libros entonces ella me dice oye leí tal libro y es bueno. A veces yo lo encuentro

tan bueno pero igual lo leo. Y entonces yo también recomiendo otros”. (Miriam, 53 años, costurera)

También en estas conversaciones se grafican los intercambios de lectura que se generan con los familiares más cercanos:

“ (...) compartimos la información y mis hijas no tengo problemas ellas les gusta leer y me dicen ‘mamá que libros tienes ahora para que me lo prestes’ porque nos intercambiamos. Cuando lo pido aquí a veces le vengo a decir a la niña ‘oye danos una semana más porque lo tomo mi hija’, ‘ah ya ni un problema’ me dijo, Pero le aviso porque hay una semana como para devolverlo entonces pero después le digo ‘oye lo tomo mi otra hija después me dice ‘tráemelo porque los están pidiendo para un dato rápido y después te lo vuelves a llevar’, ‘ah ya’. Así cuando el libro es bueno le hago publicidad y lo leen todos” (Giovanna, 47 años, dueña de casa, F.G. Hijuelas).

Sin embargo hay quienes prefieren buscar referencias externas y más especializadas a la hora de escoger qué leer. En esta línea, los resultados del estudio indicaron que un 21,2% de los/as usuarios/as escucha las sugerencias de “Profesores, jefes u otros entendidos”. Esta opción es preferencial en el caso de las mujeres, los adolescentes y los estudiantes. Otros grupos, en tanto, recurren a fuentes en las que no media un vínculo personal, privilegiando las recomendaciones de críticos más especializados que aparecen en los medios. Esta opción es prioritaria en los adultos mayores y las dueñas de casa. Este dato se puede interpretar como una carencia de ciertos vínculos personales que compartan los mismos hábitos o gustos de lectura.

Para algunos/as usuarios/as, la lectura también se ve como una herramienta para compartir temas de conversación con otras personas. Así, en adolescentes, estudiantes y trabajadores, existe una mayoría que concuerda con la frase “Me gusta leer lo que leen mis amigos, así tenemos más tema de conversación”.

La manera en se generan las conversaciones al interior del hogar basadas en a la lectura, es graficada por una usuaria que participó en las discusiones:

“Todos menos mi marido pero a mi marido le cuento yo, es que es por tiempo no y le duelen los ojos no tiene pero yo le cuento a veces las historia y le gustan a veces lo encuentra entretenido y después me dice ‘¿ en qué quedo?’ me dijo el otro día, porque lo fueron a buscar cuénteme hay de que cosa y empieza él a recordar y eso me gusta a mi él empieza a preguntarme cosas o leí en el diario esto, esto otro y le cuento y ahora está informado, habla con los caballeros que van a su taller y lo escucho de repente que habla como de política que habla de diferentes cosas de economía y yo le digo ‘¿de dónde?’ digo yo, si no lee y me acuerdo que yo le conté antes”.
(Giovanna, dueña de casa, F.G. Hijuelas)

Al revisar los datos sobre las conversaciones relativas a los temas de lectura se evidencian los altos niveles de interacción que se generan a partir de esta información. Las conversaciones sobre lectura son especialmente altas en temas de “Actualidad/ Noticias/ Política” (85,3%), “Música/ Cine/ Deportes/ Espectáculos” (79,8%), “Lecturas sobre trabajo o estudio” (77,9%) y “Literatura” (64,4%). Se puede apreciar que se trata de temas generales, que no requieren una especialización en determinadas áreas de conocimiento.

En todos estos temas, excepto en los relativos al trabajo o estudio, el interlocutor más importante para los/as usuarios es la familia. Le siguen en importancia las conversaciones con amigos/as. Como es de esperarse, en los temas relativos al trabajo y los estudios la categoría más sobresaliente está compuesta por los compañeros de estudio o trabajo. Cabe señalar que las dueñas de casa los/as vecinos/as aparecen como interlocutores/as no despreciables a la hora de compartir temas de conversación.

De esta manera, se puede concluir, que las redes asociadas a la lectura tienden a circunscribirse a los vínculos más cercanos y “fuertes” (amigos y familiares), siendo un elemento que permite mantener relaciones más que crear nuevos vínculos. Actores externos, con los cuales los/as usuarios/as se relacionan por su rol en determinadas instituciones, adquieren un papel protagónico en el fomento lector, especialmente cuando el entorno cercano no muestra interés, hábito o gusto por dicha actividad. En el caso de algunos grupos específicos, como en adultos mayores y dueñas de casa, la mayor preeminencia de una lectura individual o el privilegio de referencias externas y despersonalizadas, puede ser un indicador

de un menor acervo de relaciones o de vínculos que no comparten sus hábitos o gustos por la lectura.

Capítulo n.5

Conclusiones. Una propuesta de tipos de usuarios/as de bibliotecas publicas.

E

El propósito del capítulo de cierre del estudio es proponer una tipología de usuarios/as de las bibliotecas públicas en Chile con base al procesamiento de los datos aportados por el estudio. En un primer apartado se exponen los fundamentos metodológicos utilizados para elaborar la tipología. En el siguiente apartado se presentan los tres tipos identificados como lector tradicional, lector emergente y lector promedio. A continuación se fundamenta la tipología establecida a partir de cruces con las variables más relevantes consideradas en el estudio. Al cierre del capítulo se plantean toda una serie de recomendaciones para el mejoramiento del servicio de las bibliotecas públicas con base a los resultados obtenidos.

5.1 Tipologías de usuarios/as de bibliotecas públicas.

5.1.1 Definición de tipologías.

La construcción de tipologías constituye uno de los principales aportes de las ciencias sociales para la aprehensión y comprensión de la realidad social. Con base a la evidencia empírica obtenida y procesada a lo largo del estudio se procede a la construcción de una tipología de aquellos lectores en Chile que cumplen con la condición de usuarios/as de las bibliotecas públicas. La técnica utilizada para el cumplimiento de este propósito fue el análisis de tipologías que puede ser definida como *“Técnica de análisis de datos, de carácter clasificatorio, que tiene por finalidad la formación de clases, tipos o grupos, tan similares entre sí como sea posible, partiendo de un conjunto de datos multivariable”* (Sierra Bravo, 1991).

La relación entre múltiples variables y los casos, si se observan tendencias que permiten clasificar y agrupar a la muestra, se pueden obtener “tipos” según los

critérios que requiere el investigador. Por lo tanto *“una tipología está compuesta por casos que presentan intensa similitud”* (Vivanco, 1999)

La selección de las variables con las que se construye la tipología tiene que ver con el marco teórico y los objetivos de la investigación. En este caso interesa ver cuáles son las características de los distintos tipos de lectores/as según las variables que definen a estos grupos: frecuencia de uso de Internet, frecuencias de lectura por formato (páginas web, blogs o fotologs, diario en papel, revistas digitales y diarios digitales) y frecuencias de lectura por motivación (para estar informado, para aprender cosas nuevas, por gusto). Para ello se hizo fue una pre-selección de las variables más correlacionadas entre sí a través de análisis factorial.

Se formuló un modelo donde se trabajó con nueve variables, y se obtuvieron tres factores, que fueron reagrupados según su puntuación factorial, para finalmente ser clasificados según tipos. El resultado final fueron tres tipos de lectores/as.

La utilidad de este tipo de técnicas es que permite trabajar con múltiples variables, a través de la reducción de información, dando cuenta en mayor profundidad de los rasgos característicos de lo que se quiere investigar. En este

caso las particularidades asociadas a cada uno de los tipos de lectores/as encontrados.

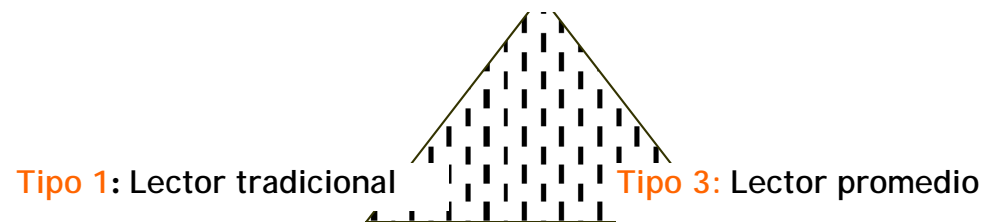
5.1.2 Presentación de los tipos de lectores.

Las tipologías se construyeron en base a las similitudes que presentaban los casos en cuanto a la frecuencia de lectura por formatos y motivaciones. Las variables que fueron seleccionadas tras el análisis factorial corresponden a:

- ✓ Frecuencia de uso de Internet
- ✓ Frecuencias de lectura por formato: Páginas web, blogs o fotologs, diario en papel, revistas digitales y diarios digitales
- ✓ Frecuencias de lectura por motivación: Para estar informado, para aprender cosas nuevas, por gusto.

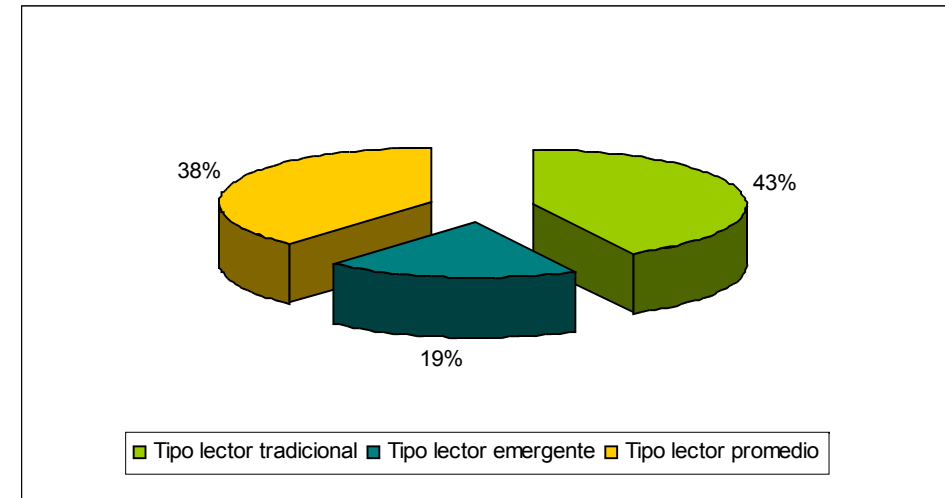
Del análisis del comportamiento de estas variables, se encontraron correlaciones significativas que permitieron su agrupación. Con posterioridad, según los puntajes factoriales obtenidos en cada caso, se hizo una clasificación que dio como resultado los siguientes tres tipos de lectores:

Tipo 2: Lector emergente



A continuación se procede a la fundamentación y explicación de la tipología propuesta a partir del cruce con las variables más relevantes. Previamente a ello señalar, tal y como se muestra en el gráfico n.6.1, que dentro de la muestra de usuarios/as de la bibliotecas públicas que fueron encuestadas la participación más relevante corresponde al tipo que se ha identificado como “Lector tradicional” (43%), seguido del tipo de “Lector promedio” (38%) y a mucha distancia el “Lector emergente” (19%)

Gráfico n. 5.1 Distribución muestra según tipología.



5.1.3 Hábitos de lectura según tipo de lectores.

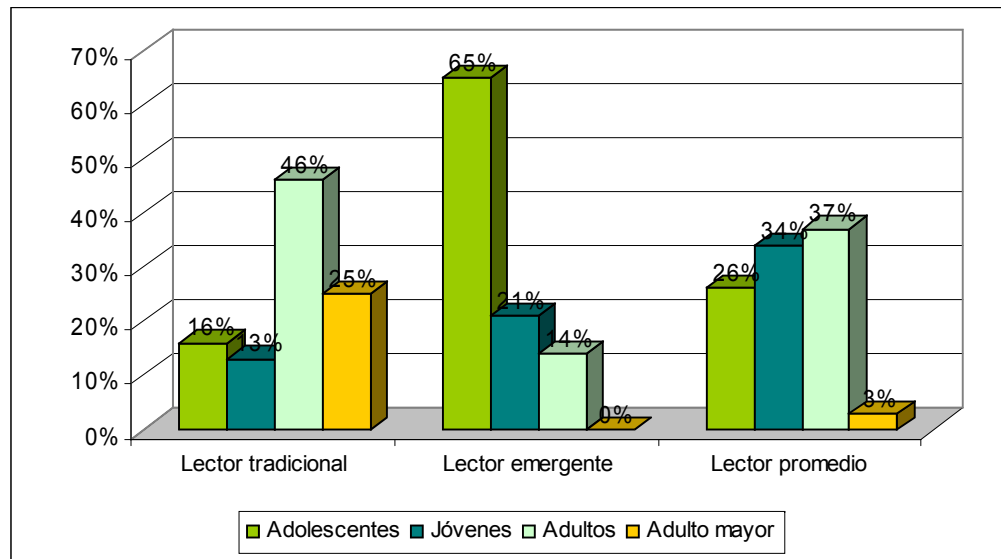
a) Caracterización sociodemográfica de los tipos de lectores/as

El tipo de “lector tradicional” y el tipo de “lector emergente” corresponden, principalmente, a mujeres. Por el contrario el tipo de “Lector promedio”, tal y como revela el gráfico n. 6.2, es mayoritariamente formado por hombres.

En términos de rango etario, el tipo de “lector tradicional” aparece claramente asociado a la presencia de adultos y adultos mayores. Por el contrario en el caso del tipo de “lector emergente” se encuentran, principalmente, en

adolescentes y jóvenes, mientras que en el “lector promedio” los rangos de edad más representados son los adultos (37,3%) y los jóvenes (33,9%).

Gráfico n. 5.2 Distribución de tipo de lectores por rango etareo



El porcentaje más alto entre el tipo de “Lector tradicional” lo constituyen los trabajadores/as (32,3%) y los desocupados/as o jubilados/as (23,8%). Con respecto al nivel educacional, lo que aparecen con mayor presencia son aquellas personas que han mantenido su escolaridad “Hasta 12 años” (62,2%). A mucha distancia del segundo porcentaje, “Sobre 12 años” de escolaridad con un 27,2%.

En el caso del tipo de “lector promedio”, la representación principal se encuentra constituida por estudiantes y trabajadores (46,6% y 39% respectivamente). Por otro lado tipo tiene los más altos niveles educacionales ya que el mayor porcentaje se encuentra en la categoría “Sobre 12 años” de escolaridad (56,8%).

Por último, en el caso del tipo de “lector emergente” la presencia mayoritaria es claramente de estudiantes (72,9%). A gran distancia se encuentra un segundo grupo conformado por trabajadores (20,3%).

b) Tipos de Lector según formato de lectura.

El tipo “Lector tradicional” lee, tal y como se representa en el gráfico n.6.3, fundamentalmente en formato papel. Por el contrario, el formato habitual del “Lector emergente” es el soporte digital. Lo que no significa, como se muestra en el gráfico n. La lectura de “Diarios en papel” y “Revistas en papel” es más alta que la de estos mismos formatos en digital .A medio camino entre ambos, el tipo de “Lector promedio” combina el soporte papel con el soporte digital. Sin bien pareciera mantener una manifiesta preferencia por el primer tipo de soporte.

Gráfico n. 5.3 Distribución de formatos de lectura en tipo de lector tradicional.

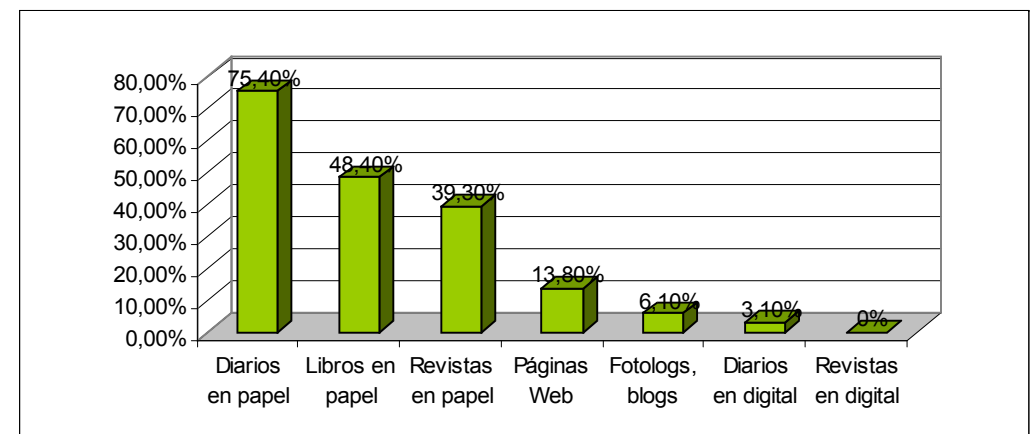


Gráfico n. 5.4 Distribución de formatos de lectura en tipo de lector emergente.

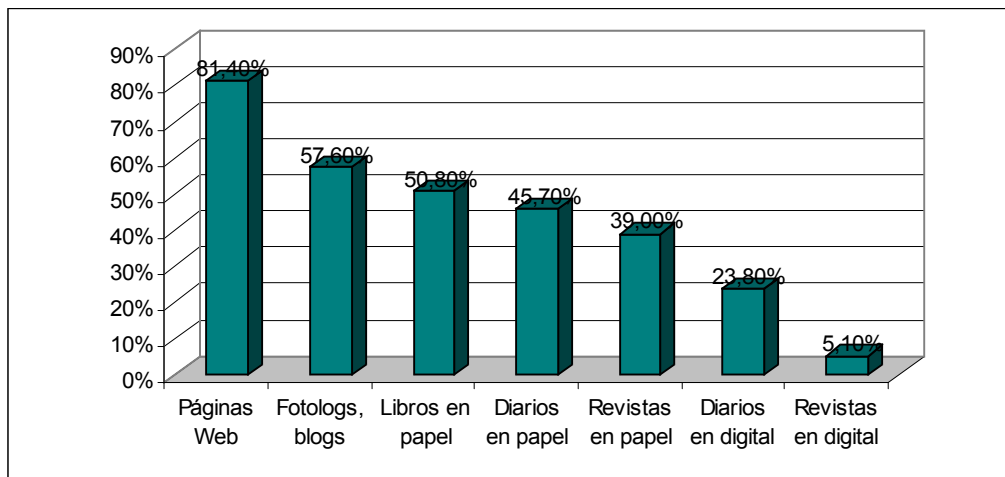
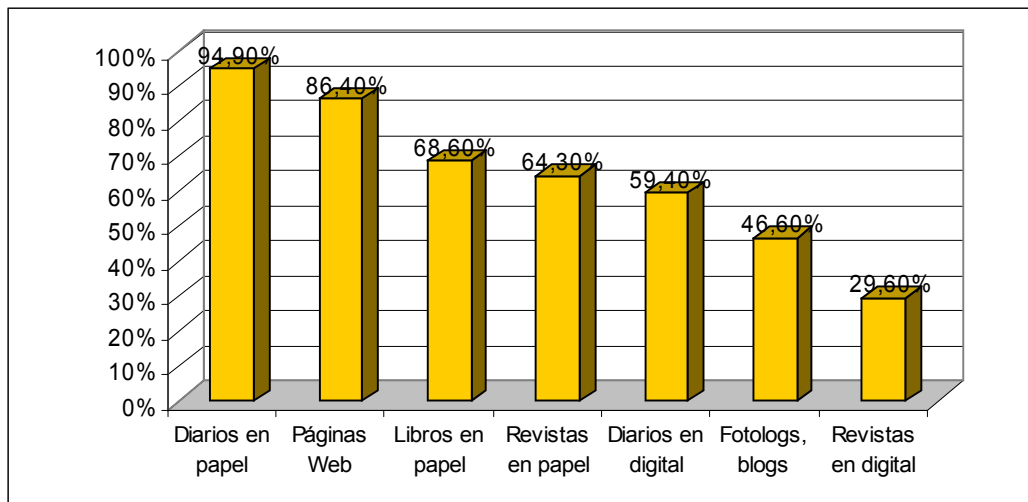


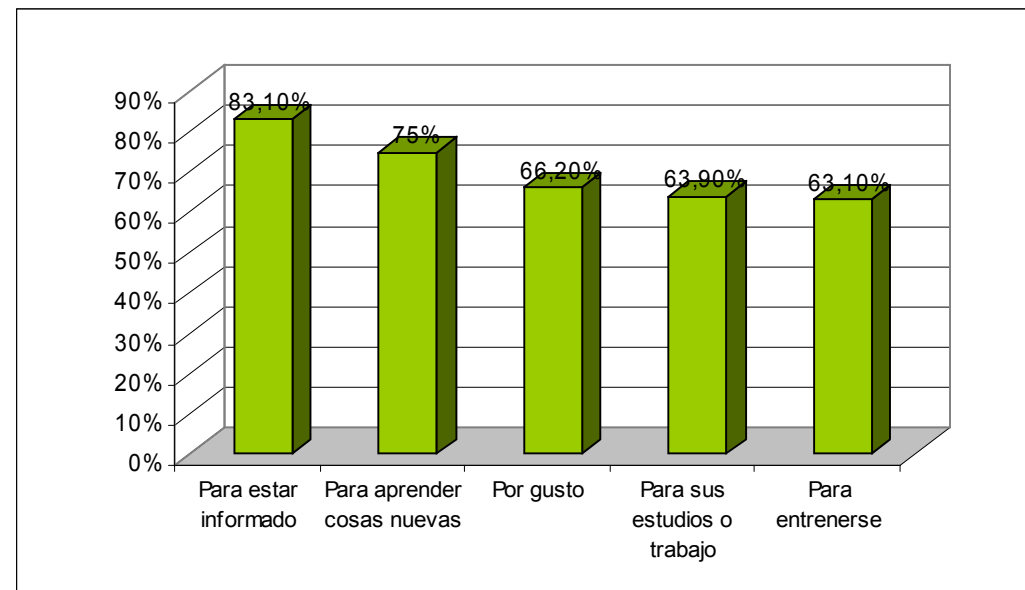
Gráfico n. 5.5 Distribución de formatos de lectura en tipo de lector promedio.



c) Tipos de Lector según motivación

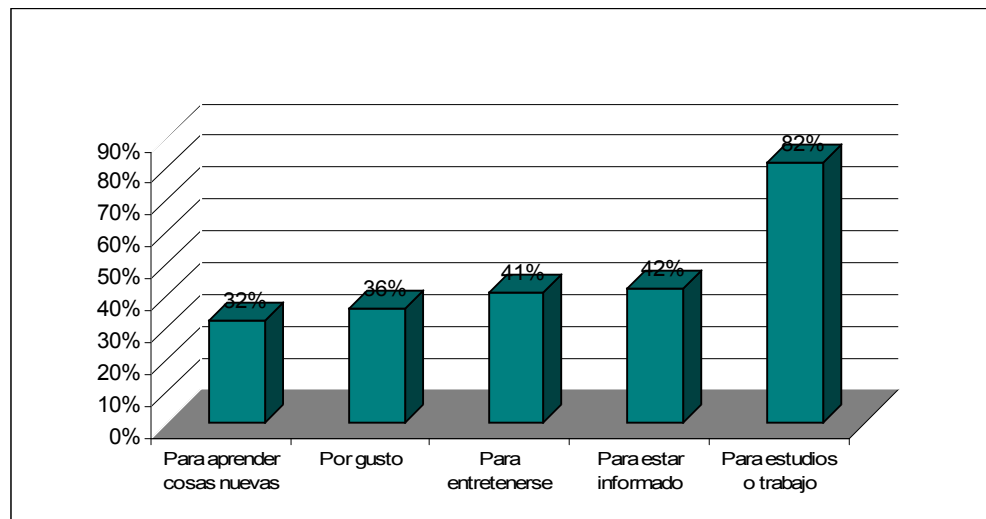
La principal motivación del tipo de “lector tradicional” para leer es “Para estar informado” (83%), siendo la categoría más baja sería “Para entretenerse” (63%). Lo que vendría a dar cuenta que para el “lector tradicional” la lectura es principalmente una actividad funcional. Una interpretación que se afirma al observar que la segunda motivación con el más alto porcentaje es “Aprender cosas nuevas” (75%).

Gráfico n. 5.6 Distribución de motivaciones de lectura en tipo de lector tradicional.



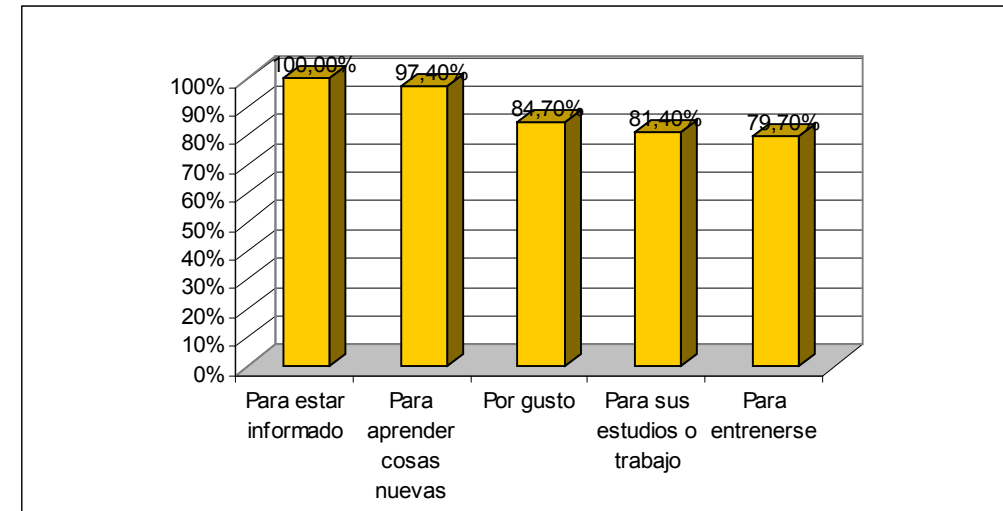
La lectura toma también un carácter principalmente funcional en el caso del tipo de “lector emergente”. Tal y como se muestra en el gráfico n.6.7, se lee “Para sus estudios o trabajo” (81,4%). De hecho la categoría con más bajo porcentaje corresponde a la opción “Para entretenerse” (54,2%) .

Gráfico n. 5.7 Distribución de motivaciones de lectura en tipo de lector emergente.



En el tipo de “Lector promedio” todas las fuentes de motivación para la lectura aparecen con altos porcentajes, manteniendo la indefinición entre una concepción de lectura de carácter funcional o de la lectura por placer.

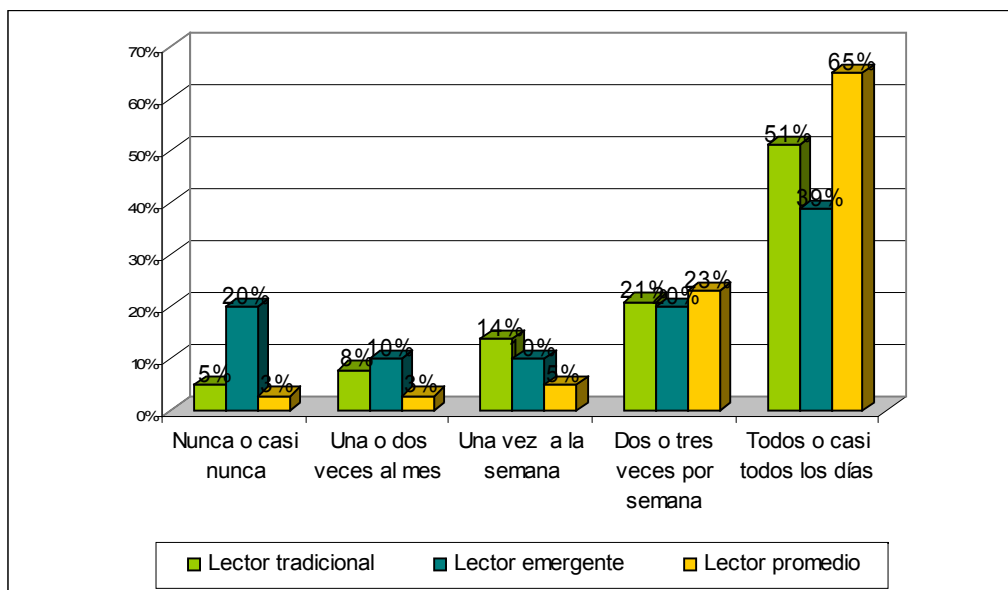
Gráfico n. 5.8 Distribución de motivaciones de lectura en tipo de lector promedio.



d) Frecuencia de la lectura.

Una de las características sobre los que se ha basado la construcción de los tres tipos planteados en el informe es la frecuencia de lectura. La lectura es, tal y como muestra el gráfico n.6.9, una actividad diaria para casi el 65% del tipo de “lector promedio” y para cerca de un 50% del tipo de “lector tradicional”. Por el contrario, en el caso del “lector emergente” sólo un 36% lee diariamente. De hecho casi un 20% de este tipo de lector señala que “Nunca o casi nunca lee”.

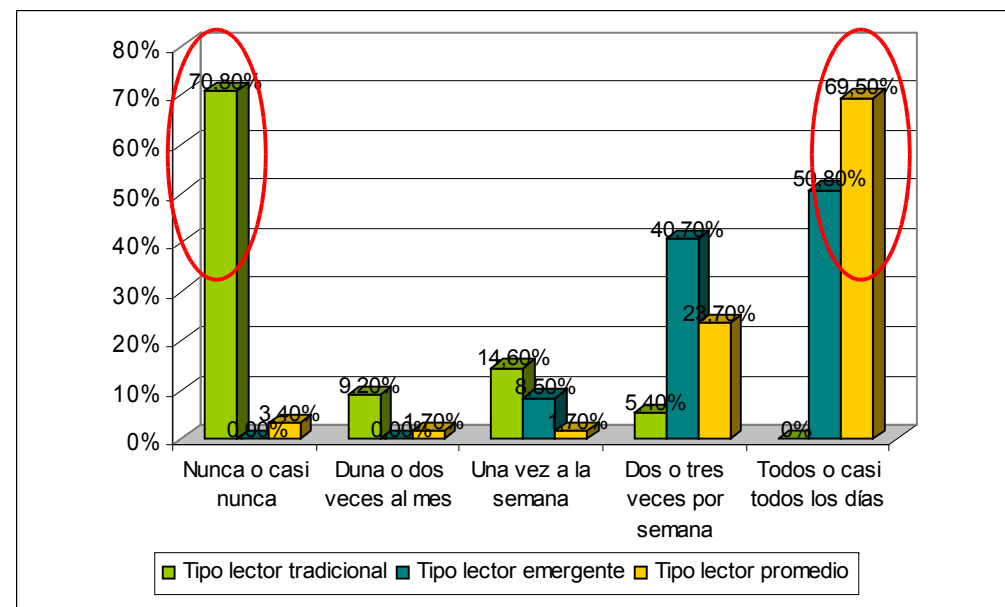
Gráfico n. 5.9 Distribución de frecuencias de lectura según tipo de lector.



e) Uso de Internet

El uso de Internet aparece como otra variable relevante al momento de posicionar a los tres tipos de lectores establecidos en el estudio. Tal y como muestra el gráfico n.6.10, existe una clara diferencia entre la frecuencia de uso de Internet entre el tipo de “lector tradicional” y el tipo de “lector emergente” y del “lector promedio”.

Gráfico n. 5.10 Distribución de frecuencias uso de Internet según tipo de lector.

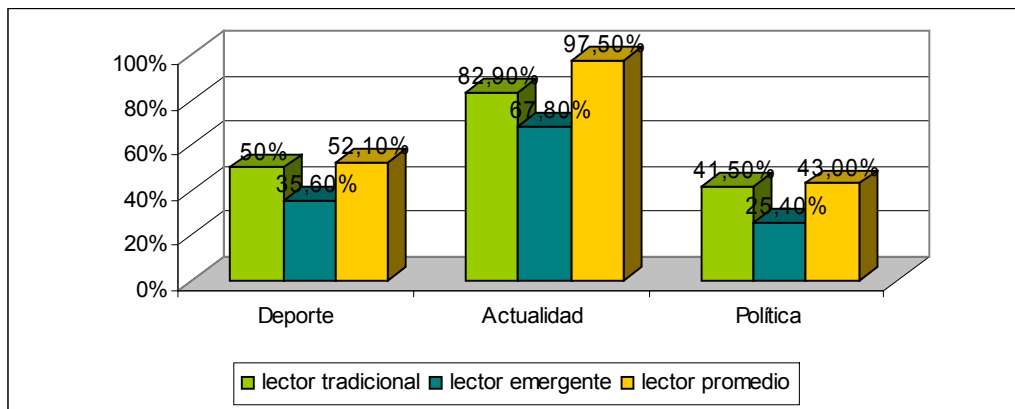


f) Preferencias por temas de lectura.

La importancia de revisar las preferencias en cuanto a áreas temáticas y temas específicos de lectura, es profundizar en los gustos desarrollados por los tipos de lectores/as y cómo se conectan éstas características con las anteriormente planteadas.

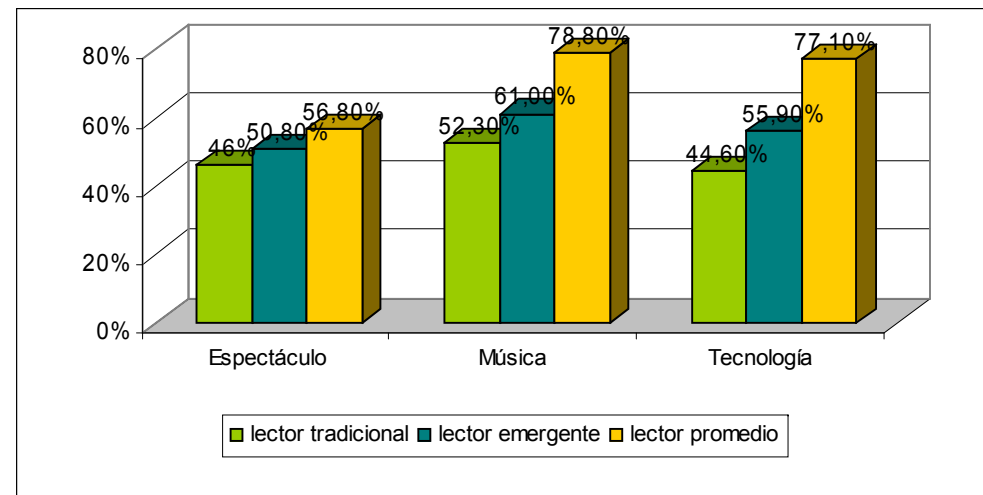
Dentro de las distintas opciones temáticas planteadas en el estudio, tanto el tipo de “lector tradicional” como el tipo de “lector emergente” optan preferentemente por la lectura de “Deportes” y “Actualidad/Noticias”. Mientras el tipo de “lector promedio” presenta preferencias representadas en los tres tipos.

Gráfico n.5.11 Temas de lectura de temas específicos según tipo de lector.



Dentro de aquellos temas más asociados a la entretenimiento son preferentemente leídos el tipo de “lector promedio” y el tipo de “lector emergente”. Los porcentajes más bajos en cuanto a las preferencias por este tipo de temáticas, tal y como muestra el gráfico n.6.12 , lo representa el tipo de “lector tradicional”.

Gráfico 5.12 Temas de lectura de temas específicos entretenimiento según tipo de lector.



A continuación se hace una síntesis de todos los cruces considerados hasta el momento. Para la elaboración de la tabla se tomó en cuenta para formatos y motivación de lectura, los porcentajes más altos en cada tipo.

Tabla 5.1 Resumen caracterización de hábitos de lectura según tipo lector.

		Lector tradicional	Lector emergente	Lector promedio
Formatos de lectura	Diarios en papel	√		√
	Revistas en papel	√		√
	Libros en papel	√	√	√
	Diarios digital			√

	Páginas web		√	√
	Fotologs, blogs		√	
Motivaciones de lectura	Para estar informado	√		√
	Para aprender cosas nuevas	√		√
	Por gusto			√
	Para su estudio o trabajo		√	
Uso del tiempo libre	Uso de Internet		√	√
	Leer	√		√
Temas de lectura	Arte			√
	Manuales profesionales			√
	Deporte	√		√
	Actualidad	√		√
	Política	√		√
	Espectáculo/ Farándula		√	√
	Música o cine		√	√
	Tecnología		√	√

5.1.4 Percepciones sobre la lectura según tipo de lector.

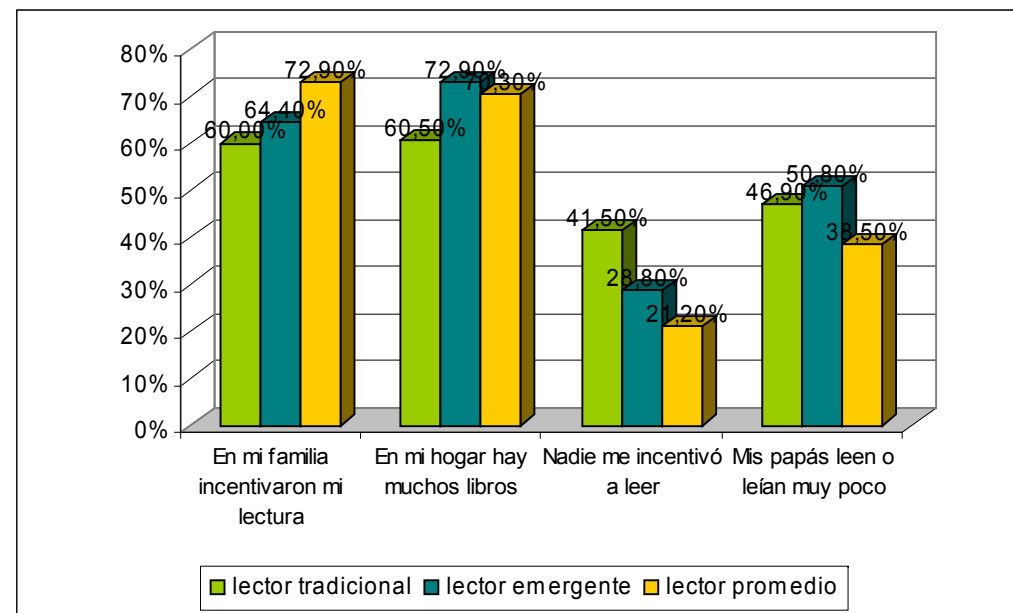
El propósito de este apartado es dar cuenta de las percepciones generales asociadas a la lectura para cada uno de los tipos de lector.

a) Capital cultural heredado.

El primer aspecto a destacar es el llamado capital cultural heredado, entendido como la influencia ejercida al interior del hogar en la formación de la condición de lector. En este sentido, el gráfico n. 6.13 se observa que los porcentajes más bajos asociados al incentivo familiar se encuentran en el tipo de lector tradicional. De hecho se destaca con un alto porcentaje en la opción "Nadie me incentivó a leer". Los datos, asimismo, muestran que el tipo de lector promedio percibe que ha recibido mayor influencia del entorno familiar en el fomento de la

lectura. Por último, cabe destacar que el tipo de "lector emergente" revela a través de las preguntas una mayor dependencia externa de estímulo a la lectura que en el caso del "lector promedio". Una dependencia externa que aparece satisfecha en parte en los establecimientos educacionales.

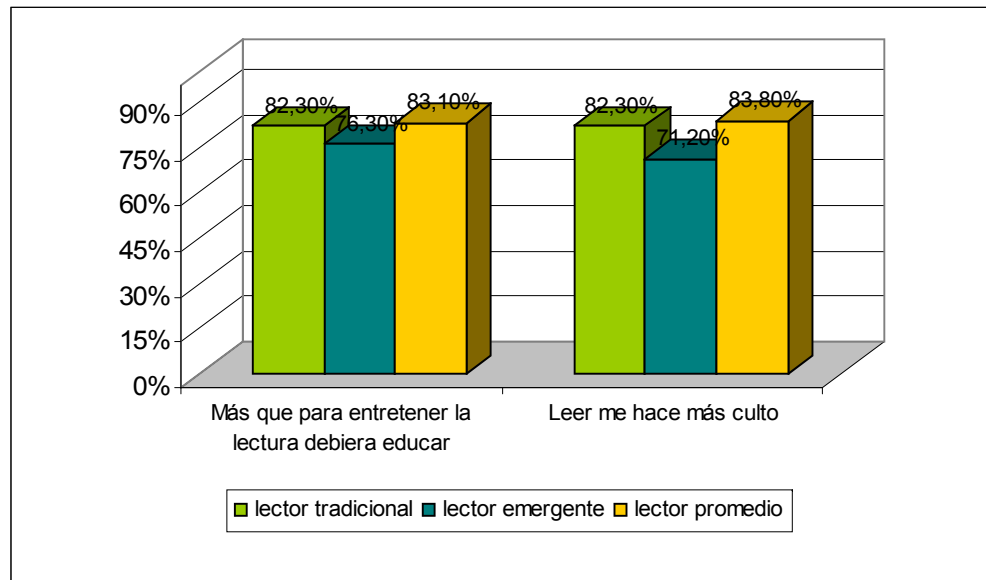
Gráfico 5.13 Influencia familiar en la lectura según tipo de lector.



Los datos que se muestran en el gráfico n. 6.14 no reflejan variaciones significativas en la percepción sobre la lectura. Todos los tipos, aunque en mayor

medida el tipo de “lector tradicional” y el “lector promedio” muestran un alto grado de acuerdo con la asociación de la lectura como actividad cultural y educativa.

Gráfico 5.14 Percepción sobre la lectura según tipo de lector

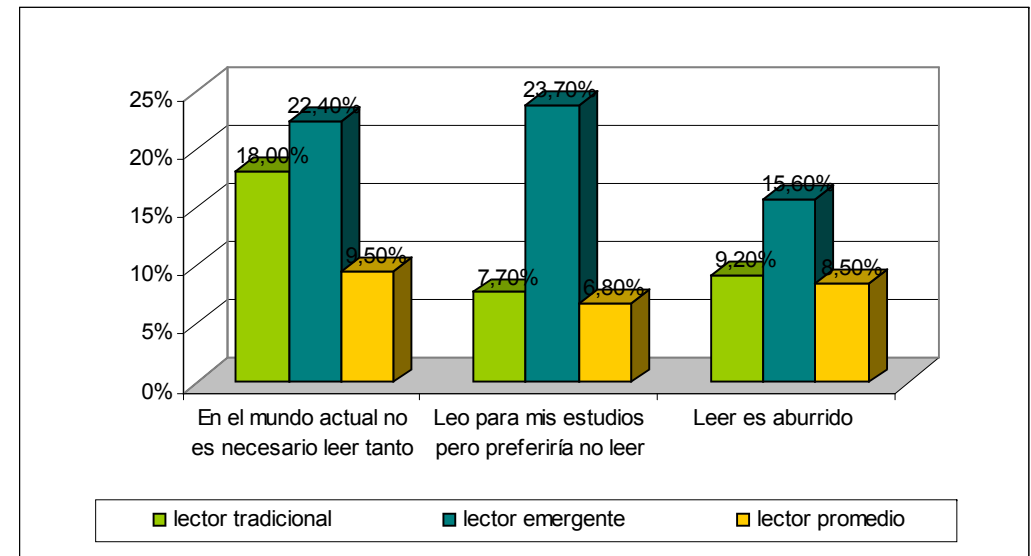


Las diferencias entre los diferentes tipos de lectores establecidos se manifiestan al momento de evaluar la lectura. En concreto, los datos mostrados en el gráfico n.6.15 revelan del tipo de lector emergente una percepción bastante negativa sobre el impacto de la lectura. Su nivel de acuerdo con la frase “Leer es aburrido”¹⁰ alcanza el 15,6%, varios puntos por encima del tipo de lector tradicional y del tipo de

¹⁰ Este dato hay que mirarlo con precaución ya que si bien los porcentajes en términos generales son bajos, hay que considerar la coerción presente al momento de dar una opinión negativa sobre la lectura, en tanto que no es bien visto socialmente, aspecto que puede estar interviniendo en las respuestas

lector promedio. Una situación similar se repite con respecto al acuerdo con las alternativas “En el mundo actual no es necesario leer tanto” y “Leo para mis estudios pero preferiría no leer”.

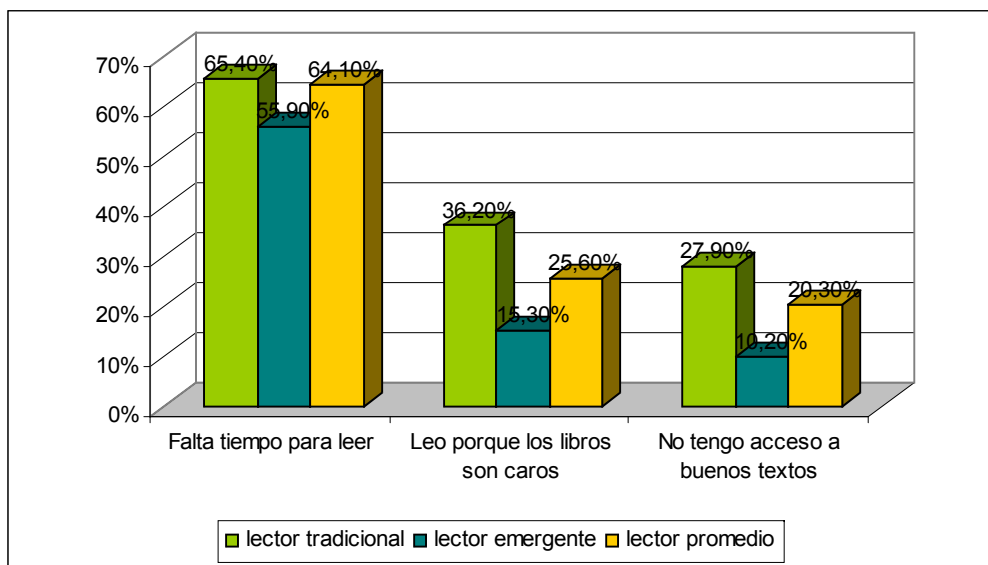
Gráfico 5.15 Valoración de la lectura según tipo de lector.



Con respecto a la percepción de las barreras que dificultan el acceso a la lectura, el gráfico n. 6.16 pone de manifiesto que es el tipo de lector tradicional el que se percibe como más condicionado al momento de ejercer su condición de lector por tiempo, precio de los libros o acceso a ellos. No cabe olvidar que este es el tipo de lector que consume, principalmente, “Diarios en papel”.

Por otro lado, si bien el lector promedio también se percibe condicionado por la falta de tiempo para leer, igualmente aprovechan el tiempo que tienen para realizar esta actividad en mayor proporción que los otros dos tipos de lectores/as.

Gráfico 5.16 Condicionantes de la lectura según tipo de lector.



A continuación se hace una síntesis de todos los cruces considerados en el apartado.

Tabla 5.2 Resumen percepción de lectura según tipo lector.

		Lector tradicional	Lector emergente	Lector promedio
Percepciones sobre lectura	Actividad necesaria	√		√
	Actividad aburrida		√	
	Actividad placentera			√

5.2 Factores ambientales según tipo de lector.

El propósito de este apartado es indagar sobre los factores ambientales que inciden en el comportamiento y motivación de los tres tipos de lectores definidos. Para ello se comparan los resultados sobre la estimulación hacia la lectura, las principales fuentes de recomendación de textos, y la cantidad de libros en el hogar.

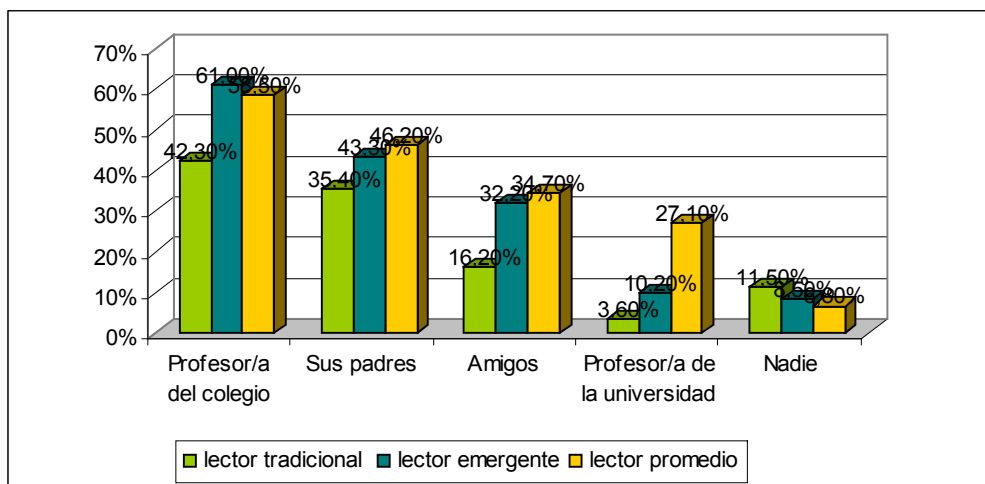
a) Redes personales de estímulo a la lectura.

El gráfico n.6.17 da cuenta de la importancia de los “Profesores de colegio” en generar estímulos para la lectura, posicionándose por encima del resto de categorías. La influencia de los profesores es más marcada en el caso del tipo de “lector emergente” y menos relevante en el tipo de “lector tradicional”, lo que aparece claramente asociado a los rangos etéreos más representados en cada tipo.

Resulta relevante destacar que a pesar de que las características de las redes personales de estímulo de la lectura son similares para el caso del tipo de “lector emergente” y el tipo de “lector promedio”, su impacto en términos de cantidad, frecuencia y variedad de la lectura son, como se señaló en el apartado anterior, son marcadamente diferentes. Asimismo, que mientras que las redes personales de estímulo de la lectura del tipo “lector tradicional” son más limitadas que en los otros dos tipos, su nivel de lectura es superior al “lector emergente”. También aquí la explicación aparece ligada a los rangos etéreos más representados de los tipos.

De los datos expuestos pareciera plantearse un cuestionamiento sobre la relevancia que puede llegar a tener las personas del entorno social inmediato en fomentar los hábitos de lectura. Más cuando estas personas asumen un rol institucionalizado para el cumplimiento de este fin, como son los profesores de colegio.

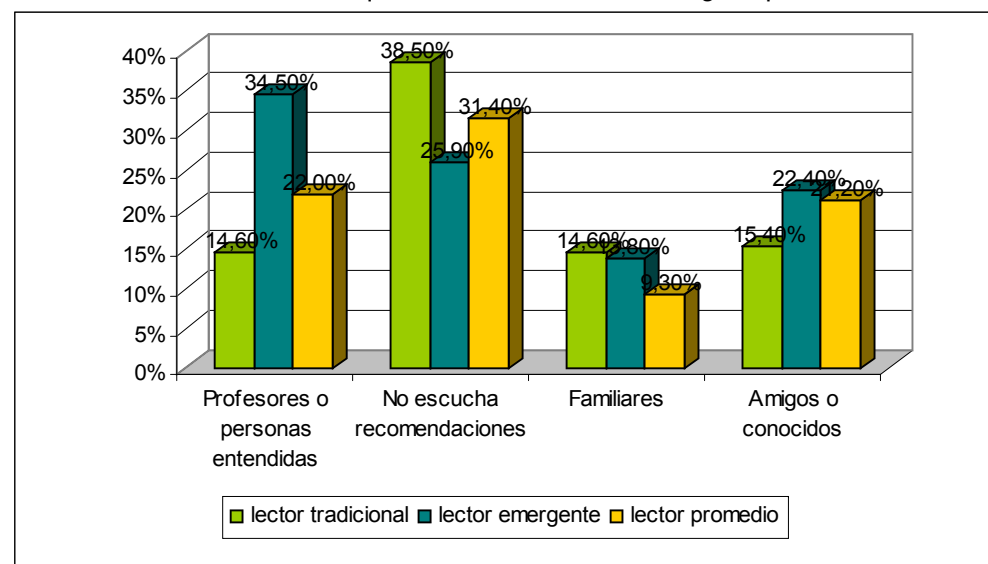
Gráfico 5.17 Personas que incentivaron la lectura según tipo de lector.



b) Redes personales de recomendación de lecturas.

En la misma línea de interés, resulta relevante indagar las diferencias entre los tipos establecidos en función de aquellas personas a las cuales se acude para tener referencia o recomendaciones sobre lecturas. Los datos reflejados en el gráfico n.6.18 da cuenta que tanto en el caso del tipo de “lector tradicional” como del “lector promedio” la opción que se apunta mayoritariamente es “No escuchar recomendaciones” (38,5% y 31,4%). No obstante en el “lector promedio” demuestra mayor disposición a aceptar recomendaciones tanto del entorno social inmediato, “Amigos o conocidos” (21,20%), como de personas que asumen el rol institucional de poseer conocimiento en lectura (22%) que el lector tradicional (15,4% y 14%). Por último destacar la dependencia del tipo de “lector emergente” de las recomendaciones que recibe del experto en lectura –en este caso el profesor del colegio- (34,5%) y de sus amigos (22,4%).

Gráfico 5.18 Personas que recomiendan lecturas según tipo de lector.



b) Redes personales de conversación de lecturas.

Los datos presentan variaciones sustantivas en las características de las redes sociales a través de las cuáles los diferentes tipos de lectores que se han establecido en el estudio conversan sobre sus lecturas. Tal y como se muestra en el gráfico n. 6.19, el tipo de lector tradicional encuentra en su entorno familiar el espacio social en el cual compartir sobre sus lecturas. A diferencia de éste, el tipo de lector emergente y el tipo de lector promedio cuentan con redes sociales más diversificadas y funcionales en función de los temas de lectura.

Gráfico 5.19 Personas con las que conversa de lecturas el tipo de lector tradicional.

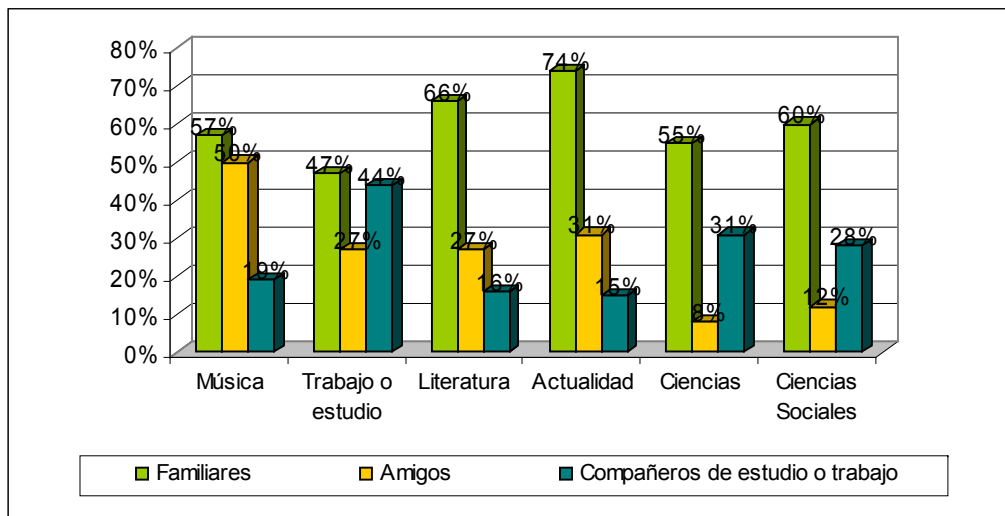


Gráfico 5.20 Personas con las que conversa de lecturas el tipo de lector emergente.

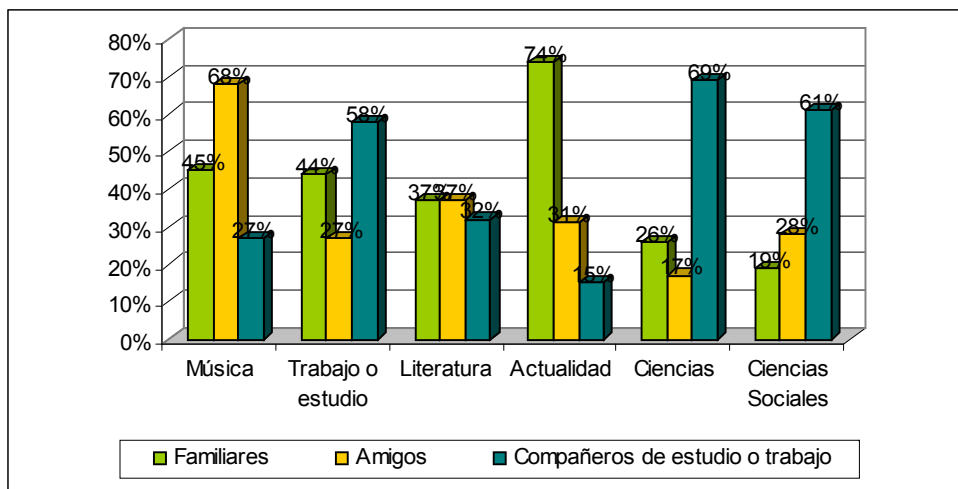
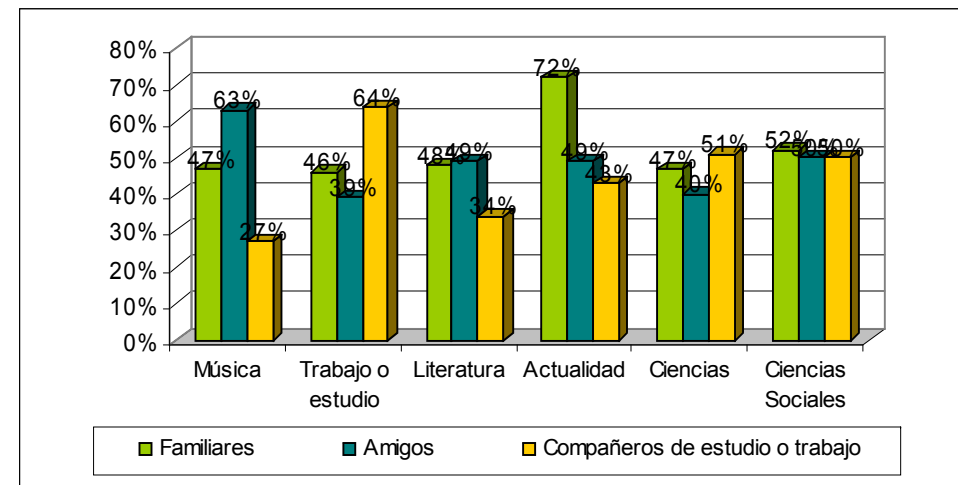


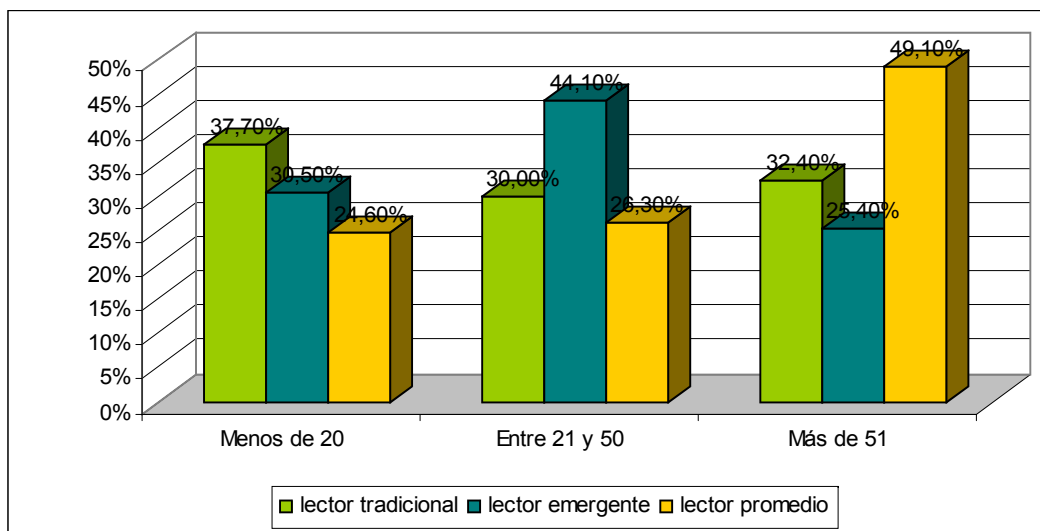
Gráfico 5.21 Personas con las que conversa de lecturas el tipo de lector promedio.



d) Acceso a libros.

El acceso a libros en el hogar da cuenta de diferencias sustanciales entre los tres tipos. Mientras que el tipo de “lector tradicional” presenta como opción mayoritaria poseer “Menos de 20 libros” en el hogar (37,70%), el tipo de “lector promedio” revela poseer “Más de 50 libros” (49%). A medio camino se encuentra el “lector promedio”.

Gráfico 5.19 Cantidad de libros en el hogar según tipo de lector.



A continuación se hace una síntesis de todos los cruces considerados en el apartado.

	universidad			
	Nadie	√		
Recomendaciones sobre lectura	Profesor/a o persona entendida		√	
	Amigos/as		√	√
	Nadie	√		√
Cantidad de libros en el hogar	Menos de 20 libros	√		
	Entre 21 y 50 libros		√	
	Sobre 51 libros			√
Personas con quienes se conversa sobre sus lecturas	Familiares	√	√	√
	Amigos/as			
	Compañeros de estudio o trabajo		○	○

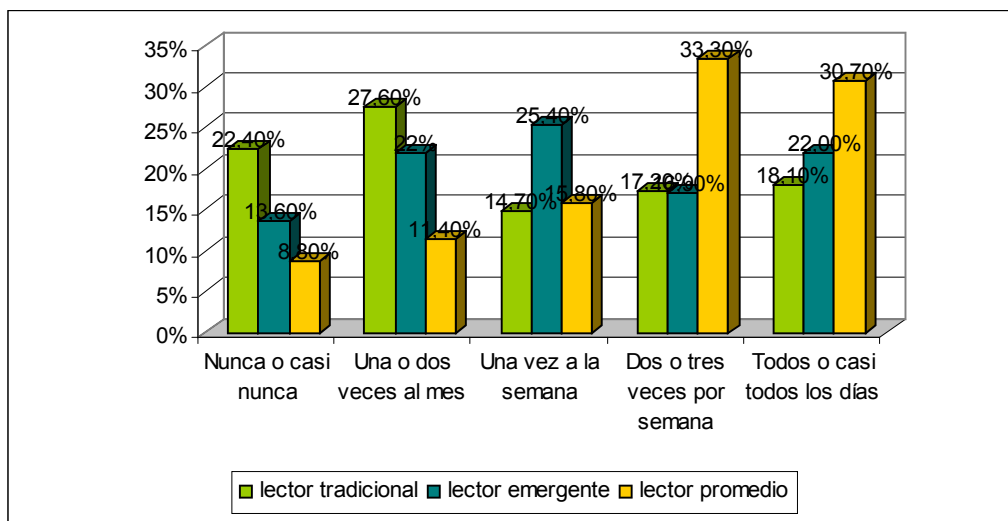
Tabla 5.3 Resumen redes sociales de lectura según tipo lector.

		Lector tradicional	Lector emergente	Lector promedio
Incentivo a la lectura	Profesor/a del colegio	√	√	√
	Padres	√	√	√
	Amigos/as		√	√
	Profesor/a de la			√

5.3 Evaluación de las bibliotecas públicas.

El gráfico 5.20 da cuenta que el lector promedio es el que asiste con mayor asiduidad a la biblioteca, mientras que el lector tradicional es el que presenta niveles más bajos de asistencia.

Gráfico 5.20 Asistencia a bibliotecas públicas según tipo de lector.



En la evaluación sobre distintos servicios que prestan las bibliotecas públicas, los niveles de aprobación son bastante similares en los tres tipos. Las mejores evaluaciones las entregan el lector tradicional y el lector emergente, pero muy cercana a los promedios de ambos tipos se encuentra también el lector promedio (6,35 y 6,27 vs 6,12). No deja de ser relevante que, tal y como se señalaba anteriormente, sea este el tipo de lector que ocupa con mayor asiduidad las bibliotecas.

Entre las opciones mejor evaluadas se encuentra el sistema de préstamo de textos en sala y la atención del personal de las bibliotecas. Por el contrario la peor evaluación se la lleva la variedad y cantidad de libros existentes en la variedad y la cantidad de textos en las bibliotecas.

Tabla 5.4 Evaluación de servicios de las bibliotecas públicas según tipo de lector.

	Lector tradicional	Lector emergente	Lector promedio	Promedio
El préstamo de textos en sala	6,63	6,6	6,51	6,58
La atención del personal de la Biblioteca	6,54	6,44	6,42	6,46

El préstamo de textos a domicilio	6,49	6,33	6,49	6,43
El sistema de búsqueda de textos manual	6,55	6,41	6,16	6,37
El sistema de búsqueda de textos digital	6,47	6,19	6,15	6,27
La variedad de textos que tienen las colecciones bibliográficas	5,88	6,04	5,62	5,84
La cantidad de textos que tienen las colecciones bibliográficas	5,89	5,91	5,53	5,77
Promedio	6,35	6,27	6,12	

Bibliografía

- Arriola, Oscar y Butrón, Katya (s/f). *Bibliotecarios y capital cultural: una experiencia desde la ENBA*. (Manuscritos)
- Bonfil Batalla, G. (1991). *Pensar nuestra Cultura*. México: Editorial Alianza.
- Bourdieu, Pierre (1979). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto.*, Madrid: Editorial Taurus.
- Bourdieu, Pierre (1985). "The forms of capital" en J. Richardson (Editor), *Handbook for theory and research for the sociology of education*. New York: Greenwood Press.
- Bourdieu, Pierre. (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Bourdieu, Pierre. (2000) *Poder, Derecho y Clases Sociales*. España: Editorial Desclée.
- Burbules, N. & T. Callister (2001). *Educación: riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información*. Barcelona: Granica.
- Campos Arias, Antonio (2004). "Hipertexto, lectura e Internet: resultados de un estudio en el nivel medio superior". En *Tecnología y Comunicación Educativas* No. 39. Madrid: OEI.
- Castells, Manuel (2001). *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Editorial Arete.
- Catalán, C. y Torche, P (Editores) (2005). *Consumo Cultural en Chile. Miradas y perspectivas*. Santiago de Chile: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Instituto Nacional de Estadísticas y La Nación.
- Douglas, M. e Isherwood, B. (1990). *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. México: Grijalbo, CNCA.
- Fundación La Fuente (2006). *Chile y los libros: Índice de lectura y compra de libros 2006*. Texto en pdf.
- García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Ed. Grijalbo.
- Gobierno de Chile (2006). *Plan Nacional de Fomento de La Lectura*. Estado de Avance. Santiago de Chile.
- Gutiérrez Valencia, Ariel y Montes de Oca García, Roberto (s/f). *La Importancia de la lectura y su problemática en el Contexto Educativo Universitario. El Caso De La Universidad Juárez Autónoma De Tabasco (México)*. México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Lahire, Bernard (compilador) (2004) *Sociología de la Lectura*. Barcelona: Gedisa.
- Lamarca, María Jesús (2007). *Hipertexto: el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. Disponible en <http://www.hipertexto.info>.
- Landow, George, P (1995). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós.
- Martín Barbero, Jesús:
 - (2003) *Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo*. Texto en pdf.
 - (2002) *La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana*. Departamento de Estudios Socioculturales Texto en pdf.
 - (1987) "Industria cultural: capitalismo y legitimación". Publicado en Martín Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gilli.

(1995) *La comunicación plural. Paradojas y desafíos*. Nueva Sociedad.

(1997) "Heredando El Futuro: Pensar La Educación Desde La Comunicación". Publicado en Rev. Nómadas, N° 5. Colombia: Universidad Central.

(2002) *La educación desde la comunicación*. Editorial Norma.

(2005) *Los modos de leer*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net.

- Mauger, Gérard (2004). "El retroceso de la lectura. Cuatro Hipótesis". En Lahire, Bernard (compilador). *Sociología de la Lectura*. España: Gedisa.
- Merlo Vega, José Antonio(s/f). *La biblioteca pública como promotora de la lectura: planes de lectura y experiencias de fomento lector en España*. España: Universidad de Salamanca Departamento de Biblioteconomía y Documentación.
- Nelson, Theodor Holm (1981). *Literary machines*. USA: edición propia.
- PNUD (2002). *Desarrollo Humano en Chile. Nosotros los chilenos: un desafío cultural*. Chile.
- PNUD (2006). *Informe sobre Desarrollo Humano. Las nuevas tecnologías: ¿un salto al futuro?*. Chile.
- Subercaseaux, Bernardo (2002). *Nación y cultura en América Latina. Diversidad cultural y globalización* Chile: LOM.
- Velasco, Javier (2007). *Web 2.0: Hija de la Usabilidad*. Chile: Centro de Investigación de la Web, Universidad de Chile.
- Vivanco, Manuel (1999). *Análisis Estadístico Multivariable*. Santiago: Ed. Universitaria.
- Warde, A & Tampubolon, G. (2002). "Social capital, networks and leisure consumption". En *The Sociological Review*. USA: Blackwell Publishers.

- Warde, A., Tampubolon, G. y Savage, M. (2005). "Recreation, Informal Social Networks and Social Capital". En *Journal of Leisure Research*, Vol. 37, No. 4.