

<http://www.editores.org.ar/habitos.html>

Estudio sobre Hábitos de Lectura

Síntesis del Informe Final

En un esfuerzo conjunto, la Cámara Argentina del Libro, la Cámara Argentina de Papelerías, Librerías y Afines, y la Dirección de Bibliotecas del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, decidieron llevar adelante este estudio sobre hábitos de lectura y el mercado del libro.

Se llegó a la conclusión de la necesidad de contar con un estudio acerca de estos temas que sirviera a las organizaciones involucradas para encarar distintas acciones en los campos de interés de cada una de ellas.

Cabe destacar que no se contaba en el medio con un estudio de estas características, que va a permitir, entre otras cosas, tener una mejor comprensión de las distintas problemáticas que rodean al mundo de la edición de libros, desde la compra de los mismos hasta la utilización de las bibliotecas, pasando por la complejidad de las motivaciones de la lectura.

En un ámbito en el cual el libro debe competir, la mayoría de las veces con muchas desventajas, contra todo tipo de propuestas, comprender cuáles son los ejes por donde pasan las motivaciones y las decisiones de los lectores y de los no lectores se hace imprescindible. Tal es la razón de haber encarado un estudio de estas características.

FICHA TÉCNICA

Estudio sociológico, cualitativo y cuantitativo, acerca de hábitos de lectura y mercado del libro. La fase cualitativa se basó en la realización de 6 focus groups integrados por personas lectoras y no lectoras entre 18 y 55 años, de nivel socioeconómico medio ampliado (C1, C2 y C3), residentes en el área metropolitana. Las sesiones grupales se realizaron los días 18, 19 y 20 de agosto de 1998.

El estudio cuantitativo se basó en una encuesta de opinión realizada en la Capital Federal y los partidos del gran Buenos Aires sobre una muestra de 600 casos. La población investigada se compuso de personas entre 16 y 80 años, de niveles socioeconómicos alto y medio alto (ABC1), medio (C2C3) y bajo estructurado (D1).

Empresa ejecutora: Catterberg y Asociados
Director: Lic. Eduardo Fidanza
Directora de Proyectos: Lic. Nora Vanoli

Introducción

Supuestos básicos: Partimos de la consideración de la lectura como una práctica múltiple, expresada a través de formas diversas y como resultado de distintas motivaciones. La lectura no es solo pasatiempo ni está desvinculada al mundo del trabajo o del estudio. También se trató de describir los hábitos de los lectores en vez de sus opiniones sobre el libro, la lectura o el consumo. Se quiso no limitar el concepto de intensidad de lectura únicamente a la cantidad de libros leídos enteros en un periodo determinado. Por el contrario, se procuró ampliar el concepto de lectura de libros, incorporando la lectura incompleta o transversal, la consulta múltiple y la relectura, como formas alternativas de aproximarse al libro en el contexto de una cultura caracterizada por la fragmentación y la velocidad.

I. ANÁLISIS CUALITATIVO

Leer o no leer: esa es la cuestión

En la manifestación espontánea de los lectores, el origen del hábito de leer es desconocido y la lectura aparece ligada únicamente a aspectos positivos. Con expresiones metafóricas asociadas a la nutrición, la vitalidad o el desarrollo personal, los lectores manifiestan el gusto por la lectura, que resulta una actividad "tan vital como mirar un árbol", "un crecimiento", "un alimento" o "una compañía". Para ellos, la lectura enseña a pensar, abre la mente, deja volar la imaginación, desconecta de los problemas cotidianos.

La lectura por placer, no es un hallazgo, compite en desventaja con el trabajo. En cierta forma, los lectores relatan las alternativas de esa lucha desigual. De lo que se trata es de ganar tiempo y espacio para leer. Por lo general, se lee un rato antes de dormir, en los viajes, en cualquier momento libre los fines de semana. El ritmo de las actividades condiciona también el tipo de lectura: en las vacaciones, como dice una mujer joven, "compro novelas... románticas o metafísicas; durante el año no, busco cosas que me resuelvan problemas".

La práctica de la lectura por obligación está vinculada al estudio y al trabajo. En el recuerdo de los entrevistados, el colegio secundario es el lugar por excelencia de la lectura impuesta, sin espacio para la creatividad ni la libertad de elección. Para los jóvenes, la imposición alcanza también a muchas materias de la carrera universitaria. En otro sentido, la lectura por obligación aparece asociada a la consulta de varios libros simultáneamente, algo que no ocurre cuando se lee por placer. El ritmo de la lectura placentera es, normalmente, de un libro por vez; el de la lectura obligada admite la diversidad, el fragmento, y la diversificación de las fuentes.

Librerías y otros puntos de venta

Más allá de sus atributos o variaciones, la librería, entendida como local a la calle que expende libros, se destaca netamente en la imaginación popular sobre los demás puntos de venta de libros. La impresión es que el libro requiere su entorno, su contexto, y la librería lo provee de un modo insustituible. Como lo confirmaría el estudio cuantitativo, muy poca gente manifestó experiencia de comprar libros en lugares alternativos a las librerías.

Por encima de estas diferencias, los hábitos de las librerías están de acuerdo en algunas preferencias. Ante todo, expresan, implícitamente, que la visita a la librería, concluya o no en una compra, tiene un tempo y un clima que deben ser rigurosamente preservados. Tranquilidad y sosiego es lo que busca el que visita una librería: "uno tiene que estar tranquilo para leer y elegir"; también manifiestan un sentimiento característico respecto del vendedor, de quien se espera circunspección y silencio. Sin estas cualidades, todo puede echarse a perder: "si el vendedor me apura -dice un entrevistado- me voy y no compro". Por último, existe también acuerdo acerca de la conveniencia de colocar terminales en las librerías para que las personas puedan hacer autoconsultas .

La biblioteca pública

Dos cosas impresionan de entrada cuando se plantea el tema de las bibliotecas públicas: la primera es que muy pocos lectores concurren a ellas; la segunda, es la imagen distorsionada que la mayoría de los participantes tiene de la biblioteca como servicio. El estereotipo asimila la biblioteca pública a un anexo de la escuela secundaria o la universidad: se concurre allí para preparar deberes o trabajos prácticos. El placer está erradicado del espacio público bibliotecario: en la biblioteca no hay novelas, ni cuentos, ni la historia viva de un país. Según la visión predominante, la biblioteca es un lugar para la lectura por obligación, vinculada casi exclusivamente al estudio.

Los que no leen

Como se dijo, el mundo de los que no leen revela, a una mirada sensible, un trasfondo de opacidad y frustración. En el aspecto externo, en el tipo de ocupación, en la edad y en el medio social que frecuentan, no se observan, sin embargo, diferencias entre lectores y no lectores.

Personas en las mismas condiciones y en apariencia similares ofrecen, no obstante, respuestas contradictorias a los mismos tópicos: el tiempo para leer que "se hacen" los lectores, es el tiempo que nunca encuentran los no lectores; la concentración de los lectores, es imposible para los no lectores; el equilibrio entre lectura y otras actividades que consiguen los lectores, los no lectores nunca lo alcanzan.

Un conjunto de motivos interrelacionados, que suenan a justificaciones más que a razones, sirven a los que no leen para explicar su actitud. Básicamente, se trata de un inventario de carencias: falta de tiempo, pocos momentos de tranquilidad, falta de concentración, ausencia de interés suficiente, ansiedad. Algunos, también acuden a una oposición entre realismo y evasión para justificar porque no leen. Según este argumento, que asocia la lectura únicamente con la literatura y la ficción, no leer es el precio a pagar por el realismo, un rasgo que se adquiere con el paso de la vida: "Yo hoy no me engancha con una historia de ficción, hoy soy más terráqueo", dice un hombre de edad, al que no cuesta imaginarlo cabalgando junto al caballero de la triste figura. Así, imaginación, concentración y lectura se disocian e impiden a los que no leen el acceso al libro. Y a la posibilidad de disfrutar, ejercitando la concentración. Condenados a la dispersión, y a la ansiedad, los no lectores sucumben a la televisión con más facilidad que los lectores: "Con la televisión uno puede estar disperso... con un libro necesita concentrarse al máximo" concede, finalmente, un varón de mediana edad exagerando tal vez las exigencias de la lectura.

Estos testimonios dan pie a una hipótesis: las personas que no leen, en el fondo, parecen dejar poco espacio a la imaginación en sus vidas. Conciben el texto, estereotípidamente, como un puente al mundo de la ficción, de la irrealidad. Pero aunque esto no sea así, o no sea esa la única posibilidad que ofrecen los libros, al clausurar la imaginación los no lectores se privan de una herramienta básica de la lectura. Y de la creatividad. La impotencia de la imaginación, que en realidad encubre la imposibilidad de tomar distancia de lo concreto, de retirarse del mundo, de ensimismarse, no sólo impide leer ficción -como los no lectores creen-, impide la lectura en general, obtura sus circunstancias, sus ceremonias, y las amplias posibilidades temáticas que ofrece.

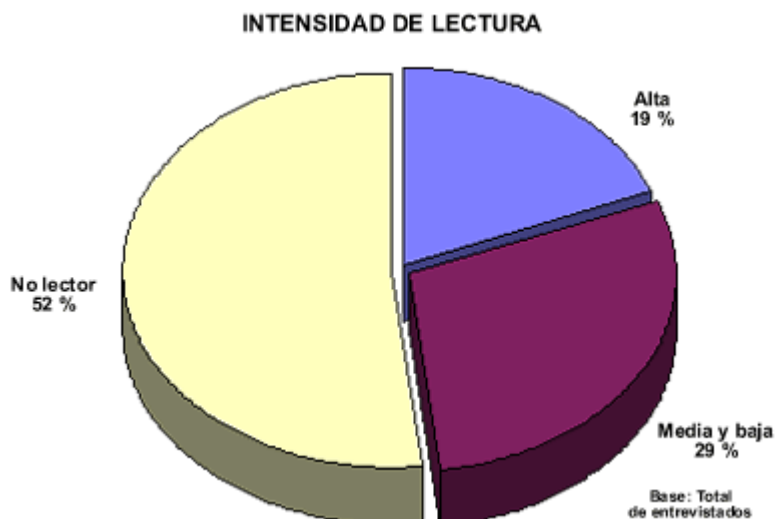
II . ANÁLISIS CUANTITATIVO

Lectura de libros: segmentos y variables significativos

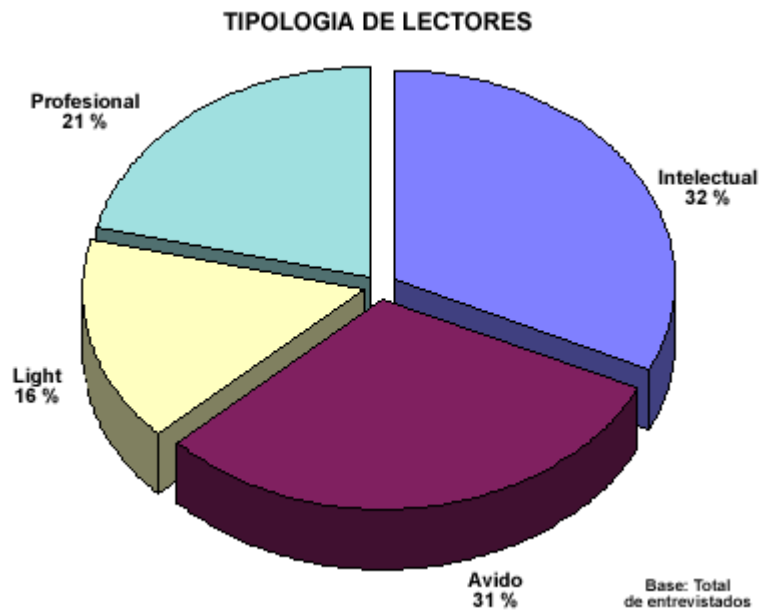
Para realizar la estimación cuantitativa de los segmentos significativos de lectores y no lectores se utilizaron dos preguntas: la primera combinó el interés y el hábito de leer; la segunda, buscó conocer la cantidad de libros leídos en forma completa o parcial durante el último año. La combinación de interés y hábito de lectura permitió construir una primera tipología. De acuerdo a ésta, se puede desagregar a la población estudiada en tres grupos: los "lectores interesados" -conformado por el 23% de la población, que tiene mucho o bastante interés por la lectura, le gusta leer y lee habitualmente-; los "lectores esporádicos interesados" -constituido por el 29% de la población, interesada por la lectura, pero que, por diversas razones, no lee o lee muy poco-; y los "no lectores desinteresados", que reúne a casi la mitad de la población y está conformado por personas que prefieren realizar otras actividades, antes que leer un libro (Gráfico 1).



La medición de intensidad de lectura -aún con todas sus limitaciones- confirma la estimación anterior. En efecto, un sector de casi el 20% de la población, al que se denominó "lectores intensivos", manifiestan haber leído cinco o más libros durante el último año, mientras que otro segmento de 29%, identificado como "lectores no intensivos", afirman haber leído entre uno y cuatro libros en el mismo lapso. El resto de la población, conformado por más del 50% de los consultados, no leyó ningún libro en el periodo mencionado (Gráfico 2).



Esta información permite concluir, en primer lugar, que aproximadamente la mitad de la población mayor de 16 años, residente en el área metropolitana, no lee libros. En segundo lugar, se constata que entre una quinta y una cuarta parte está conformada por lectores sistemáticos que desarrollan el hábito con relativa intensidad; por último, un tercio de la población tiene interés por los libros, pero lee esporádicamente. Para analizar el universo de lectores se procuró distinguir actitudes básicas frente a la lectura y al libro. Ello permitió elaborar una tipología de lectores. Así, la preferencia por lecturas densas y profundas, que requieren alto nivel de concentración, determinó un primer tipo de lector, al que se identificó como "intelectual". El interés generalizado por la lectura, expresado en la frase "leo todo lo que cae en mis manos", definió un segundo tipo, llamado "ávido"; la inclinación por textos livianos y llevaderos un tercer tipo, que se identificó como "light", y la necesidad de leer por razones funcionales (profesionales o de estudio) un cuarto tipo, bautizado "profesional". El universo de lectores se reparte bastante equitativamente entre estos tipos. En efecto, casi un tercio de los lectores se definen como "intelectuales", y una proporción apenas menor corresponden, por su definición, a lectores "ávidos". Los lectores "light" representan apenas la mitad de los anteriores, mientras que uno de cada cinco lectores afirma que lee por obligaciones funcionales de la profesión o el estudio (Gráfico 3).



Los datos disponibles permiten reconstruir el perfil socio demográfico de los lectores y de los no lectores. Así, entre los lectores intensivos predominan los habitantes de la Capital Federal, las mujeres, los menores de 40 años y las personas de nivel económico social alto. En el otro extremo -el de los que no leen-, ocho de cada diez personas se domicilian en el conurbano; predominan los varones, los mayores de cuarenta años y los individuos de nivel económico social bajo (Cuadro 1).

Cuadro N°1

Intensidad de la lectura y tipo de lector
(Según zona, sexo, edad y Nivel Económico Social)

	Intensidad de lectura			Tipo de lector			
	Alta	Media y baja	No lector	Intelectual	Ávido	Light	Profesional

Zona	Capital	54	40	22	36	56	35	54
	G.B.A.	46	60	78	64	44	65	47

Sexo	Mujer	59	58	47	52	59	56	71
	Varon	41	42	53	48	41	44	29

Edad	16-25	24	24	13	17	25	28	33
	26-40	35	29	33	33	33	24	33
	41-60	23	33	33	25	28	33	29
	+ 60	18	14	21	25	14	15	5

N.E.S.	16-25	24	24	13	17	25	28	33
	26-40	35	29	33	33	33	24	33
	41-60	23	33	33	25	28	33	29
	+ 60	18	14	21	25	14	15	5

Entre los lectores, los tipos "ávido", "light" y "profesional" reclutan más mujeres que varones; sólo entre los lectores denominados "intelectuales" existe una distribución equilibrada según género. Por su parte, los lectores "profesionales" tienen un perfil muy nítido: la mayoría se domicilia en la Capital Federal, son mujeres, tienen menos de 40 años, y pertenecen al nivel económico social alto (Cuadro 1).

Lectura, trabajo y tiempo libre

De acuerdo al enfoque de esta investigación, es reduccionista considerar la lectura de libros sólo como una actividad del tiempo libre. Una visión amplia de la lectura permite, en cambio, comprobar que uno de cada cinco lectores desarrolla esta actividad por obligación, en virtud de requerimientos profesionales o de estudio. La consideración de la lectura en el contexto de la distribución del tiempo en un día típico (de la semana o del fin de semana) sirve, sin embargo, para conocer el lugar que se asigna a esta actividad en relación a otras posibilidades de trabajo o esparcimiento. El trabajo remunerado insume en promedio casi nueve horas del día de semana, y otro tipo de trabajos seis horas y media, durante el sábado o el domingo (Cuadro 2).

Cuadro N°2

Utilización del tiempo durante la semana

	Distribución de actividades	Promedio de horas general	Distribución del tiempo libre	Promedio de horas de tiempo libre
--	-----------------------------	---------------------------	-------------------------------	-----------------------------------

Dia de semana	Trabajo	8.98		
	Tiempo libre	4.34	Mirar T.V.	2.21
			Otras actividades	2.13
Tiempo de lectura (lectores)	1.79			

Dia de fin de semana	Trabajo	6.57		
	Tiempo libre	7.27		
	Tiempo de lectura (lectores)	1.86		

Actividades realizadas y preferidas durante el tiempo libre

Actividades que realiza		Actividades que le gustaría realizar	
Mirar T.V .	24 %	Pasear con la familia o amigos	21 %
Hacer trabajos en casa	24 %	Viajar	14 %
Pasear con la familia o amigos	14 %	Hacer trabajos en casa	13 %
Leer libros	9 %	Practicar deportes	10 %
Leer diarios y revistas	7 %	Mirar T.V .	9 %
Hacer deportes	6 %	Leer libros	9 %
Otras	16 %	Otras	24 %

Como lo anticipó el estudio cualitativo, el hábito de leer es una brecha abierta, no sin dificultad, entre el trabajo y otras actividades de esparcimiento. En promedio, la población del área metropolitana, dedica, como se dijo, casi 9 horas diarias al trabajo durante los días de semana, y dispone de algo más de 4 horas para actividades de tiempo libre. De acuerdo a los resultados, algo más de la mitad de ese tiempo es utilizado por la población general para mirar televisión. Entre los lectores, se plantea, adicionalmente, una disyuntiva entre la televisión y los libros: leen cerca de dos horas por día pero también, aunque menos que los no lectores, miran un rato la televisión.

Existe, es obvio, una relación entre televisión y lectura, cuyo sentido puede describirse, con el auxilio de la estadística, de este modo: a medida que desciende el interés por la lectura aumenta la cantidad de personas que pasan varias horas diarias mirando televisión. Así, una cuarta parte de los no lectores dedica más de tres horas por día a mirar televisión, mientras que en esa situación se encuentran solo el 8% de los lectores. Sin embargo, más significativo que este dato es el hecho, por demás evidente, que la televisión penetra la vida de lectores y no lectores de manera similar, restándole a los primeros páginas diarias de lectura, y a los demás la posibilidad de desarrollar actividades alternativas (Cuadro 3).

Cuadro N°3

Cantidad de horas diarias dedicadas a mirar televisión
(según intensidad de la lectura)

	Intensidad de lectura		
	Alta	Media y baja	No lee
Una hora o menos	39	27	30
Entre dos y tres horas	49	46	42
Entre tres y cuatro horas	5	13	17
Mas de cuatro horas	3	10	8
No mira T.V .	4	4	3
TOTAL	100	100	100

Base: Total de entrevistados

Como podía esperarse, la lectura habitual de diarios guarda una relación todavía más estrecha con la lectura de libros. Sólo una cuarta parte de la población del área metropolitana lee diarios todos los días, pero entre los lectores intensivos de libros esa proporción se eleva casi al 40%. A medida que decae la intensidad y el interés por la lectura descende también la frecuencia de lectura de diarios: la mayoría de los no lectores de libros, frecuentan el diario una vez por semana o menos, mientras que más del 60% de los lectores lo hace todos los días o varias veces por semana (Cuadro 4).

Cuadro N°4

Frecuencia de lectura de diarios
(Según intensidad de lectura de libros)

	Intensidad de lectura		
	Alta	Baja	No lee
Todos los días	37	27	18
Varias veces a la semana	25	24	20
Una vez a la semana	17	23	21
Varias veces al mes	4	7	11
Nunca o casi nunca	15	19	30
	2	-	-
TOTAL	100	100	100

Base: Total de entrevistados

Hábitos, actitudes y opiniones del lector

La investigación permite reconstruir una serie de hábitos básicos del lector. Se trata de conductas típicas, compartidas por la gran mayoría. En primer lugar, la lectura es una actividad del hogar: se lee en casa, por gusto, en momentos de tiempo libre, los días de semana o los fines de semana; el libro interesa sólo por el contenido de su texto, no como objeto, y después de leído se guarda en la biblioteca familiar, que no alberga más de cien volúmenes. La gran

mayoría de los lectores sabe lo que busca y es ordenado: elige los libros por propia iniciativa y los compra personalmente; prefiere, además, leerlos de a uno, desde el principio al fin, sin saltarse capítulos (Cuadro 5).

Cuadro N°5

Los diez hábitos más difundidos entre los lectores

Los lectores de libros...	%
Leen en su casa	89
Solo se interesan por el contenido de la lectura	87
Después de leer guardan el libro en su casa	79
Leen por gusto en momentos de tiempo libre	70
Compran ellos mismos los libros que leen	70
Leen en la semana o en el fin de semana indistintamente	67
Leen del principio al fin sin saltarse capítulos	66
Leyeron un libro el ultimo mes	64
Leen durante el año o en vacaciones indistintamente	59
Eligen los libros por propia iniciativa	57

Los libros técnicos y de texto, asociados a la lectura por obligación; y la literatura, las biografías y el material de divulgación, característicos de la lectura por placer, son los géneros más frecuentados por los lectores. Por su parte, los temas leídos con más frecuencia son historia, ciencias sociales, literatura, psicología y relaciones humanas, religión, autoayuda y política (Cuadros 6 y 7).

Cuadro N°6

Frecuencia de lectura según géneros

	Frecuen - temente	Esporádi - camente	Frec / Esp	No lee	NC	TOTAL
Libros de texto	31	24	55	44	1	100
Novelas y cuentos	29	40	69	30	1	100
Libros técnicos	21	17	39	61	1	100
Biografías	15	33	48	51	1	100
Divulgación	14	23	37	61	2	100
Libros de arte	8	21	29	70	1	100
Ensayos	8	20	28	71	1	100
Comics	5	9	14	85	1	100
Teatro/guiones de cine/TV	3	15	18	81	1	100

Base: Entrevistados que leyeron al menos una un libro en el ultimo año (n=289)

Frecuencia de lectura según temas

	Frecuen - temente	Esporádi - camente	Frec / Esp	No lee	NC	TOTAL
Historia	28	36	64	36	-	100
Ciencias sociales	20	30	50	50	-	100
Literatura/ficción	20	21	41	59	-	100
Psicología/relaciones humanas	20	21	41	58	1	100
Religión	17	19	26	64	-	100
Autoayuda	13	15	28	72	-	100
Política	13	23	36	64	-	100
Novela policial	12	23	35	65	-	100
Cuentos infantiles	12	16	28	72	-	100
Ciencia-ficción	12	20	32	68	-	100
Misterio/terror	11	15	26	73	1	100
Ciencias naturales	9	20	29	70	1	100
Computación	8	15	23	77	-	100
Empresas/marketing	8	9	17	83	-	100
Deportes	6	12	18	81	1	100
Decoración	5	16	21	79	-	100
<i>Hobbies</i>	5	11	16	84	-	100
Sexualidad/erotismo	3	13	16	83	1	100
Ocultismo	2	7	9	91	-	100

Base: Entrevistados que leyeron al menos un libro en el último año (n=289)

La visión del libro como objeto, por último, coincide con la obtenida en el estudio cualitativo. Los lectores comunes son pragmáticos, consideran al libro un soporte del texto, que es lo que realmente les interesa. Por ello, los atributos que se destacan son antes que nada los que facilitan la lectura y la manipulación durante el uso: tamaño normal, no pocket ; hojas cosidas y letras grandes. Si el libro tiene cubierta y tapa dura o no es algo indiferente para los lectores (Cuadro 8).

Cuadro N°8

Atributos formales que prefiere en relación a los libros

	Mucho/ Bastante	Mucho	Bastante	Lo mismo	Bastante	Mucho	Mucho/ Bastante	
Tapa dura	22	15	17	49	13	6	19	Tapa blanda
Tamaño normal	57	20	37	35	7	1	8	Pocket
Hojas cosidas	49	23	26	45	5	1	6	Hojas pegadas
Con cubierta	30	11	19	60	6	4	10	Sin cubierta
Letras grandes	57	28	29	41	2	-	2	Letras chicas

Base: Entrevistados que leyeron al menos un libro en el último año (n=289)

El juicio de los lectores es lapidario respecto a la información disponible acerca de libros y autores. En efecto, más del 70% considera que existe poca información acerca esos tópicos, y casi el 60% estima que la información disponible resulta insuficiente. Este dato debe relacionarse con otro que no se comentó hasta aquí: la poca frecuentación de los suplementos culturales de los diarios, donde se publica la información especializada (Cuadro 9). Otro elemento que corrobora el desencuentro del lector medio con la información, se explicita cuando los lectores que se guían por las sugerencias de otros para elegir los libros, revelan sus referencias: el 61% se orienta por la opinión de familiares o amigos, sólo 12% a través de las críticas publicadas en los diarios, y apenas 9% por la publicidad (Cuadro 10).

Cuadro N° 9

Lectura de suplementos culturales

	Si	No	TOTAL
Suplemento de Clarín	38	62	100
Suplemento de La Nación	10	90	100
Suplemento de Pagina 12	4	96	100
Suplemento de Ámbito Financiero	1	99	100
Suplemento de El Cronista	1	99	100

Base: Total de entrevistados

Frecuencia de lectura de suplementos culturales

	Todas las semanas	Algunas veces al mes	NS-NC	TOTAL
Suplemento de Pagina 12	58	35	7	100
Suplemento de Clarín	51	35	14	100
Suplemento de La Nación	42	48	10	100

Base: Entrevistados que leen esos suplementos culturales

Cuadro N°10

Opiniones que influyen en la elección de libros

	%
Familiares o amigos	61
Lectura de críticas de los diarios	12
Información a través de la publicidad	9
Asesoramiento en librerías	1
Programa "El Refugio de la cultura"	1
Otra	16
TOTAL	100

Base: Entrevistados que se forman por la opinión de otros (n=81)

Esta síntesis permite abordar, en un principio, la elaboración de políticas públicas de promoción de la lectura y el libro. Muestra un foco de atención: la incorporación del hábito se relaciona con experiencias tempranas, familiares pero también escolares, y pareciera que es allí donde debe fomentarse la adquisición del hábito. Más allá de las peculiaridades personales, el uso del tiempo libre es una marca de una determinada educación recibida.

Clarín.com » Edición Martes 24.06.2003 » Sociedad » Hábitos de lectura: la mujer compra y lee más libros que el hombre

CULTURA | EL PERFIL DEL LECTOR ARGENTINO

Hábitos de lectura: la mujer compra y lee más libros que el hombre

Surge de los análisis de mercado de las editoriales. Y aclaran que no sólo compra para ella sino también para su pareja y para regalar. Además, dicen que la gente aprovecha el fin de semana en su casa para leer, y que se prefiere el género periodístico y el de autoayuda.

Patricia Kolesnicov y Gabriel Giubellino

A veces pareciera que para saber cómo es un lector argentino basta con mirar una buena lista de los libros que se venden.

Llama la atención: si se mira la lista de **Cúspide** —una distribuidora grande que tiene nueve librerías en varias ciudades del país— en este momento el libro que más se está vendiendo es **Hermana Bernarda. 100 recetas**. Y el segundo, el tomo 2 de **Argentinos**, el libro de Jorge Lanata. Salvadas las diferencias —uno es un libro de cocina; el otro habla de historia— dos personajes que salen en televisión. A ver: ¿cómo es un lector argentino? La lista ayuda, pero no alcanza.

"Se supone —aporta Leonora Djament, editora de **Norma**— que **el 70% de los compradores son mujeres**. No compran sólo para ellas sino también para regalar y para los varones. Esto hizo que durante los últimos años se editara pensando en las mujeres como primer destinatario de los libros y, por lo tanto, se hicieran colecciones para mujeres".

La Encuesta Nacional de Lectura, realizada en 2001, muestra la misma tendencia y especifica que entre los lectores de libros "son mayoritarias las mujeres, la población **menor de 40 años** y los individuos de nivel económico y social **medio y alto**".

Pero esto no es todo. Hay formas de leer: "Los más educados y con mayor poder adquisitivo leen todo tipo de material y leen transgrediendo: salteado, consultando, descartando", escribe el sociólogo Eduardo Fidanza —director de Catterberg y Asociados, la consultora que hizo la Encuesta Nacional de Lectura— en un artículo del libro **El mundo de la edición de libros**.

"Es una actividad del hogar: se lee en casa, los fines de semana", agrega Fidanza. Y después de leer "en las clases medias y altas se guarda el libro en una biblioteca familiar, que no alberga, en promedio, más de cincuenta volúmenes. En los sectores bajos es inusual encontrar bibliotecas familiares: los libros se obtienen por préstamo y una vez leídos se devuelven o se cambian".

¿La lista de los más vendidos alcanza? No. "No todo lector compra libros —dice Djament—; los libros se prestan, se donan, se roban, se leen en las mismas librerías y no todo comprador lee lo que compra". Está estudiado: un 5 por ciento de los que compran libros lo hace como un **coleccionista**, para tenerlo ahí cerquita. O como una promesa, parecida a la de quienes compran queso descremado para empezar la dieta: habrá un mañana en que tenga tiempo y tenga ganas y acá estará el libro.

Es un saber común en el mundo editorial que los lectores que compran libros hoy en la Argentina **se llevan de las librerías muy poca ficción**: "Es una época —dice Alejandro Katz, director del Fondo de Cultura Económica en la Argentina— en la que hay que revisar conceptos con alta frecuencia: lo que era conocido ayer no lo es más hoy. Hay un lector que es el 'ciudadano', alguien que necesita estar en su lugar y en su tiempo y lo hace con énfasis. Tiene que entender dónde está parado para interactuar, para tomar decisiones morales, prácticas, estéticas, ideológicas... Ese es un consumidor de libros importante".

Ensayo, escritos de actualidad, libros periodísticos: eso es lo que se vende. Y se lo sigue comprando en librerías, aunque la venta en supermercados aumentó algunos puntos en los últimos años.

Los libreros, entonces, siguen siendo quienes tienen el cuerpo a cuerpo con los lectores. Aníbal Gómez del Valle, que desde 1980 está en **El Ave Fénix**, de Pueyrredón al 1700, tiene una **mala impresión**: "El ratón de biblioteca hoy es un bicho raro. Vivimos de los lectores de libros semitontos, los libros de autoayuda, cosas así. Si Susana Giménez o Mirtha Legrand hablan de un libro, enseguida se vende".

Pedro, un librero a la antigua de **Fausto**, de Corrientes, dice algo parecido: "Hemos visto una paralela decadencia de los libreros y de los lectores. Predomina el lector de medio tono, por ser benevolente, más pobre que el lector a la vieja usanza". Ese lector, dice, elige la "literatura circunstancial, periodística, la que no complica la vida, la que no tiene estilo, la que ves a los dos meses en la mesa de saldos".

Si Pedro es benevolente, a Federico todavía no lo ha suavizado el tiempo: "En un país que está un poco pavote, hay una tendencia a lo estándar. Si te preguntan, recomendás una rareza. Pero la gente prefiere ir a lo más sencillo".

El que no está para nada de acuerdo es Armando Belfi, de la Librería Santa Fe del shopping Alto Palermo. "Estamos en una época en que **hay más variedad de intereses**, y la gente está más avispada. Acá viene con copias de los suplementos de diarios locales y también de diarios españoles". Belfi apunta un tema importante en la vida de un lector: el tiempo. "La gente no tiene tiempo. Hay clientes que te lo dicen. Pero vienen acá, se tientan y compran para tener la pilita en la mesa de luz."

Los libreros hablan, claro, de la demanda. Pero cuando manda el mercado, la demanda va pegadita de la mano de la oferta. "El editor es un intérprete más o menos eficaz de la demanda", decía hace unos meses Fernando Estévez, gerente editorial de Alfaguara. Es decir: que las editoriales tratan de descifrar qué es lo que quieren leer los que leen y publicar eso. Pero, ojo, una editorial también tendrá que construirse una confiabilidad, un prestigio, una tradición con libros que quizá no le hagan ganar plata para que muchos de sus potenciales clientes luego confíen en lo que publican.

¿Son más tontos los lectores, como dicen algunos libreros? Difícil saberlo, en una industria que se ha concentrado y ha convertido los libros en un objeto perecedero: un título, si no resulta descolante en venta, **no estará exhibido más de un mes en librerías** e incluso será difícil de conseguir un año después del vinito de honor del día en que fue presentado en sociedad.

Se edita lo que se supone que la gente quiere y **se publicita lo que se editó**, claro. No se trata entonces solamente de tener el libro publicado: desde avisos hasta material de apoyo para las librerías —afiches, tapas gigantes—, las editoriales refuerzan aquellos libros que creen de venta masiva.

No es menor lo que pasa en librerías adentro. Dice Fidanza, en su artículo, que los jóvenes eligen las librerías grandes, muy iluminadas, informatizadas y hasta con algún lugarcito para tomar café. Los jóvenes, se entiende, son los jóvenes que son lectores: del total de la población, **el 55 por ciento nunca pisa una librería**.

¿Un libro es un regalo? ¿Algo que se elige, se da, se agradece y se guarda cerrado? Mmm, parece que no. "Libros para eventos —como regalo— compran casi solamente quienes compran libros habitualmente", dice Daniel Divinsky, el editor de **De la Flor**. "Una campaña de la Cámara del Libro hace tiempo, creo que para un Día del Padre o de la Madre aclaraba: 'Los libros son un regalo'".

"Hay muchos lectores que leen libros como un insumo para otras prácticas", dice Alejandro Katz, y piensa

en el estudiante que lee porque lo obliga la bibliografía de la materia y no lo haría por su cuenta. "Y está el lector con vocación estética: el que lo hace por la experiencia misma".

Mujeres, en su casa, compradoras en librerías, no ficción. Más o menos eso se diría si se pudiera cuantificar un lector. Pero se diría que el asunto es más complejo. "El editor imagina cosas, pero las imagina equivocándose", dice Katz. "El lector es mutante". Tampoco lo sabe —eso dice— Daniel Divinsky: "Aplicé siempre una 'crítica del gusto', en la suposición, otrora confirmada, hoy menos, de que habría 3.000 personas (hace años, ahora bastaría con 1.500) que compartirían mi gusto."

www.inforo.com.ar/noticias/encuesta_habitos_de_lectura_la_fundacion_el_libro_y_la_universidad_de_san_andres_realizaron_una_encuesta

ENCUESTA / HABITOS DE LECTURA: LA FUNDACION EL LIBRO Y LA UNIVERSIDAD DE SAN ANDRES REALIZARON UNA ENCUESTA

Encuesta sobre los hábitos de lectura

"Leer es un placer"

- La Fundación El Libro y la Universidad de San Andrés realizaron una encuesta sobre los hábitos de lectura para la 33.ª Feria Internacional del Libro de Buenos Aires

- Según la opinión de los encuestados, "leer por placer" es el principal motivo de la lectura de libros.

- Las personas consultadas también leen libros por estudio, formación, para informarse y por trabajo. La mayoría lee entre 1 y 5 libros por año.

- Sobre el total de encuestados, un 86% aseguró leer libros, un 80% también afirmó leer diarios y un 75% revistas de algún tipo.

- Las novelas, los libros de estudio- manuales y los clásicos, encabezan el ranking de los más leídos.

Buenos Aires, miércoles 16 de enero de 2008. - Antes y durante la pasada 33.^a Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, la Fundación El Libro y la Universidad de San Andrés realizaron una encuesta para conocer y analizar los hábitos de lectura de los residentes en la Ciudad de Buenos Aires (CABA) y el Gran Buenos Aires (GBA).

La encuesta fue realizada sobre una base total de mil personas, divididas en dos muestras. La primera fue tomada a más de quinientas personas de todas las edades en diversos puntos de CABA y GBA, fue completada con una segunda de quinientas personas consultadas durante la 33.^a Feria Internacional del Libro de Buenos Aires.

***** Leer es un Placer**

Un 86% del total de los consultados aseguró leer libros, un 80% leer diarios y un 75% revistas, de algún tipo. Un 13% dijo no leer libros, mientras que un 22% afirmó no leer ninguna clase de revistas y un 17% permanece ajeno a la lectura de diarios.

Entre las motivaciones para la lectura, los encuestados que leen libros, principalmente, lo hacen por placer (38%), por estudio- formación (33%), para informarse (14%) y por trabajo (10%). En tanto, los que no leen libros afirmaron que no son lectores porque no les gusta o los aburre (40%), por no tener tiempo (37%) y debido al costo de los mismos (12%), entre otras razones.

Las novelas, los libros de estudio-manuales y los clásicos, encabezan el ranking de los tipos de libros más leídos. Le siguen los libros para profesionales, de ensayos, de cuentos, de autoayuda, entre otros géneros literarios.

El 43% de las personas encuestadas que aseguraron leer libros, leen entre 1 y 5 ejemplares por año; mientras que un 30% de ellas lee entre 6 y 10 libros al año y un 25% más de 10 títulos.

***** Hábitos de Lectura**

DIARIOS

80% lee diarios *.

17% no lee diarios.

03% NS-NC.

Soporte

* 70% lee diarios en soporte papel y el 30% restante a través de la web.

REVISTAS

75% lee revistas.

22% no lee revistas.

03% NS-NC.

Tipos de revistas más leídas

30% Espectáculos.

20% Hobbies.

15% Culturales.

15% Especiales para el hombre y la mujer.

11% Profesionales- Económicas.

09% Otros tipos.

LIBROS

86% aseguró leer libros.

13% no lee libros.

01% NS-NC.

Cantidad de libros

43% de los consultados afirmó leer entre 1 y 5 ejemplares por año.

30% lee entre 6 y 10 libros anuales.

25% lee más de 10 libros por año.

02% NS-NC.

Tipos de libros más leídos

19% Novelas.

17% Estudio- Manuales.

12% Clásicos.

10% Profesionales.

09% Ensayo.

09% Cuentos.

08% Autoayuda.

07% Poesía.

06% Otros tipos.

02% Infantiles.

Tipos de géneros de novela más leídos

23% Policial.

22% Ciencia Ficción.

20% Románticos.

12% Humor.

23% Otros.

Tipos de géneros de cuento más leídos

28% Ciencia Ficción.

18% Románticos.

17% Policial.

13% Humor.

24% Otros.

Según franjas etarias

Entre 5 y 14 años, un 88% lee libros **.

Entre 15 y 25 años, un 88% lee libros.

Entre 26 y 40 años, un 85% lee libros.

Entre 41 y 65 años, un 85% lee libros.

Más de 65 años, un 81% lee libros.

** Los tipos de lectura de su preferencia son:

27% Libros de Estudio- Manuales.

20% Cuentos.

18% Novelas.

09% Infantiles.

09% Ensayo.
05% Autoayuda.
03% Clásicos.
03% Poesía.
03% Profesionales.
03% Otros.

Según nivel de estudios

Primario completo: 55% lee libros.
Secundario completo: 75% lee libros.
Terciario completo: 78% lee libros.
Universitario completo: 90% lee libros.
Postgrado completo: 100% lee libros.
Primario en curso: 100% lee libros.
Secundario en curso: 90% lee libros.
Terciario en curso: 57% lee libros.
Universitario en curso: 85% lee libros.
Postgrado en curso: 95% lee libros.

Causas y razones

Del 86% de los encuestados que aseguraron leer libros, afirmaron que lo hacen por los siguientes motivos:

38% Placer.
33% Estudio- Formación.
14% Para Informarse.
10% Trabajo.
05% Otros motivos.

Por su parte, el 13% de los encuestados que aseguraron no leer libros, dijeron que no leen por los siguientes motivos:

40% No le gusta- Aburre.
37% No tiene tiempo.
12% Por el elevado costo de los ejemplares.
04% Porque nunca leyó.
04% Porque piensa que no es una práctica interesante.
03% Otros motivos.

¿Cómo obtienen los libros...?

40% Compra los ejemplares.
27% Los pide prestados o se los regalan.
13% Los obtiene del colegio- universidad.
08% Los descarga de internet.
06% Los obtiene de la biblioteca pública.
04% De otras maneras.
02% NS-NC.

...Según franjas etarias

Entre 5 y 14 años: 40% los compra y 30% los pide prestado- regalo.

Entre 15 y 25 años: 40% los compra, 20% los pide prestado- regalo y 8% los obtiene de la biblioteca pública.

Entre 26 y 40 años: 40% los compra, 28% los pide prestado- regalo y 7% los obtiene de la biblioteca pública.

Entre 41 y 65 años: 35% los compra y 28% los pide prestado- regalo.

Más de 65 años: 50% los compra, 24% los pide prestado- regalo y 7% los obtiene de la biblioteca pública.

... Según nivel de estudios

Algo para destacar es que, independientemente del nivel de estudios de los consultados, el 40% compra los libros, mientras que un 28% los pide prestados o se los regalan.

El 21% de aquellos encuestados con nivel universitario en curso, dijo obtener los libros que lee del colegio- universidad. Mientras que un 20% de los que tienen Postgrado completo los obtiene en su lugar de estudio y un 20% de la biblioteca pública.

Otro dato interesante que se desprende del estudio, apunta que el 21% de los que cursan un Postgrado descargan los libros que leen a través de Internet, mientras que en el caso de los que cursan algún terciario ese porcentaje asciende a 27%. Los niveles de descarga web de libros digitales descienden considerablemente en el caso de los universitarios completos (13%) y de los que poseen primaria completa (14%).

Universo de la Encuesta

Total Encuestados: 1000 personas.

Detalle: 500 hombres y 500 mujeres, de todas las edades, residentes en CABA y GBA.

Año de realización de la encuesta: 2007.

Sobre la Fundación El Libro

La Fundación El Libro es una entidad civil sin fines de lucro. Está constituida por la Sociedad Argentina de Escritores, la Cámara Argentina del Libro, la Cámara Argentina de Publicaciones, el Sector Libros y Revistas de la Cámara Española de Comercio, la Federación Argentina de la Industria Gráfica y Afines y la Federación Argentina de Librerías, Papelerías y Afines. Tiene como objetivo la promoción del libro y el fomento del hábito de la lectura. Realiza la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, la Feria del Libro Infantil y Juvenil, otras ferias en las provincias, donaciones de libros a bibliotecas y escuelas de todo el país, organiza concursos y otorga premios en certámenes literarios y de cultura general.

<http://www.taringa.net/posts/info/1359251/Los-h%C3%A1bitos-de-lectura-tambi%C3%A9n-cambian.html>

Los hábitos de lectura también cambian

Mucha tele y pocos libros. Es la frase que sale, desde hace unos años, de la boca de especialistas y padres sobre los hábitos de los chicos y no tan chicos. Que los chicos, los adolescentes, miran mucha televisión y de libros... ni hablar.

Si esta cuestión ya genera polémica, "muchos pc y pocos libros" tampoco está ajena. Muchas horas frente a la pantalla de la computadora y los ojos rojos pero no por leer libros. Todo indica y parece ser que hay que leer más, como si fuera una obligación, una condición para ser más o menos culto, sin tener en cuenta como dijo la escritora Ana María Shua, que "la lectura es un placer, una diversión, una alegría, una adicción, un vicio, y ¡nunca un hábito!".



Sigamos. Hace un tiempo, una encuesta sobre este tema realizada en Argentina, reveló que la cantidad de tiempo que los jóvenes estudian es mínima: entre cero y dos horas durante el fin de semana y que hay un porcentaje alto de "consumidores pesados" de televisión: el 40% está frente a la pantalla más de tres horas por día. Por otra parte, en España, los niños dedican mucho tiempo a ver la televisión, siendo su principal actividad además de dormir. El promedio es de 22-25 horas semanales de TV, pero hay casas donde se ve una media de 6 horas diarias de televisión.



Sin embargo, Franco Vaccarini, subdirector de la revista de cuento latinoamericano Mil mamuts , aseguró en una entrevista que "hay mucha producción y se venden más libros, lo cual indicaría que hay más lectores que hace unos años. Esa afirmación de que cada vez se lee menos es absurda. ¿Se lee menos ahora que el 25 de mayo de 1810? ¿Menos que en la dictadura militar? ¿Menos que a principios del siglo XX, con altísimos niveles de analfabetos? La verdad es que ahora los chicos leen bastante más que cuando yo era chico, por ejemplo, en la década del 70".

El problema radica en pensar a los chicos y sus hábitos con la mirada puesta en el pasado. La generación que nació a partir de la década de los '80 (por poner un punto de referencia, claro, no es tan tajante), nació con la televisión, la computadora y el celular bajo el brazo. Su forma de pensar, ver y estar en el mundo es diferente. Esto significa que las formas de leer cambiaron y eso no significa que no lean.

Si se piensa el libro como un canal de formación y educación y se afirma que los chicos no leen, también puede tomarse a la televisión y a la pc como otro canal, mucho más ameno y cercano; que más allá de ser medios que ofrecen más entrenamiento, educan. En los medios digitales, y un poco más cerca de las ediciones impresas, para leer contamos con los ebooks. Aunque hay quienes creen que leer en pantalla es incómodo, se pueden imprimir.



Ante el análisis de los resultados de una encuesta mexicana sobre los índices de lectura entre los jóvenes, el investigador argentino Néstor García Canclini se preguntó: “¿Realmente los jóvenes leen menos o están leyendo en otros lugares, de otra manera y con fines distintos? ¿Qué valdría la pena que leyeran?”.

Tal como sostiene Canclini, hoy no existe un único modo de leer y es imposible analizar la lectura sin explorar cómo conviven la cultura letrada, la oral y la audiovisual. Los jóvenes usan la computadora para chatear, navegar y buscar información y estudiar, y esto requiere de la lectura y la escritura. Eso sí, tengamos en cuenta que no todo es tan bonito como parece y que, así como hay prácticas útiles hay otras que no tanto y todo depende del momento y de las necesidades de cada uno.



“El libro sigue siendo clave pues nos abre a la primera alfabetización, la que posibilita el acceso a la cultura escrita y a las múltiples escrituras que hoy conforman el mundo de la informática y lo audiovisual. Pero el joven de hoy está en contacto también con otras lecturas, escrituras en

los que se producen las decisiones que nos afectan”, sostiene con razón Martín Barbero, el famoso y reconocido filósofo español.

Hay que hablar, entonces, de una complementariedad. Lejos de oponer el libro a la televisión o a la computadora, hay que integrarlos porque los chicos leen de otra manera y desde allí analizar cómo leen y por qué, cuándo y cómo influye eso en sus actitudes.

Los hábitos vigentes de los lectores -internautas no perciben como separados a los textos, las imágenes y su digitalización. Su capacidad de lectura no se centra sólo en los libros, sino en las pantallas de la televisión y la computadora.

Fuente: <http://www.psicofxp.com/forums/articulos-de-literatura-e-historia.518/772332-los-habitos-de-lectura-tambien-cambian.html>

Clarín 21/08/1008

Buscan que los alumnos lean en voz alta de cinco a quince minutos por día

Se trata del Programa de Lectura en Voz Alta, destinado a todas las escuelas públicas y privadas, desde jardín de infantes hasta el nivel de adultos y superior.

Por: [Graciela Gioberchio](#)

“Queremos que este camino hacia el libro entusiasme a los alumnos a seguir leyendo”, dijo Margarita Eggerlan, directora del Plan Nacional de Lectura a Clarín.com.

Notas de los diarios que despierten la curiosidad; libros de escritores argentinos, latinoamericanos y universales; libros que los papás tenían de

cuando eran chicos; libros que los mismos chicos quieren llevar a clase para compartir con sus compañeros. La propuesta es leer, y en voz alta. ¿Para qué? Para emocionarse, imaginar, conocer más; para organizar los conocimientos y razonar; para que los chicos "escuchen leer".

Hoy las 44.000 escuelas del país comenzarán a recibir los cuadernillos de sugerencias elaborados por el Ministerio de Educación de la Nación. Se trata del Programa de Lectura en Voz Alta, destinado a todas las escuelas públicas y privadas, desde jardín de infantes hasta el nivel de adultos y superior.

"Les pedimos a los docentes que todos los días, antes de empezar las tareas de la jornada, destinen entre 5 y 15 minutos a la lectura de un cuento, un capítulo de una novela o la noticia sobre un hallazgo arqueológico", explica a Clarín Margarita Eggers Lan, directora del Plan Nacional de Lectura 2008.

La idea es que, antes de que los chicos saquen los útiles de la mochila, se genere el clima apropiado para que el docente, el profesor de Física o de Naturales (no necesariamente tiene que ser el de Lengua o Literatura) empiecen la clase leyendo. Se puede invitar a leer al portero, al cocinero o al director de la escuela. También a los papás y abuelos. El mensaje es que la lectura es un tema de toda la comunidad educativa.

"La iniciativa cuenta con el aval del Consejo Federal de Educación, que en los próximos días gestionará en cada ministerio provincial una norma con carácter prescriptivo", afirma Eggers Lan.

"La lectura tiene que volver a las escuelas, hay que recuperar esta práctica que sistemáticamente durante años fue considerada peligrosa y luego las resoluciones la borraron de los planes de estudio", señala la escritora Graciela Bialek, especialista en promoción de la lectura y la literatura infantil.

Para captar la atención de los chicos y hacer que el momento sea placentero para todos, "la voz lectora" deberá tener en cuenta algunas estrategias, como, por ejemplo, leer en voz alta previamente el texto (es que no todos son adecuados, es cuestión de probar) y buscar la entonación justa. Se sugiere, además, que al menos un 70% de las lecturas sean literarias y un 30% periodísticas y que no deben tener moralejas ni contenidos religiosos, teniendo en cuenta el carácter laico de la educación.

Algo más: evitar el uso de fotocopias. "Nada mejor que ver, tocar y sostener en las manos un libro. No son para tenerlos guardados por miedo a que se rompan; cuanto más ajeados, mejor", acota Bialek.

En vacaciones / Cómo no olvidarse de los libros

Consejos para enseñar a leer por placer

Lejos de la escuela, es útil respetar los gustos de los chicos, leerles en voz alta y usar historietas, el cine e Internet como estímulos

LA NACION

Sábado 3 de enero de 2009 | **Publicado en edición impresa**

Los padres que fueron criados con las historias de Julio Verne y María Elena Walsh no entienden cómo sus hijos pueden preferir una pantalla a un libro a la hora de divertirse. Muchos chicos hoy perciben los libros como material escolar y el rol de los padres es construir la idea de una lectura placentera.

Leerles en voz alta desde la niñez, ayudar a los hijos a encontrar libros adaptados a sus intereses y no presionarlos a leer lo que no les gusta son algunos de los consejos dados por especialistas contactados por LA NACION. Durante las vacaciones, los chicos no tienen contacto con los libros escolares y es el período ideal para ayudarlos a desarrollar sus hábitos de lectura.

Inés Dussel, investigadora del área de Educación de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso), explica que en los tiempos de

Internet no es difícil convencer a un chico de que lea si se le ofrece algo interesante. "Uno lee todo el tiempo cuando circula por Internet; hay un desplazamiento desde el libro, como objeto físico que vinculaba a la lectura, hacia otras modalidades de lectura", explicó.

A la hora de buscar informaciones y diversión, muchas veces los chicos prefieren respuestas más rápidas, como la televisión, la PlayStation o Internet. El escritor Pablo De Santis habla del "carácter de urgencia y de las respuestas inmediatas" de esos medios en comparación con los libros "pacientes y que siempre pueden esperar".

Los padres pueden instituir la lectura como parte de la rutina de sus hijos desde que son pequeños. "Leer en voz alta todas las noches a sus niños es una de las acciones más importantes que un padre pueda realizar para ayudarlos a que se conviertan en lectores", aconseja Patricia Mejalelaty, directora de la Fundación Leer, una ONG que promueve el rol de la lectura y del acceso a los libros. Tener un momento dedicado a la lectura, por ejemplo antes de dormir, es un hábito que los chicos reproducen como lectores autónomos.

Otra época, otras lecturas

Cuando un padre regala libros a sus hijos, tiene que buscar material adecuado a los intereses y *hobbies* de los niños. Además, es necesario respetar sus preferencias, aunque no sean las mismas que las del padre.

"Que vayan a una librería o a una biblioteca junto con sus hijos y que les dejen recorrer las estanterías, que les den tiempo para elegir. ¡Que aceptan estas elecciones y que las respeten!", dijo Mejalelaty.

Muchos padres tratan de imponer a los hijos las lecturas que les gustaron en la infancia sin darse cuenta de las diferencias de intereses. "Entre padres e hijos se levanta ese muro de Berlín: la época", dijo de Santis.

Para desarrollar la autonomía del chico lector, es, además, importante dedicarles un lugar para sus libros, que tenga una biblioteca suya elaborada con sus gustos. El chico, al elegir un libro, se identificará siempre más con una edición adaptada a sus gustos, y los editores, conscientes de eso, publican nuevamente los clásicos. La editorial Andrés Bello reeditó *La vuelta al mundo en 80 días* y *El mago de Oz*, adaptados a los chicos.

El escritor Mempo Giardinelli habla de la "inolvidabilidad" de los libros que nos acompañan toda la vida, por lo que estimulan cuando se es niño. Sin embargo, cree que no hay que presionar a los niños a la lectura. "Que nadie diga: '¿Hay que leer?'", explicó el escritor.

"Cuanto menos insistentes nos pongamos en el asunto de obligarlos a la lectura, los chicos elegirán sus recorridos con más libertad", dijo Gustavo Bombini, ex coordinador del Plan de Lectura del Ministerio de Educación, al observar el fenómeno de millones de niños convertidos en lectores gracias a Harry Potter.

Saskia Rothschild

Claves

- **Aprovechar las vacaciones.** Es un momento en el que la lectura se separa de la imagen escolar que tiene durante el año.
- **Buscar libros vinculados con los intereses de los chicos.** Llevarlos a la librería y dejarlos elegir solos lo que les gusta. Nunca obligarlos a leer o a terminar un libro si no quieren.
- **Tener un lugar para los libros.** Crear en la casa un espacio para que el chico tenga su biblioteca propia, según sus gustos.
- **Pensar que los tiempos cambian.** Los libros que gustaron a los padres no son necesariamente los que van a gustar a sus hijos.
- **Compartir la lectura.** Desde pequeños, leerles antes de dormir en voz alta.
- **Tener aliados.** Más que los consejos de los padres, las sugerencias de gente de edad cercana a la de los chicos (como hermanos mayores o primos) pueden ser persuasivas

Un argentino gasta apenas unos \$ 22 por año en libros

La cifra está por debajo de lo que se invierte en Brasil, Chile, México y Colombia

Noticias de [Cultura](#): anterior | siguiente

Sábado 31 de octubre de 2009 | **Publicado en edición impresa**

LA NACION

Un argentino gasta en promedio seis dólares por año en libros. Ello equivale a poco más de 22 pesos, lo que alcanza para adquirir un libro muy económico, pero está muy lejos de lo que hoy cuesta un *best seller*, una novela, un ensayo o un texto escolar.

En ese contexto, América latina es la región del mundo en que menos se gasta en libros: en 2008, sólo el 4,14% de las ventas de libros en el mundo correspondió al continente. Las ventas totales fueron de US\$ 4772 millones; de ellos, el 70% correspondió a Brasil.

En ese país, un habitante invierte en promedio US\$ 19 por año en la compra de libros, mientras que en Chile un ciudadano consume de su presupuesto US\$ 11 en la adquisición de libros de ficción, no ficción y textos educativos. El promedio de gasto en libros por habitante en México es de ocho dólares y sólo Venezuela, de los países latinoamericanos más representativos, está por debajo de la Argentina.

Un informe de la consultora internacional PricewaterhouseCoopers, realizado en Estados Unidos y Canadá, Europa, Medio Oriente y Africa, obtuvo estas conclusiones, que coinciden con las impresiones de un observador avezado del mercado mundial y a la vez dejan varias preguntas abiertas. ¿Los datos de compra de libros transmiten también una relación con los índices de lectura? ¿Cómo será la inversión en la región en el futuro cuando irrumpa el libro electrónico?

Sobre un mercado que en 2008 alcanzó los US\$ 115.266 millones por ventas de libros de todo tipo -ensayo, ficción, texto escolar en todos sus niveles-, el grueso de las ventas totales se registró en Europa, Medio Oriente y Africa, con el 43,63%; América del Norte -EEUU. y Canadá-, con el 28,28%, y Asia Pacífico, con el 23,97 por ciento. La región Medio Oriente y Africa sólo comprende Israel, Arabia Saudita y Sudáfrica, según el informe.

No se compra, pero se lee

En Francia, el promedio anual de gasto en libros por persona es de US\$ 144, mientras que en Israel es de 139 dólares. Los italianos, españoles y alemanes invierten por año en libros entre US\$ 110 y 114, y los británicos, 107 dólares.

Consultada por LA NACION, la librera Natu Poblet dijo que "no hay que confundir compra de libros e índices de lectura. En la Argentina hay mucha gente que saca libros en préstamo de bibliotecas. Y también hay amigos que prestan libros y otra

gente que acude a leer a las librerías, donde hay muchas ofertas. Vengo de España, donde hay un boom de compra de libros y discos, porque en la crisis la gente compra libros y discos. Eso no significa que aumente el nivel de lectura".

Para Margarita Eggers Lan, directora del Plan Nacional de Lectura del Ministerio de Educación, "si estos datos del informe son tan reales, no se entiende que en la Argentina se publiquen 22.000 novedades editoriales por año y las librerías roten 1600 títulos por mes. ¿Cómo puede darse este panorama si la gente no lee?". Comprar libros y leer no son equivalentes, según Eggers Lan. "A fines de 2007, las industrias culturales de exportación representaron el 2,98% del PBI. El 70% de esa cifra fue de exportación de libros."

Para Eggers Lan, de larga trayectoria en la promoción de la lectura, "la industria editorial supera en su participación del PBI a las industrias del calzado y del tejido. En parte, las cosas también se vinculan con el papel que el Estado juega en la compra de libros. En las bibliotecas escolares hemos relevado ya una base de entre 2500 a 4000 títulos. Hay algunas que llegan a los 9000. El 33,5% de los adolescentes leen libros que sacan prestados de las bibliotecas".

El ex rector de la UBA Guillermo Jaim Etcheverry coincidió con el análisis de Eggers Lan y Poblet, en el sentido de que la compra de libros no refleja índices reales de lectura.

"Es sorprendente el dato de Brasil", dijo Jaim Etcheverry. "¿Cómo puede ser que, con 180 millones de habitantes, un ciudadano gaste un promedio de US\$ 19 en compra de libros? Es evidente que el Estado juega un rol fundamental. El dato de que sólo el 4,14% del volumen total de ventas de libros en el mundo se hace en América latina muestra una asimetría cultural muy grande que es necesario revertir."

Un dato curioso del informe es que no considera el mercado de libros electrónicos porque, según dice, no tiene un desarrollo significativo en América latina. Por lo que parece, según PricewaterhouseCoopers, nada indica que el libro en papel vaya a desaparecer en breve, por lo menos entre los latinoamericanos.

La proyección para la región es que hasta 2010 la cifra de ventas caerá un 3 por ciento. Pero, a partir de 2011, irá creciendo a razón de un 6,6 por ciento. En ese año, Buenos Aires será Capital Mundial del Libro, declarada por la Unesco.

En cifras

- **Tope del ránking:** en Estados Unidos, el gasto total en libros fue en 2008 de US\$ 30.945 millones.
- **Segundo lugar:** le sigue en ventas China, con US\$ 10.250 millones. Por la elevada población, la inversión por persona por año es de apenas ocho dólares.

- **Perspectivas:** la venta de libros en el área de Asia Pacífico será la que más crecerá hasta 2013.
- **E-books:** los libros electrónicos totalizaron ventas por US\$ 1,1 millones en 2008, el 0,9% del total, pero tienen mejores perspectivas de crecimiento que los libros en papel.