

ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE LECTURA DE LOS UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES

Autores:

**ELISA LARRAÑAGA
SANTIAGO YUBERO
PEDRO C. CERRILLO**

CEPLI

CENTRO DE ESTUDIOS DE PROMOCIÓN
DE LA LECTURA Y LITERATURA INFANTIL



UCLM



© De los autores

© FUNDACIÓN SM

Joaquín Turina 39 - 28044 Madrid

Tel. 91 428 65 53

www.fundacion-sm.com

ISBN: 978-84-675-2439-0

Depósito legal: M-44110-2008

Editor: SM

Impreso en España / *Printed in Spain*

Imprenta: Huertas Industrias Gráficas, S.A.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
1. EL VALOR DE LA LECTURA	11
1. Una visión psicosocial de la lectura	15
2. Adquisición y desarrollo del hábito lector	16
3. El papel del contexto en el aprendizaje	17
4. De la lectura al hábito lector	18
2. ESTUDIOS SOBRE HÁBITOS LECTORES	21
3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	27
1. Dimensiones e indicadores	29
2. Organización del texto	29
4. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	31
1. Instrumentos de medida	34
2. Análisis del cuestionario	34
3. Medida del hábito lector	35
5. LOS HÁBITOS LECTORES DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS	39
1. Comportamiento lector	41
2. Otras actividades de lectura	51
3. Acceso a la lectura	57
4. Motivación lectora	70
5. Percepción lectora	81
6. Patrones de lectura	83
7. Resumen	113
6. LOS HÁBITOS LECTORES DE LOS FUTUROS EDUCADORES ..	117
1. La lectura en los estudiantes de Magisterio	119
2. Hábito lector y contexto universitario	121
3. Resumen	125
7. CONCLUSIONES	127
8. BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA	132
ANEXO I: Cuestionario	134

INTRODUCCIÓN

Los datos sobre la lectura en España no son demasiado tranquilizadores. Se lee poco y, además, el último Informe PISA refuerza la idea de que nuestros niveles de comprensión lectora no están entre los primeros de Europa. El auge de las nuevas tecnologías, en una sociedad cada vez más ideográfica, no ayuda a afianzar el hábito lector. La formación del lector, que implica la educación del placer de leer, suele aparecer como un objetivo secundario, aunque se pregone socialmente a los cuatro vientos la necesidad de la lectura. Dentro de la familia se conoce la importancia que tienen los primeros años para el acercamiento del niño a la lectura, pero no terminan de generalizarse las pautas y las acciones adecuadas para que se dé un encuentro eficaz entre el niño y los libros.

La escuela, por su parte, es reconocida como uno de los lugares donde más se trabajan los distintos aspectos relacionados con la lectura, pero los profesores plantean frecuentes quejas sobre la falta de motivación lectora de sus alumnos y las dificultades que esto conlleva para el aprendizaje.

En cuanto a las bibliotecas, su labor cada día es más importante, pero existen limitaciones con respecto al número de usuarios en proporción a la población general y a la dotación de recursos materiales y humanos especializados. Además, se necesita un mayor desarrollo de las bibliotecas escolares, que deben dotarse de especialistas y de los medios necesarios.

Con respecto a los alumnos que llegan a la universidad, se entiende que ya deberían haber adquirido el hábito lector, por lo que esta institución elude toda la responsabilidad en este proceso. Sin embargo, esto no es del todo cierto y los alumnos universitarios, aunque ofrecen unos niveles de lectura más elevados que los del resto de la población, presentan algunos índices preocupantes, sobre todo si se tiene en cuenta que un buen número de ellos se está formando como profesional que, en un futuro próximo, tendrá entre sus objetivos el fomento de la lectura.

El *Informe del Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros* (2007), confirma que, mientras casi la mitad de la población española no lee, la cifra de lectores en el ámbito universitario se aproxima a un 85%. En este mismo informe, realizado anualmente por la *Federación de Gremios de Editores de España*, se afirma que «el factor más influyente en el hábito de lectura es la formación académica». A continuación se exponen algunos de los datos de este informe, en el que pueden comprobarse los diferentes porcentajes en el hábito lector de las distintas categorías en las que se ha dividido la población (Tabla I).

Tabla 1: Porcentajes de lectura según el nivel de estudios y la ocupación (*)

	Lector frecuente	Lector Ocasional	No Lector
Estudios Primarios	22.2	13.0	64.8
Estudios Secundarios	46.5	19.7	33.8
Estudios Universitarios	68.9	15.6	15.5
Ocupados	45.6	16.9	37.5
Estudiantes	64.4	23.4	22.3
Ama de casa	32.0	15.5	52.4
Jubilados	25.2	9.6	65.2
Parados	39.6	13.4	47.0

* Datos del Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros del 2007

El interés de nuestro estudio radica en conocer las características particulares de los hábitos lectores de los estudiantes universitarios. No obstante, una dificultad para abordar este análisis es la inclusión, bajo un mismo concepto de lectura, de una gran variedad de prácticas realizadas por estas personas dentro de su actividad como estudiantes: lectura de apuntes, lectura de artículos, lectura de información en Internet, lectura de capítulos o libros vinculados con su formación, y lectura voluntaria de carácter ocioso. Por ello, debemos pensar que buena parte de su índice lector se refiere a una lectura instrumental, dirigida al estudio y a la información, pero que puede carecer de la base que se requiere para hablar de hábito lector. Sin duda, una cuestión a tener en cuenta en las personas con estudios universitarios, aunque parezca paradójico, es que muchas de ellas carecen de interés por la lectura, de manera que, aunque han leído mucho en su vida, la lectura para ellos no resulta atractiva, más allá de ser un mero instrumento de aprendizaje. Se trata de lectores instrumentales, que descifran perfectamente el lenguaje escrito para acceder a la información, pero que ni leen de forma habitual, ni la lectura forma parte de su tiempo de ocio.

Y es que, para ser lector, se requiere querer leer y hacerlo de forma voluntaria y placentera. La lectura ha de formar parte del estilo de vida, entendiendo este como un conjunto de pautas de conducta y hábitos cotidianos, basados en las preferencias y necesidades del individuo y en los que se reflejan los valores del contexto socio-cultural. Por ello, para analizar la lectura como práctica de vida, es imprescindible realizar un análisis psicológico y social, más allá de contabilizar el número de horas

o el número de libros que se leen, que nos permitirá abarcar la complejidad de los procesos implicados en el comportamiento lector.

Debemos entender que ser lector no es lo mismo que saber leer. Para pasar de un concepto al otro es imprescindible un proceso de aprendizaje, en el que la socialización juega un papel relevante. En la medida en que la lectura constituye también un fenómeno social, el estudio de las imágenes construidas socialmente del libro y del lector se convierte en elemento de máxima relevancia. Estos procesos nos llevan a encontrarnos con sujetos universitarios que tratan de mostrar una imagen de lector que no se corresponde con sus índices de lectura real. Hemos definido a estos estudiantes como «falsos lectores». De manera que se construye esta categoría a partir de las contradicciones que produce en los alumnos universitarios tener la necesidad de mostrarse como lectores, cuando no han sido capaces de construir a lo largo de su vida unos hábitos lectores estables.

La información que hemos recogido en este estudio se ha conseguido a partir de la aplicación de cuestionarios que ya habían sido utilizados en otras investigaciones sobre hábitos lectores desarrolladas en el CEPLI (Centro de Estudios para la Promoción de la Lectura y la Literatura Infantil) de la Universidad de Castilla-La Mancha). En ellos se recoge información sobre la frecuencia y el volumen lector, centrándose básicamente en la lectura voluntaria y en las formas de acceso a los libros, la motivación lectora, el gusto por la lectura, su percepción del nivel lector y la relación personal que se ha establecido con la lectura.

1

**EL VALOR
DE LA LECTURA**

El objetivo prioritario de la educación es facilitar que los ciudadanos adquieran las competencias sociales imprescindibles para adaptarse a la sociedad. Sabemos que leer y escribir se encuentran entre estas competencias, pero una cuestión importante es saber si, realmente, en nuestra cultura se considera también el hábito lector como una competencia social necesaria.

Vivimos en la «Sociedad del currículo» (Zaid, 1996), en la que nos especializamos asistiendo a cursos, conferencias, congresos... y en la que leer parece que nos quita tiempo, si no sirve para realizar un aprendizaje específico, una forma de obtener títulos y certificados. La búsqueda del éxito nada tiene que ver con la lectura, pero sí con el consumo. La lectura de ocio puede llegar a convertirse en una actividad, fundamentalmente, para personas desocupadas (enfermos, jubilados, amas de casa,...). Se ha perdido, en cierta medida, el significado social de la lectura. Leer ya no es un gesto social de cultura (Montes, 2000). El valor social en nuestra cultura está en la economía y los medios de comunicación nos venden modelos de farándula enfrascados en consumos y hedonismo. Los lectores no son modelos sociales a seguir; sin embargo, un hogar con libros sigue siendo un lugar más distinguido. La existencia en el domicilio de una biblioteca constituye una marca social. Quizá por ello, muchos políticos, escritores y actores eligen fotografiarse para los medios de comunicación delante de estanterías repletas de libros. Podríamos decir que, socialmente, se produce una cierta contradicción entre el prestigio de la lectura y la poca relevancia que se le concede al lector.

Por otra parte, hasta hace unos años la lectura era la única vía de acceso a la información, pero su importancia ha ido decayendo con la aparición de las tecnologías audiovisuales. La televisión consigue distraernos sin exigirnos ninguna implicación ni esfuerzo. Es la gran narradora de historias, lo que la convierte en una competidora de la lectura. Cerrillo (1995, 10) describe la situación como una «competencia desleal y despiadada». Pero el problema, posiblemente, no está en las tecnologías, sino en el entorno social. Contreras (2002) pone de manifiesto la contradicción social existente respecto a la lectura:

Todo el mundo habla mal de la televisión y bien de los libros, pero lo cierto es que la televisión está encendida durante todo el día y cada vez hay menos tiempo para leer.

Nuestra sociedad es la «sociedad de la información». Somos bombardeados continuamente por nuevos datos, que provienen de las más variadas fuentes. Pero información no es lo mismo que conocimiento. La información tiene carácter externo e inerte, pudiéndose acumular y automatizar rápidamente; mientras que el conocimiento es interiorizado, estructurado, solo se puede adquirir lentamente y conduce a la ac-

ción. El conocimiento solo pertenece a los seres humanos y la llave de acceso es la lectura (Millán, 2001). Además, la información no es nada si no se integra y se asimila, y para ello son imprescindibles las habilidades lectoras. Las diferencias personales no están ya en saber o no saber leer, sino en qué, cómo y por qué se lee. Adler (1996) acuñó el término «analfabetismos funcionales del libro» para referirse a los lectores que realizan una lectura fraccionada, leyendo solo determinados fragmentos o capítulos. Muchos de estos lectores no profundizan en los textos, realizando una lectura superficial. Para dar cabida a las consecuencias de este tipo de lectura se acuñó el término «alfabetismo funcional» (Londoño, 1990), de dudosa relevancia para el interés de la lectura pero de elevado impacto social. Así, se considera alfabetizada a la persona que puede realizar un uso meramente funcional del lenguaje escrito, aunque no vaya más allá de la lectura de un anuncio, de los horarios de los trenes o de las instrucciones de montaje de un juguete. La crítica, el pensamiento personal o disfrutar con la lectura quedan relegados a un segundo plano.

El porqué se lee nos lleva a diferenciar con claridad la lectura instrumental, que se hace para obtener información (aprender, estudiar o saber el funcionamiento de un objeto), de la lectura ociosa, que se realiza de forma voluntaria y que forma parte de nuestro estilo de vida.

Uno de los grandes cambios producidos en nuestra sociedad es el incremento, cuantitativo y cualitativo, del tiempo de ocio. Ello ha desarrollado una cultura que potencia el consumo. De hecho, la cultura de la sociedad actual ha transformado el consumo en una forma de vida y de expresión social. Uno de sus reflejos en la lectura ha sido la aparición de lectores con intención social de consumo. Bajo el mecanismo de usar y tirar, la «lectura-masa» devora *best-sellers* por el simple hecho de consumir libros, sin que se realice un proceso de selección y de construcción personal (Gil Calvo, 2001). En esta sociedad de lo efímero y de lo transitorio se pueden encontrar autores ensalzados por pertenecer al mundo de la farándula o libros oportunistas, que carecen del más mínimo interés cuando pasan unos pocos meses.

A los lectores nos resulta difícil pensar en un estilo de vida sin lectura, pues nos parece algo tan necesario que puede llegar a resultar imposible creer que a una persona no le gusten los libros. Pero es así: hay muchas personas para las que leer no forma parte de lo cotidiano, para los que la lectura no significa nada, incluso, para los que leer resulta una pesada carga. Quizás la clave esté en que no podemos aceptar lo que no hemos llegado a conocer. Ante ello, seguramente, la primera medida que se ha de tomar en la promoción a la lectura sea que todos los niños puedan conocer lo que es una experiencia lectora gratificante. En este sentido, para que la promoción a la lectura resulte eficaz debe darse compromiso, entusiasmo, información, formación y contacto continuo. Sin embargo, muchas de las acciones de promoción de la lectura no tienen continuidad y se realizan bajo presupuestos de superficialidad.

En general, las decisiones políticas en relación con la falta de lectores siguen mirando a la institución escolar y buscando las soluciones en los cambios educativos en esta institución, como si todo el marco educativo fuera la escuela. Además, con el agravante de no dotarla de los apoyos humanos, materiales y económicos necesari-

rios. Muchos colegios siguen careciendo de una biblioteca escolar funcional, con personal especializado que organice las actividades, mientras que la biblioteca del aula depende de la voluntariedad del profesor y de sus aportaciones personales y las de los alumnos. En numerosas ocasiones, en contextos escolares y bibliotecas, la promoción de la lectura se orienta hacia una animación lectora, reducida a una intervención puntual, sin continuación en el tiempo. La mayoría de los niños celebra las actividades de animación en la escuela, pero muchas veces son acciones con carácter transitorio, que en algunos casos pasan sin dejar huella.

Por su parte, los medios de comunicación apenas dedican atención al libro y a la lectura, más allá de espacios minoritarios. No existen modelos mediáticos de lectores a los que puedan seguir los jóvenes. Más bien al contrario, los modelos ofrecidos y muchos de los personajes alzados a la fama son gente de farándula, que pueden mostrar abiertamente su desprecio por la lectura y el conocimiento, que se adscriben claramente hacia los ocios fáciles y el éxito sin esfuerzo.

Es muy difícil encajar la actividad voluntaria de leer en un contexto formal definido por la obligatoriedad de los comportamientos. «La lectura se alimenta a sí misma» (Albanell, 2002, 12). Por eso, lo mejor que se puede hacer para fomentar la lectura es leer y hacerlo con gusto.

No hay ningún secreto para despertar el gusto por la lectura. Solo hay que abrir un libro que contenga un texto poderoso y leer en voz alta. No se precisa nada más, todo es tan sencillo como beber agua (Fernández Paz, 2002, 85).

Además, como señalaba Pennac (1993), también debemos respetar «el derecho a no leer». La lectura ha de ser una decisión personal, aunque nosotros solo debemos preocuparnos de ser capaces de acercar el libro al niño, para tratar de construir una relación placentera. Sin ninguna duda, leer no es un deber, es un derecho (Machado, 2002).

1. UNA VISIÓN PSICOSOCIAL DE LA LECTURA

La persona se construye dentro de una estructura social determinada, en una red de relaciones sociales establecida a través de procesos de interacción, con una ideología y dentro de una cultura que le otorga los contenidos con los cuales se fundamentan la visión y el conocimiento de sí mismo, de los otros, de los objetos sociales, de las relaciones entre ellos y de la propia realidad.

En cuanto a la lectura, se concibe como una actividad dinámica de interacción del sujeto con el texto, que lleva implícitas una serie de actividades cognitivas. Este proceso supone la puesta en marcha de conocimientos previos, que actúan como marco referencial en el que se van a ir insertando los nuevos aprendizajes motivados por el texto. En este sentido, el hábito lector se revela como un factor importante en la configuración de la personalidad y en la adaptación sociocultural.

Para que una persona se implique en el desarrollo de su hábito lector, es necesario que interprete la lectura como un hecho cultural relevante y como una destreza individual importante, de manera que el marco referencial que da significado a la lec-

tura se define, básicamente, en términos culturales y no individuales. Por ello, que el lenguaje escrito y la lectura sean relevantes para el sujeto dependerá, en gran medida, de la comunidad de referencia. A través de la interacción social, los sujetos desarrollan los sistemas de representación interna del mundo que los rodea, también los vinculados con el área de la cultura escrita. Una comunidad alfabetizada facilitará el desarrollo de las competencias lectoras y la lectura constituirá un conocimiento socialmente valorado.

La lectura, que forma parte de la vida social y cultural de nuestra sociedad, es social por dos motivos: primero, por el valor que socialmente se le atribuye y, segundo, porque el lenguaje escrito necesita insertarse de forma adecuada en la cultura del entorno. En nuestro contexto actual, la lengua escrita forma parte del conjunto de habilidades sociales normativizadas y se constituye en requisito básico para estar adaptado culturalmente. Su importancia radica en que es una de las claves para participar en nuestra cultura y en nuestra sociedad.

Es preciso apoyarse en los referentes socioculturales para realizar una interpretación del hecho lector (Clemente y Domínguez, 1999). Por ello, la lectura no puede analizarse solamente desde variables individuales. Es imprescindible realizar su análisis en función del contexto donde se ubica el individuo. Además, el hábito lector se educa, surge del proceso de socialización, lo que lo convierte en un problema, esencialmente, social.

Entendemos el proceso lector como una situación de interacción social entre el libro y la persona. En ella se entrecruzan la visión que el lector tiene de sí mismo y la imagen que se tiene del libro, como objeto social. Esta imagen de la lectura atraerá al sujeto hacia ella o lo distanciará. Del mismo modo, en función de la percepción que se tenga del lector, la persona podrá activar todos los mecanismos cognitivos implicados para conseguir su desarrollo como lector o, por el contrario, conformarse con una lectura superficial y dirigir sus intereses hacia otras áreas. Este proceso resulta fundamental, porque orienta la conducta lectora y facilita los procesos de atribución que ayudarán al lector a justificar sus comportamientos en relación con la lectura.

2. ADQUISICIÓN Y DESARROLLO DEL HÁBITO LECTOR

Como ya se ha señalado, se entiende el acto lector como una actividad dinámica de interacción del sujeto con el texto. Este hecho le da un carácter social, ya que la lectura siempre tiene lugar en contextos sociales culturalmente organizados, con fines tanto personales como sociales. La lectura se inserta en nuestra vida en función de los patrones de acción rutinarios, que se llevan a cabo en la interacción, de acuerdo a la significación social que esa actividad tiene para nosotros mismos y para el entorno sociocultural. Por ello, el desarrollo de la lectura implica el aprendizaje del conjunto organizado de prácticas culturales, que incluyen la utilización del material escrito, la motivación y los objetivos vinculados a esa actividad. Siendo la motivación una parte intrínseca de la lectura, el niño podrá apropiarse de ella observando a los otros leer y compartiendo sus objetivos. La falta de motivación y la ausencia de metas en la tarea pueden justificar el desinterés por la lectura.

La lectura no se debe mandar, sino ofrecer. Motivar la lectura no es ejercitar de manera mecánica la técnica lectora, sino conseguir que los lectores la empleen como proceso comunicativo, que aprendan a usar los libros como páginas llenas de mensajes que podemos interpretar y poner en conexión con nuestra experiencia.

Saber leer no equivale a ser lector. Llevar a cabo un acto de lectura requiere, además de saber leer, querer leer. Ser lector habitual conlleva hacer de la lectura un hábito. Así, una conducta se convierte en habitual cuando entra a formar parte del repertorio cotidiano conductual del sujeto, de su propio estilo de vida.

Para ello, es preciso la repetición de la conducta en distintos contextos estimulantes, hasta provocar la realización motivada de la acción. Tendemos a repetir la conducta y esa repetición genera un hábito si se dan encuentros placenteros. El acceso a la lectura debe producirse sin presiones, en un ambiente relajado y compartido. La motivación para leer se deriva de la inmersión de los niños en el mundo de los libros, cuando pueden compartir sus experiencias sobre lo que están leyendo con otras personas y cuando se relacionan con adultos a los que les gusta leer. La disponibilidad de diálogo sobre las experiencias lectoras es un elemento definitorio de la afición por la lectura.

Sin embargo, si la lectura no es una práctica habitual entre sus iguales, leer y disfrutar de la lectura puede resultar para los niños una actividad arriesgada, en cuanto que supone entrar en conflicto con las costumbres y con los valores del grupo (Cerrillo, Larrañaga y Yubero, 2002). Y es que, sin ninguna duda, el mundo socio-cultural en el que estamos inmersos ofrece alternativas de ocio que requieren menos esfuerzo cognitivo que la lectura y que pueden resultar altamente motivadoras para el individuo y para la identidad del grupo.

El problema radica en cómo producir los acercamientos a la lectura. En crear la asociación placentera con el libro y, por supuesto, en mantener la relación a un buen nivel de satisfacción personal, sin que se pierda el encanto y la expectativa positiva hacia un texto. La mayor desmotivación se produce por los malos encuentros, por las lecturas no aceptadas, no deseadas, no buscadas personalmente; en definitiva, por la lectura obligatoria que se realiza en contra de la voluntad del lector y que puede producir una reacción de rechazo hacia la lectura.

3. EL PAPEL DEL CONTEXTO EN EL APRENDIZAJE

Hasta no hace muchos años, la adquisición de la lectura era considerada como un compendio de factores madurativos de tipo general (sensoriales, orgánicos y psicológicos, como atención, memoria, inteligencia...) y específicos de carácter personal (percepción y discriminación auditiva y visual, orientación espacio-temporal...). La concepción actual le concede una mayor complejidad, ya que se considera que no solo influyen factores de tipo individual, sino que se reconoce también la influencia de las personas y de los contextos en el desarrollo de la lectura.

Desde nuestro punto de vista, la adquisición lectora es un camino que hay que recorrer teniendo muy en cuenta las variables de carácter social. El acercamiento a

la lectura no se produce de forma espontánea: es el contexto el que debe facilitar el encuentro.

Es imprescindible que el entorno donde se encuentra el niño valore el tiempo de lectura y sean ellos mismos sujetos lectores, que puedan actuar como modelos de lectura. Es imposible llegar a ser un buen lector si no se lee, y es difícil dedicar tiempo voluntario a la lectura en un contexto social donde el tiempo de ocio se construye con opciones distintas a la lectura. Por supuesto, no se llega a ser lector de un día para otro, requiere dedicación y motivación, dos ingredientes que en la sociedad actual no se potencian demasiado.

Por otra parte, resulta complicado para un niño realizar una tarea que los adultos de su entorno más próximo no realizan y, seguramente, tampoco valoran. Ahí es donde adquiere relevancia la escuela y, básicamente, el maestro como mediador de la lectura. Para los niños que no han establecido el proceso de prealfabetización lectora en la familia, la escuela constituye el primer contexto lector con el que se encuentran. Pero no acaba ahí su influencia: es necesaria una actuación continua a lo largo de toda la infancia, siendo relevante el papel del contexto escolar sobre la actividad lectora de todo el período de la infancia. La influencia del maestro se encuentra también en su papel como modelo social para los niños, siendo importante su propia conducta lectora en la acción educativa que lleva a cabo.

4. DE LA LECTURA AL HÁBITO LECTOR

Presentar la lectura como actividad imprescindible, seguramente sea erróneo. Muchas personas no leen y no parece que les pase nada. Lo importante es transmitir que leer es conveniente y altamente satisfactorio. La meta no es leer para devorar libros, sino disfrutar de la lectura como actividad intrínsecamente motivadora. La lectura infantil tiene que ser lectura sin propósito externo. Si el placer está en el resultado de acabar el libro, por haber leído uno más y ganar a los compañeros, sin interesarse por los personajes o por el argumento, la lectura se acabará cuando desaparezca la competencia, ya que la acción en sí no supone un refuerzo. El objetivo para crear hábitos lectores debe ser el que la lectura se convierta en un placer, primando la gratitud y la libertad de la acción, sin la preocupación de tener que competir, de ser evaluado.

Es habitual pasar de los primeros encuentros lectores conjuntos, llenos de emotividad y complicidad entre el niño y sus padres, a una situación de aislamiento del niño con el libro, cuando inicia su aprendizaje lector, debiendo enfrentarse a textos que son difíciles de descifrar para él. Si los elementos lúdicos y emocionales desaparecen, el cambio que percibe el niño no es positivo (Bettelheim y Zelan, 1998). La actividad lectora perderá la emotividad y se quedará solo en la esfera cognitiva.

Sin embargo, algunos programas de enseñanza se centran en la funcionalidad de la lectura, en el libro como instrumento de aprendizaje, lo que contribuye a considerarla como una tarea escolar, ajena a la vida cotidiana y alejada de la libertad de leer.

Es imprescindible crear entornos en los que leer y escribir sean actividades cotidianas. Para fomentar el hábito lector, es necesaria una lectura interpretativa y crítica: ofrecer no solo libros, sino la posibilidad de comentar las lecturas, aprendiendo a reflexionar y a opinar, además de implicarse emocionalmente en el texto. Pero el niño necesita ayuda para llegar a esa reflexión, que ha de ser también una reflexión social, no exclusivamente literaria o estética. Ver a un adulto leyendo y escribiendo es la situación didáctica más relevante para lograr estas habilidades, sobre todo si el adulto que realiza todo este proceso es «significativo» para el niño. Este es el caso de modelado que define la Teoría del Aprendizaje Social (Bandura, 1982), donde se plantea que las conductas de imitación pueden ocurrir sin la necesidad de un refuerzo directo, basta con que el observador vea que su modelo es recompensado al realizar ese comportamiento.

Para lograrlo, es imprescindible cumplir como primera condición que el modelo sea lector, para poder transmitir y compartir el placer de la lectura. El camino es largo, nos hacemos lectores con el paso del tiempo, a través de experiencias lectoras placenteras. Cuantas más experiencias ofrezcamos de acercamiento a la lectura, más posibilidades tendrá el aprendiz de convertirse en lector. Una vez creada la inclinación favorable hacia la lectura, esta podrá realizarse con mayor o menor intensidad en una época determinada de la vida, pero la actividad lectora volverá a producirse, aunque se haya suspendido temporalmente.

Sin duda, el proceso de adquisición de los hábitos lectores es un proceso complejo, costoso de adquirir y en el que influyen factores individuales y sociales. No consiste solo en enseñar a leer en los primeros años y proporcionarle libros durante la infancia. El proceso es más laborioso, tiene muchos más ingredientes, entre ellos los valores familiares, escolares y sociales de la lectura. El niño tiene que asumir que la actividad lectora es un recurso socialmente útil y que los libros se utilizan para el fin que se han creado: disfrutar de la lectura.

2

**ESTUDIOS SOBRE
HÁBITOS LECTORES**

Los estudios sobre hábitos lectores inciden en los datos sobre el consumo de lectura, respondiendo a sondeos de opinión y centrándose, principalmente, en la lectura de libros. Suelen estar orientados a recabar información sobre frecuencia, afición y criterios de lectura del sujeto encuestado. Una limitación de estos estudios, metodológica y conceptual, se produce cuando se reducen a una simple descripción, sin realizar una explotación estadística de los datos. Además, su significación depende de la perspectiva de lectura que se adopte en el diseño de la encuesta. Con respecto a los datos, pueden presentar un sesgo relacionado con el grado de veracidad de las respuestas del entrevistado y el criterio subjetivo que marca el sujeto al contestar, no siendo totalmente equiparables las valoraciones entre las muestras de estudio. Por ello, debe tenerse en cuenta la variación en función del grupo cultural, la procedencia social o el estatus, y recoger también información sobre contextos como la familia, el trabajo o la comunidad, que aseguren una representación adecuada de la población de estudio.

Las primeras encuestas sobre hábitos lectores fueron impulsadas por las editoriales que, como productores y vendedores de libros, mostraron interés por conocer el perfil del posible lector, considerándolo como un potencial comprador de libros. La primera encuesta de hábitos lectores se realizó en España en 1964, aunque los primeros datos a nivel nacional proceden de la década de los 70. A partir de 1970 se inició una nueva etapa en la que se realizaron grandes encuestas estatales sobre el comportamiento cultural de los españoles, con el objetivo de establecer medidas políticas. Algunos de estos estudios fueron: *Instituto Nacional de Estadística (1974)*, *Instituto Nacional de Estadística (1976)*, *Ministerio de Cultura (1978)* en colaboración con el INE, *Ministerio de Cultura (1980)*, *Ministerio de Cultura (1983)*, *Ministerio de Cultura (1985)*, *Ministerio de Cultura (1986)*, *Ministerio de Asuntos Sociales/Instituto de la Juventud (1988)*, *Ministerio de Cultura (1991)*.

A partir de 1990 entramos en una etapa diferente, donde se modifica la forma de elaborar los estudios y comienzan a hacerse análisis más específicos. Se plantean tres perspectivas en el estudio de la cultura: los equipamientos, los consumos culturales y los hábitos culturales. En este último apartado se incluyen los estudios sobre lectura. La segmentación producida hace factible un estudio más pormenorizado, pero lleva a una reducción de las muestras de estudio, que incide sobre la generalización de los resultados.

En el campo de la lectura la iniciativa es del sector privado, a través de fundaciones, sociedades sin ánimo de lucro, grupos editoriales, gabinetes y empresas de investigación sociológica. En algunos casos, sus estudios son sufragados por el Estado, aunque en la mayoría de las ocasiones responden a criterios privados de búsqueda de estrategia de venta y preferencias de consumo. En esta época se dan estu-

dios como los de *Fuinca* (1993), *Cires* (1994), *Instituto Demaskopie* (1994), *Eurodoxa* (1994) y *Tábula V* (1998), en el que, a instancias de la Confederación General del Libro, Archivos y Bibliotecas del Ministerio de Educación y Cultura, se realiza un estudio sobre hábitos y actitudes lectoras, orientado hacia los lectores potenciales, planteando los problemas de la situación social de la lectura: crisis de la lectura entre la juventud y homogeneización de los comportamientos culturales.

A partir del año 2000 se produce un nuevo punto de inflexión en los estudios sobre hábitos lectores. La incapacidad de una fracción significativa de sujetos para desenvolverse con las herramientas alfabéticas, genera la puesta en marcha de estudios estadísticos, que tratan de conocer el fenómeno y analizar su dimensión. Así, la *Federación de Gremios de Editores* viene realizando anualmente, desde el año 2000, el estudio sobre los hábitos de lectura y compra de libros, patrocinado por el *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte*, a cargo de la empresa *Precisa Research*. El objetivo del *Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros* es analizar el comportamiento de los ciudadanos españoles mayores de 14 años, en materia de lectura y otros hábitos culturales. Desde su inicio, el informe se ha ido ampliando con diferentes aspectos de la lectura, hasta incorporar resultados en distintos apartados: hábitos de lectura, dotación de libros en el hogar, hábitos de compra, bibliotecas, Internet, lectura y medios audiovisuales y lectura en menores hasta los 13 años.

Un análisis de los estudios realizados nos permite observar que los criterios utilizados para definir al lector han sido diferentes. Entre los más frecuentes nos encontramos: umbral mínimo de lectura, frecuencia del acto lector y afición a leer.

- El *umbral mínimo de lectura* se suele situar en un libro al año, aunque también se ha empleado como criterio leer tres libros por año o estar leyendo un libro en el momento de realizar la encuesta.
- La *frecuencia del acto lector* se ha considerado como baremo en distintos períodos de tiempo: al menos una vez en los últimos tres meses, leer de vez en cuando, haber leído un libro en el último año, haber leído como mínimo quince minutos el último día festivo anterior al pase de la encuesta.
- La *afición a la lectura* depende de la definición de los distintos niveles de respuesta y de las propias apreciaciones del entrevistado.

Respecto a los estudios realizados, unos se centran en los hábitos de lectura, otros en la conducta de compra, y otros realizan un análisis conjunto. En cuanto a la lectura, unos se ocupan de la lectura a través de las bibliotecas, otros de la lectura privada y otros extienden el estudio a la lectura sobre diferentes soportes.

En líneas generales, se pueden señalar cuatro problemas básicos en los estudios realizados:

- 1) La diversidad de planteamientos y perspectivas de los estudios, de modo que es difícil disponer de indicadores similares entre ellos.
- 2) La significación atribuida a los indicadores de lectura y, en ocasiones, la escasa explicación de los datos obtenidos, lo que dificulta la comparación entre ellos.

- 3) Algunos resultados se presentan descontextualizados, sin vincularlos a su significación sociocultural y sin tener en cuenta los indicadores empleados en las encuestas anteriores, lo que dificulta el contraste entre los distintos resultados.
- 4) Dificultades de acceso a los resultados.

Para este estudio que presentamos, como es lógico, hemos revisado los distintos planteamientos de las investigaciones que se han mencionado anteriormente, así como un compendio de los diferentes indicadores de lectura que se han utilizado en ellos. Además, realizamos una comparación de nuestros datos con los obtenidos en el último informe sobre el *Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros* (2007).

3

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1. DIMENSIONES E INDICADORES

Los estudios realizados previamente sobre los hábitos lectores nos permiten delimitar cinco dimensiones generales de análisis, que resultan de interés para conocer los hábitos lectores. A su vez, en cada una de ellas se han establecido distintos indicadores sobre los aspectos concretos, que se abordan en cada dimensión.

Cuadro 1: Dimensiones e indicadores

Comportamiento lector	Dedicación a la lectura voluntaria Tiempo de lectura a la semana Número de libros leídos en el último año Lectura actual Últimos libros leídos Libros y autores más leídos
Otras actividades lectoras	Lectura de prensa Empleo de Internet
Acceso a la lectura	Compra de libros Acceso a los libros por obsequio Préstamo de libros por amigos Préstamo bibliotecario
Motivación	Motivos de lectura Motivos de compra Justificación para no leer más Gusto por la lectura
Percepción lectora	Relación con la lectura Valoración del nivel lector

2. ORGANIZACIÓN DEL TEXTO

Se han estudiado los hábitos lectores de la población universitaria española, tratando de conocer específicamente los hábitos lectores de los futuros profesionales de la educación, que participarán en la construcción del hábito lector de las siguientes generaciones. Por este motivo, en la muestra se ha seleccionado un número importante de alumnos de la carrera de Magisterio.

En la primera parte se recogen los datos globales de los estudiantes universitarios, con el objetivo de conocer su comportamiento lector y la motivación que dirige su conducta, así como la propia percepción lectora. El estudio de los datos se ha realizado analizando la muestra global, con posteriores segmentaciones para profundizar en su conocimiento. Al igual que realizan los estudios estadísticos del Ministerio de Cultura, la primera variable de análisis será el tiempo que dedican a la lectura voluntaria, agrupando los sujetos en tres grupos de estudio, según su frecuencia lectora: lectores frecuentes, lectores ocasionales y no lectores. De esta manera, la frecuencia lectora se constituirá en una variable de análisis, que nos permitirá estudiar la distribución de las demás variables de nuestro estudio.

También estudiaremos la distribución de las variables en función del sexo, ya que en todos los estudios llevados a cabo por el Ministerio de Cultura se encuentran diferencias entre ellos, en dirección positiva hacia las mujeres. El informe del tercer trimestre del 2007 cifra la diferencia en 5 puntos (59.6% de mujeres lectoras, un 54.4% de los hombres). Aunque, en el mismo informe, se afirma que a mayor nivel de estudios las diferencias entre hombres y mujeres se reducen.

Los resultados del *Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros*, llevados a cabo por *Precisa* en los años 2003, 2004 y 2005, presentaban la información sobre los alumnos, diferenciando entre universitarios medios y universitarios superiores. En todos los casos, los índices de lectura eran mayores en los estudiantes de licenciaturas (83.8%, 85.5% y 86.8% frente a 72.9%, 83.6% y 81.4% de estudiantes de diplomaturas, respectivamente para cada año). Para poder profundizar en la existencia o no de diferencias, en nuestro estudio se presenta también la segmentación en función de si realizan estudios de diplomatura (o ingeniería técnica) o estudios de licenciatura (o ingeniería superior). Para completar y concretar esta información, se analizarán también los resultados en función de la agrupación de estudios por áreas.

Posteriormente, contrastaremos nuestros resultados con los datos del barómetro de 2007 sobre *Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España*. Este informe ha sido realizado por la empresa Conecta Research & Consulting por encargo de la Federación de Gremios de Editores de España, con el patrocinio de la Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas del Ministerio de Cultura. Los resultados se encuentran en la página web de la FGEE. Hemos realizado los contrastes en función de nuestras dimensiones de estudio, analizando los indicadores que están presentes en la encuesta nacional. Para ello, hemos ido ajustando los valores de nuestro trabajo a los valores de respuesta de la encuesta de la FGEE y elaborando las bases de estudio comunes a las que presenta el informe nacional para cada uno de los datos que conforman el contraste de comparación (en unos casos sólo lectores, o compradores de libros, usuarios de biblioteca...). Para realizar el estudio comparativo de los resultados nacionales con los resultados de nuestro estudio, hemos tomado como referencia dos grupos de análisis de la base nacional, los estudiantes y los universitarios, por ser ambas las categorías en las que se adscriben los sujetos de nuestro estudio, cumplen la doble condición de ser estudiantes universitarios.

El tercer punto de desarrollo de esta primera parte está constituido por el estudio del perfil del lector universitario. Para ello, emplearemos como medida correctora el cruce de la información de la frecuencia y de la intensidad de lectura. A partir de este dato, se crearán los grupos de hábito lector, diferenciando entre lector habitual, lector ocasional, no lector y falso lector, entendiendo el falso lector como el sujeto que no presenta una información concordante en las dos fuentes de información, ya que el sujeto está falseando su imagen en una u otra variable de estudio.

En la segunda parte se presentan los resultados de los estudiantes universitarios de Magisterio, como futuros formadores de los hábitos lectores de sus alumnos en el ámbito escolar. Se estudia la distribución de las variables en función del hábito lector y del sexo.

4

**METODOLOGÍA
DE INVESTIGACIÓN**

Como ya hemos mencionado anteriormente, el estudio se ha estructurado en dos fases.

En la *primera fase* se analiza la distribución de los datos tomados globalmente, segmentando la muestra en función de su conducta lectora, que define a los sujetos como lectores y no lectores.

En la *segunda fase* el estudio se centra en conocer los comportamientos lectores de los futuros maestros, ya que son unos de los mediadores principales en la creación de los hábitos lectores de la población.

La recogida de datos se ha realizado siguiendo la técnica de encuesta, para la que se ha elaborado un cuestionario escrito, que ha sido cumplimentado de forma individual por los sujetos del estudio (Anexo I). En todos los casos, el cuestionario fue administrado por un profesor del centro y presentado como material de base para la obtención de información para esta investigación. A los sujetos se les concedía para completar todas las preguntas tanto tiempo como necesitaran. El tiempo medio para completar el cuestionario fue de unos veinte minutos.

En el estudio han participado doce universidades públicas españolas, seleccionando una muestra de forma aleatoria dentro de cada universidad. El objetivo de la selección era garantizar la presencia de las diversas carreras, con representación de distintos grados educativos, aunque se ha concedido un mayor peso a los estudiantes de Magisterio. En total han participado 2.175 alumnos universitarios, de los que 1.277 son estudiantes de Magisterio en sus distintas especialidades.

La muestra queda estructurada de la siguiente forma:

Tabla 1		%
Estudios que cursan	Magisterio	58.7
	Psicología/Pedagogía	8.3
	Sociales	6.2
	Ingeniería	5.0
	Filología	5.4
	Humanidades	6.3
	Trabajo Social/Educación Social	5.8
	Enfermería	1.8
	Derecho	2.4

		%
Universidad de procedencia	Universidad de Barcelona	6.1
	Universidad de Almería	8.7
	Universidad del País Vasco	9.2
	Universidad de Valencia	6.3
	Universidad de Valladolid	6.3
	Universidad de Castilla-La Mancha	15.5
	Universidad Autónoma de Madrid	9.5
	Universidad de Extremadura	7.3
	Universidad de Granada	8.9
	Universidad de León	6.5
	Universidad de Murcia	8.6
Universidad de Granada	6.9	
Edades	18/19 años	24.4
	20 años	21.9
	21 años	14.9
	22 años	10.3
	23/24 años	14.4
	+ 25 años	14.1
Género	Hombre	30.4
	Mujer*	69.6

*El 75% de los alumnos de Magisterio son mujeres.

1. INSTRUMENTOS DE MEDIDA

Se ha empleado una versión simplificada del *Cuestionario de Hábitos de Lectura* (Larrañaga, 2004), que ya ha sido utilizado en distintos estudios elaborados por el Centro de Estudios para la Promoción de la Lectura y la Literatura Infantil (CE-PLI), sobre los niveles de lectura de los estudiantes universitarios y la influencia de las variables psicosociales en la formación de sus hábitos lectores (Yubero, Larrañaga, Cerrillo, 2004). En este cuestionario se recoge información sobre el tiempo de dedicación a la lectura, el número de libros leídos en el último año, los últimos libros leídos, la motivación lectora, la lectura de prensa, la conducta de compra, el préstamo y el obsequio de libros, así como la utilización de las bibliotecas. Para la elaboración del cuestionario se han tomado como referencia las encuestas utilizadas por los estudios de *Tábula V* (1998) y de *Precisa* (2000-2006), en las que se evalúan los hábitos lectores de la población española.

2. ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO

El cuestionario utilizado consta de preguntas abiertas y cerradas, con escala de respuesta, tanto a nivel nominal, como cuantitativo.

Extraídas las variables valoradas con una escala de medida cuantitativa, queda una prueba de 12 elementos, que alcanza una fiabilidad del 82%. Los valores co-

rrelacionales de cada elemento con el total de la escala indican una baja relación del comportamiento lector con el empleo de Internet (0.104) y con la lectura de prensa (0.116). También obtienen valores bajos el préstamo bibliotecario (0.303) y el préstamo entre amigos (0.357). Las demás variables se sitúan por encima de .500. La escala aumenta su fiabilidad, con un Alfa de Crombach 0.852, cuando se eliminan los items relacionados con la lectura de prensa y el acceso a Internet. Este hecho puede entenderse como que estos tipos de lectura representan una realidad distinta a la lectura voluntaria de libros, un tanto alejadas de hábito lector. Aún así, para confirmar el lugar que ocupan estas variables en el constructo general de medida, se llevó a cabo un análisis factorial del cuestionario. Los resultados confirman la hipótesis de partida, quedando la lectura de prensa y el acceso a Internet como variables exclusivas de un segundo factor, que explica solo el 9.658% de la varianza, confirmando que se trata, en mayor medida, de lecturas de acceso a la información. Estos resultados nos han llevado a considerar de forma diferencial la lectura de prensa y el acceso a Internet, considerándolas «otras actividades lectoras». Dejando fuera estos elementos, y las dos opciones de préstamo (que presentan bajas saturaciones), el análisis factorial satura en un único factor que explica el 54.07% de la varianza (Tabla II).

Tabla 2: Análisis factorial

Frecuencia de lectura de libros	.693
Número de libros leídos	.788
Gusto por la lectura	.829
Tiempo de lectura semanal	.809
Relación con la lectura	.700
Nivel lector	.646
Compra de libros	.747
Libros que le han regalado	.648

Como puede observarse, la variable con más peso es el «gusto por la lectura», destacando la relevancia de la motivación intrínseca en el comportamiento lector. A continuación figuran las variables que se han empleado de forma clásica para la medida del comportamiento lector: el tiempo de lectura semanal, el número de libros leídos en el último año y la compra de libros. Del mismo modo, se deben tener en cuenta, por su implicación en el hábito lector, variables de tipo perceptivo, como la relación con la lectura o la propia evaluación del nivel lector.

3. MEDIDA DEL HÁBITO LECTOR

Como medida de lectura, algunos estudios utilizan el tiempo dedicado a la lectura voluntaria (Eurodoxa y Precisa) y otros el número de libros leídos durante el último año (Tábula V). Nosotros hemos considerado que, tal vez, el mejor criterio para obtener una medida más fiable del comportamiento lector y establecer categorías de estudio en función del hábito lector, resultaría de cruzar ambas variables y trabajar-

las conjuntamente. El motivo de ello era intentar conocer aquellos casos en los que el valor de ambas variables no coincide y se comprueba que no se corresponden los datos procedentes de las dos fuentes. Este mismo cruce de información ha sido llevado a cabo en los últimos informes de Precisa.

El siguiente paso fue decidir qué criterios utilizábamos para definir a un sujeto como lector, ya que en los estudios anteriores se han utilizado diferentes criterios. Con respecto a la frecuencia lectora, se han utilizado: «haber leído en los tres últimos meses» (Ministerio de Cultura, 1978), «leer al menos una vez al mes» (CIRES, 1992), «estar leyendo algún libro» en el momento de registrar la información (Tábula V, 1998), «leer de vez en cuando» (Ministerio de Cultura, 1985). En cuanto a la variable del número de libros leídos, los criterios oscilan desde un libro al año (Martín Serrano, 1980; Demaskopie, 1994), hasta cinco libros al año (Tábula V, 1998). En la variable del tiempo dedicado a la lectura voluntaria, se adoptó el criterio utilizado en los estudios de Precisa, que considera «no lector» a los sujetos incluidos en las dos primeras categorías de respuesta de la variable de frecuencia de lectura voluntaria (nunca y casi nunca), «lector ocasional» al que lee un rato de vez en cuando (al trimestre o al mes), y las dos restantes categorías (una o dos veces a la semana y todos o casi todos los días) constituyen el «lector frecuente».

La medida cuantitativa utilizada es una medida explícita, preguntando directamente a los sujetos la información sobre el comportamiento lector que llevan a cabo. Esto supone que no es difícil falsear la información y crear una imagen distinta a la real.

A nivel social, existe una imagen positiva del lector, más acentuada en el caso de estudiantes universitarios, a los que socialmente se les presupone como lectores. Esta situación, un tanto contradictoria cuando no se es lector, puede llevar a tratar de distorsionar, a veces de forma no intencionada, la propia imagen como lector, aunque realmente no se lleve a cabo una conducta lectora habitual. Esta situación supone un sesgo en la medida adoptada, tradicionalmente, para la conducta lectora. Dos problemas se han estudiado y se ha comprobado que tienen gran significación en las medidas de autoinforme, con respecto a las respuestas del sujeto: la deseabilidad social y el autoengaño.

En la situación de deseabilidad social (Echebarría y Páez, 1989), el sujeto intenta mostrar una actitud y comportamientos favorables ante la audiencia (en este caso ante el entrevistador) con respecto a su nivel lector, por lo que puede llegar a falsear sus respuestas hasta acercarlas a lo deseable.

En cuanto al autoengaño, es posible que los sujetos se nieguen a aceptar un déficit actitudinal con respecto a la lectura, a la que ellos saben que se considera socialmente imprescindible para los alumnos universitarios. Este autoengaño puede guardar relación con el concepto de autoestima, dentro de la categoría grupal a la que pertenecen como alumnos universitarios. Negar el hábito lector puede, en parte, «descategorizar» a la persona como universitario y, en este caso, lo más saludable para su autoestima es rebajar los criterios para alcanzar el nivel de lector y de sus propias

actitudes con respecto a la lectura. Tal vez no se trate tanto de engañar al investigador como, sencillamente, de mentirse a sí mismos. Lo que podíamos plantearnos es si el autoengaño es consciente o se trata de un proceso más o menos automático. Sin duda, la clave se encuentra en el control que sobre sus respuestas tiene el sujeto, que en este caso es alto, ya que la encuesta les ofrece la posibilidad de orientar su respuesta en un sentido u otro.

Por todo ello, hemos optado por incluir en este estudio una medida correctiva, empleando conjuntamente dos entradas de información, lo que nos posibilita ofrecer datos de lectura más fiables.

5

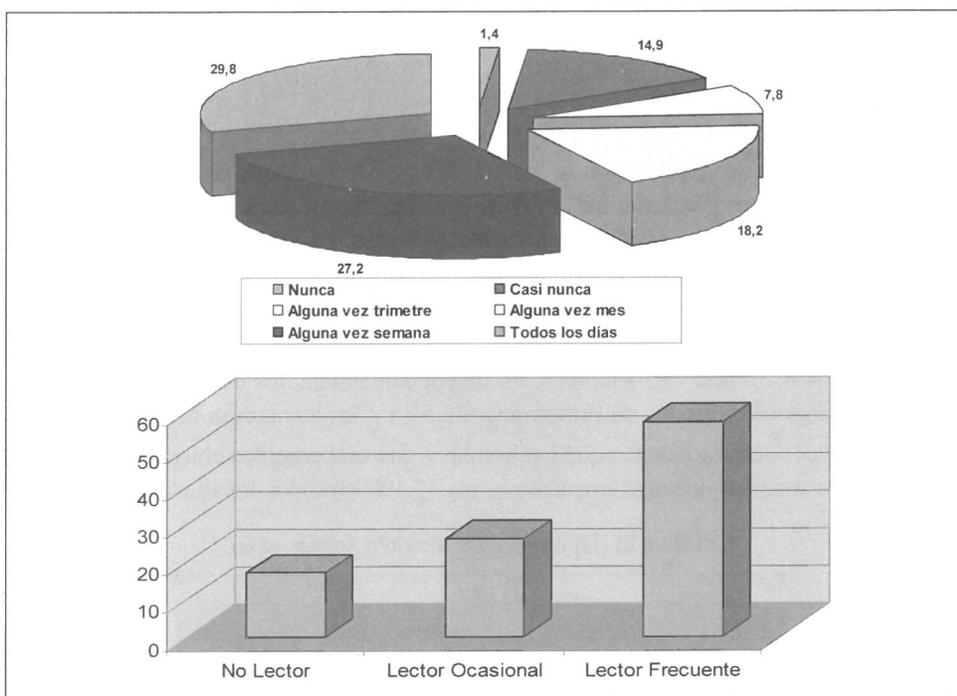
**LOS HÁBITOS LECTORES
DE LOS ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS**

1. COMPORTAMIENTO LECTOR

1.1. Frecuencia de lectura de libros

Casi el 30% de los estudiantes universitarios lee libros todos los días. Más de la cuarta parte lee alguna vez a la semana. La suma de ambos segmentos, el 57%, representa lo que se define como «lectores frecuentes». Quienes leen al menos alguna vez al mes (18.2%) o alguna vez al trimestre (7.8%), representan la categoría de «lectores ocasionales» (26%). Del mismo modo, quienes no leen casi nunca (14.9%) o no leen nunca (1.4%), son los «no lectores» y suman un 16.3% (Gráfico 1).

Gráfico 1: Frecuencias de lectura de libros y tipología lectora



En la Tabla siguiente se ofrece la distribución de los estudiantes entre «lectores frecuentes», «ocasionales» y «no lectores», para cada categoría de las principales variables investigadas.

Tabla 3: Tipología de lectores

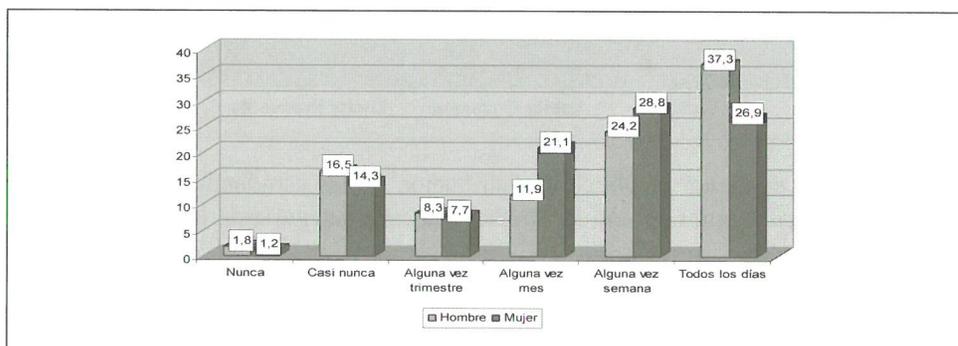
	Lectores Frecuentes	Lectores Ocasionales	No lectores
Hombre	61.5	20.2	18.3
Mujer	55.7	28.9	15.5
Menos 19 años	51	27.7	21.3
De 19 a 25 años	56.5	28.2	15.3
Más 25 años	71.7	15.7	12.7
Diplomatura	54.8	26.9	18.4
Licenciatura	64.9	24.5	10.6
Magisterio	54.3	26.7	19
Psicología/Pedagogía	62.1	22.0	15.8
Sociales	56.7	27.6	15.7
Ingenierías	46.2	30.2	23.6
Filologías	73.7	21.2	5.1
Humanidades	68.8	25.4	5.8
Trabajo Social/Educación Social	57.6	33.6	8.8
Enfermería	47.5	30	22.5
Derecho	80.8	11.5	7.7

Como puede observarse, resaltan los porcentajes de hombres en los «lectores frecuentes», estudiantes mayores de 25 años que cursan estudios de licenciatura. Los «no lectores» son en mayor medida también hombres, en primer curso de la carrera universitaria y estudiantes de diplomaturas.

Como «lectores frecuentes» destacan los estudiantes de Derecho (80.8%), los alumnos de las diferentes especialidades de Filología (73.7%) y los de las carreras de Humanidades (68.8%). Son «no lectores», en mayor porcentaje, los estudiantes de las distintas Ingenierías (23.6%), los de Enfermería (22.5%) y los que cursan Magisterio (19%).

Las mujeres son más lectoras que los hombres. Sin embargo, los chicos universitarios son en mayor medida «lectores frecuentes», un 37.3% lee todos los días (Gráfico 2).

Gráfico 2: Tipología de lectores según sexo

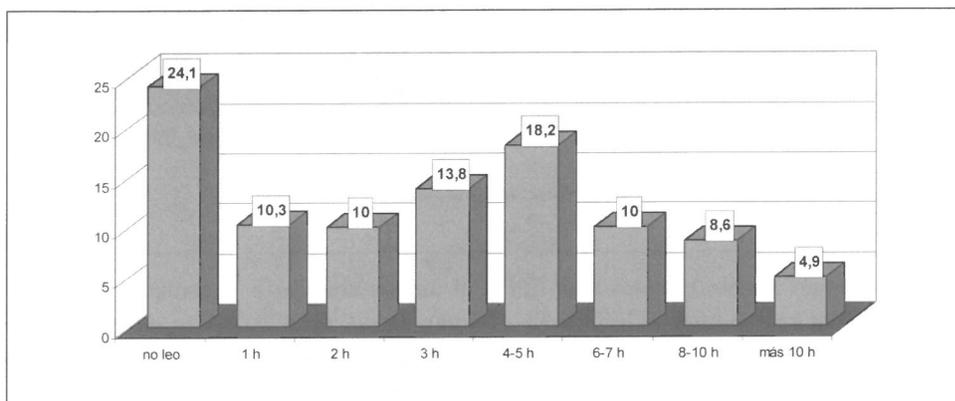


1.2. Intensidad de lectura de libros

a) Tiempo de lectura semanal

El 75.9% de los estudiantes universitarios dedican algún tiempo de la semana a la lectura. Un 5% de los alumnos dedican más de 10 horas, mientras que el mayor porcentaje de lectores universitarios (18.2%) dedica entre 4 y 5 horas (Gráfico 3).

Gráfico 3: ¿Cuánto tiempo dedicas a leer a la semana?



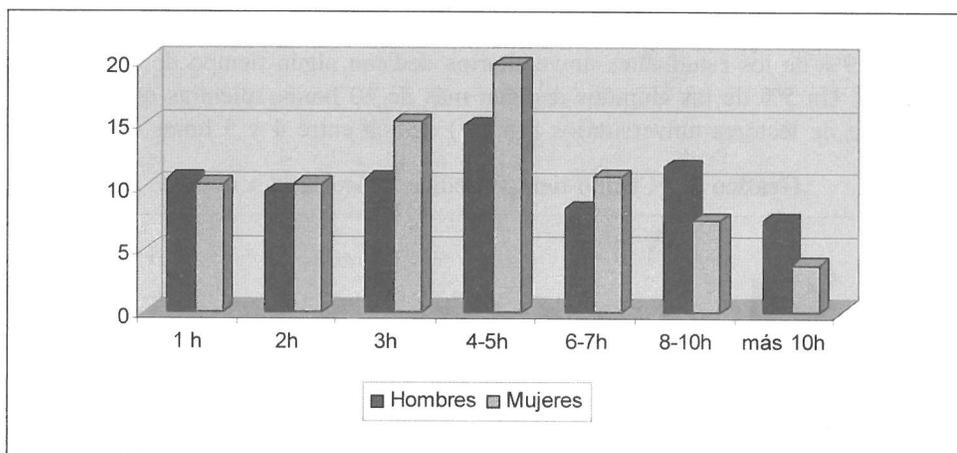
El tiempo medio que emplean los universitarios en la lectura voluntaria es de 3.45 horas a la semana. En los estudiantes universitarios no se producen diferencias significativas en el tiempo semanal de lectura en función del sexo. La media de las mujeres es de 3.39 horas semanales y para los hombres de 3.59 horas semanales.

No obstante, analizada la distribución de respuestas según el sexo (Tabla 4), el porcentaje de mujeres lectoras es superior al de los hombres, aunque los hombres que son lectores dedican más tiempo semanal a esta actividad (Gráfico 4).

Tabla 4: Horas de lectura a la semana

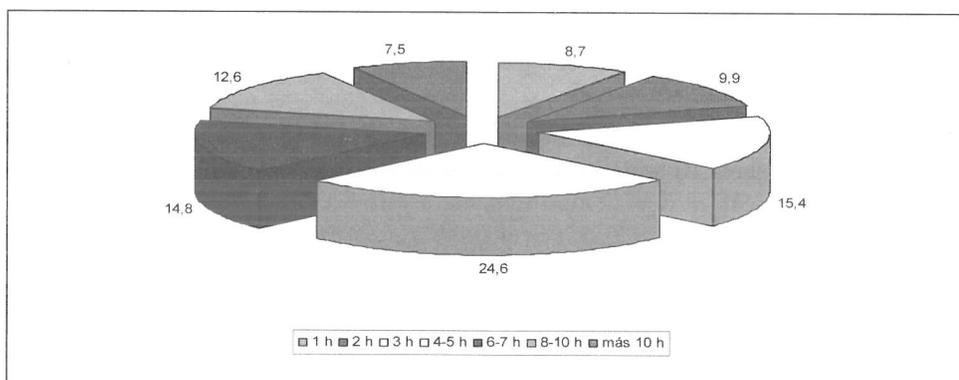
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
No leo habitualmente	27.2	22.7	24.1
1 hora	10.6	10.2	10.3
2 horas	9.6	10.2	10.0
3 horas	10.6	15.2	13.8
4-5 horas	14.9	19.7	18.2
6-7 horas	8.3	10.8	10.0
8-10 horas	11.6	7.3	8.6
Más de 10 horas	7.3	3.8	4.9

Gráfico 4: Distribución de las horas de lectura en función del sexo



Por término medio, quienes leen libros al menos una vez a la semana, dedican a esta actividad más tiempo (Gráfico 5), con una media de 4.70 horas semanales. En este caso, se observa una mayor dedicación de los hombres (4.94 horas semanales) que de las mujeres (4.58 horas semanales), pero sin que las diferencias sean significativas.

Gráfico 5: ¿Cuánto tiempo dedicas a leer a la semana? (lectores frecuentes)



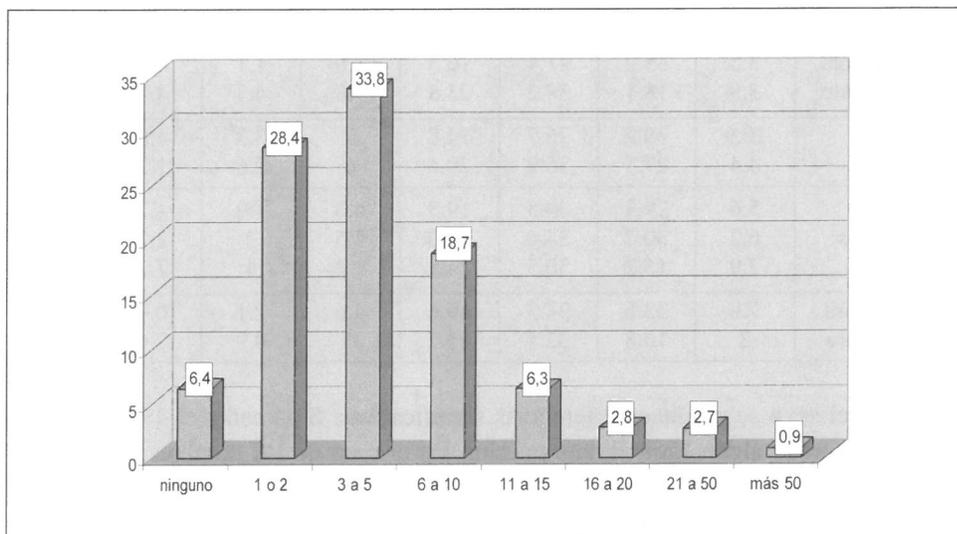
La variable «carrera» introduce un matiz diferencial en el tiempo dedicado a la lectura voluntaria. Los alumnos que más tiempo semanal leen son los de Humanidades (5.78 horas semanales de media) y los de Filologías (5.63 horas a la semana de media). Los que menos tiempo dedican a la lectura son los alumnos de Ingenierías (2.37 horas de media a la semana) y los de Enfermería (2.53 horas semanales de media).

Respecto a la edad (Tabla 4), los mayores de 25 años le dedican más tiempo semanal a la lectura.

b) *Número de libros leídos al año*

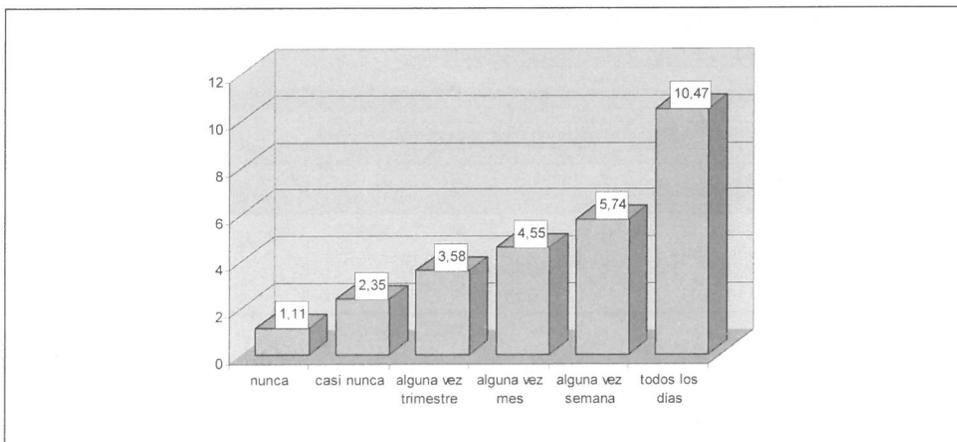
Más del 90% de los alumnos ha leído algún libro en el último año, siendo la media de 6,20 libros por año. Una tercera parte de los estudiantes universitarios lee entre 3 y 5 libros al año (Gráfico 6).

Gráfico 6: Número de libros leídos al año



Como resulta lógico, la media de libros leídos es más elevada cuanto mayor es la frecuencia de lectura. Así, la media del grupo de lectores diarios es de 10,47 libros al año, mientras que el 30% de estos lectores lee más de 15 libros al año (Gráfico 7).

Gráfico 7: Media de libros leídos según la frecuencia lectora



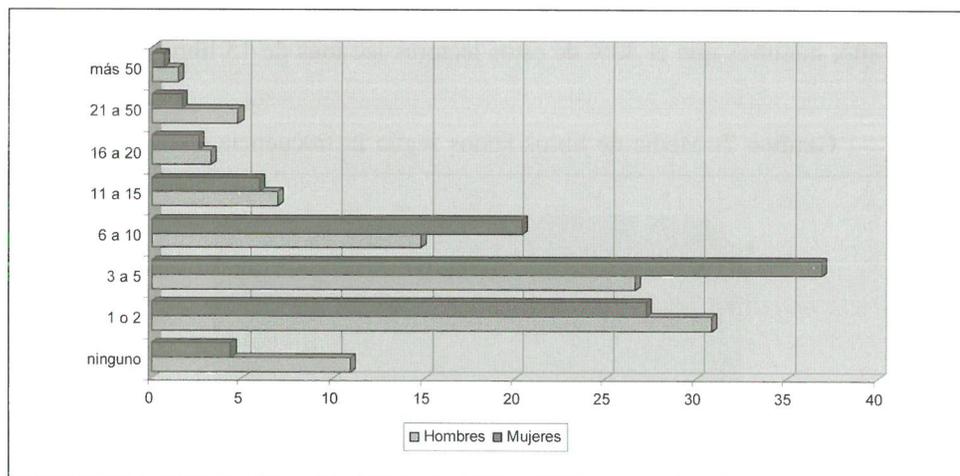
La distribución porcentual del número de libros leídos, según las variables de estudio, es:

Tabla 5: Número de libros leídos según variables de estudio

	ninguno	1 o 2	3 a 5	6 a 10	11 a 15	16 a 20	21 a 50	Más 50
No Lector	19.5	53	21.2	4.8	0.8	0.6	0	0
L. Ocasional	3.5	35.2	41.4	16.3	1.6	1.1	0.7	0.2
L. Frecuente	3.9	18.1	34.2	23.8	9.8	4.3	4.4	1.5
Hombre	10.9	30.9	26.7	14.8	7	3.3	4.8	1.5
Mujer	4.4	27.3	36.9	20.4	6	2.6	1.7	0.7
- 19 años	5.6	29.9	34.5	19.3	6.3	1.9	1.7	0.8
19-24 años	6.2	30.7	34.4	17.0	5.5	3	2.1	1.1
+25 años	7.9	15.2	30.5	24.8	9.6	4	7.3	0.7
Diplomatura	7.6	33.6	34.3	16.6	4.6	2.1	0.9	0.4
Licenciatura	3	13.8	32.5	24.7	11	4.9	7.6	2.5

Según el sexo se producen diferencias significativas. Solamente el 4% de las mujeres no ha leído algún libro el año anterior. En el caso de los hombres, los lectores tienen mayor intensidad lectora, ya que casi el 10% de ellos ha leído más de 15 libros en el último año (Gráfico 8).

Gráfico 8: Número de libros leídos al año según sexo



De nuevo, los estudiantes de licenciaturas (media de 12.89 libros al año) destacan en el comportamiento lector, frente a los estudiantes de diplomaturas (media de 6.21 libros al año). Destacan los estudiantes de Filología (media de 17.30 libros) y los de las carreras de Humanidades (15.10 libros). En el extremo inferior, los alum-

nos con menor intensidad lectora son los de Enfermería (media de 2.85) y Magisterio (4.82 libros de media al año).

Entre las dos variables de medida de la intensidad lectora existe una elevada relación, produciéndose una correlación de 0.61 ($p= 0.00$). La mayoría de los lectores de baja intensidad (que leen entre 1 y 4 libros al año), leen en torno a dos horas a la semana, mientras que los lectores con alta intensidad (que leen más de 15 libros al año) le dedican como mínimo cinco horas a la semana. Los universitarios lectores, que dedican a la actividad lectora más de 10 horas a la semana, leen una media de 21.5 libros al año.

1.3. Lectura actual

Casi la mitad de los estudiantes universitarios (49.2%) está leyendo un libro en el momento de completar el cuestionario. En este dato existe igualdad porcentual entre mujeres (49.3%) y hombres (48.9%). Respecto a la edad, destacan los mayores de 25 años como más lectores (el 57.7% está leyendo un libro, frente al 47% de los demás estudiantes universitarios). Vuelven a destacar como lectores los estudiantes de licenciaturas, frente a los de diplomaturas (63.4% frente al 44.2%, respectivamente).

La frecuencia de lectura es el factor que resulta más importante en la discriminación de los sujetos dentro de esta variable. Así, mientras que solo el 20.3% de los universitarios «no lectores» está leyendo un libro, lo están haciendo el 36.3% de los «lectores ocasionales» y el 63.3% de los «lectores frecuentes».

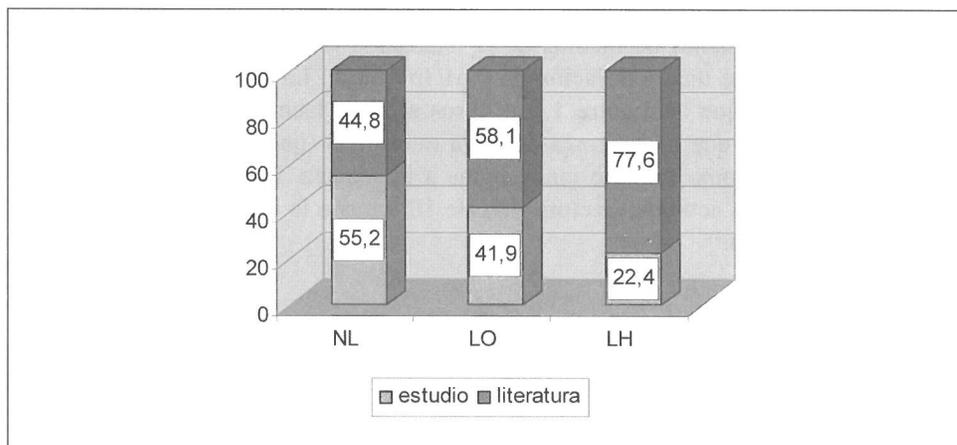
Podemos considerar que la lectura en tiempo de ocio más pura es la de los libros de creación literaria. Ahí podemos estar seguros de que el lector, independientemente de su formación profesional, se aleja de las obligaciones del estudio y del trabajo y dedica su tiempo de ocio a disfrutar de la lectura. Aunque, evidentemente, también los lectores pueden seleccionar entre sus lecturas ociosas libros vinculados con su campo de estudio. No obstante, hemos clasificado los títulos de los libros que están leyendo los estudiantes en estas dos categorías diferenciales: libros de estudio (en realidad libros vinculados al contenido de las materias que constituyen su currículo de formación académica) y libros de literatura.

Para realizar esta clasificación hemos considerado para cada sujeto la carrera que está estudiando, con lo que se puede discriminar la vinculación de la lectura con su formación. Por ejemplo, entrarían dentro del bloque de libros de estudio: *Análisis del carácter* (alumnos de Psicología), *Curso básico de periodismo audiovisual* (alumnos de Periodismo), *Trastornos del habla* (alumnos de Magisterio) o *El contrato social* (alumnos Trabajo Social).

Teniendo en cuenta esta segmentación, el 71.7% de los lectores actuales está leyendo un libro de literatura. En este caso sí que resulta superior la lectura ociosa en las mujeres (73.5% frente al 67.7% de los hombres).

De nuevo, la mayor discriminación viene dada por la frecuencia lectora, destacando el grupo de «lectores frecuentes», donde casi el 80% de los que están leyendo un libro es de literatura (Gráfico 9), mientras que en el grupo de los «no lectores» la distribución es de casi del 50% para cada tipo de libro.

Gráfico 9: Material del libro que están leyendo



Considerando conjuntamente el sexo y la frecuencia lectora, en todos los grupos destacan las mujeres con mayor porcentaje de dedicación a la lectura ociosa (Tabla 6).

Tabla 6: Lectura de literatura por sexos según la frecuencia lectora

	No lector		Lector Ocasional		Lector Frecuente	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Estudio	54.5	55.6	52.0	38.5	26.4	20.5
Literatura	45.5	44.4	48.0	61.5	73.6	79.5

Los doce libros de literatura más leídos por los estudiantes universitarios en el momento en el que se recogieron los datos, eran:

1. *Los pilares de la tierra* (Ken Follett)
2. *La sombra del viento* (Carlos Ruiz Zafón)
3. *El código Da Vinci* (Dan Brown)
4. *Ángeles y demonios* (Dan Brown)
5. *La catedral del mar* (Ildefonso Falcones)
6. *Harry Potter* –algún libro de la colección- (J. K. Rowling)
7. *La conspiración* (Dan Brown)
8. *El perfume* (Patrick Süskind)
9. *Memorias de una geisha* (Arthur Golden)
10. *La fortaleza digital* (Dan Brown)
11. *El médico* (Noah Gordon)
12. *El Alquimista* (Paulo Coelho).

De modo que los autores más leídos serían:

1. Dan Brown
2. Ken Follett
3. Carlos Ruiz Zafón
4. Ildefonso Falcones
5. J. K. Rowling.

En resumen:

De los estudiantes universitarios, el 57% son «lectores frecuentes» y el 26% «lectores ocasionales». Lo que supone un 83% de lectores entre la población universitaria. Dato coincidente con el índice del *Barómetro de Hábitos Lectores (2007)*, que informa del 82.4% de lectores universitarios.

Las mujeres superan a los hombres en la frecuencia lectora. El porcentaje de mujeres lectoras es superior al porcentaje de hombres lectores. Pero los hombres que leen, lo hacen con más intensidad que las mujeres.

No obstante, parece que la lectura de los hombres está más vinculada con el estudio y con el trabajo. Teniendo en cuenta la lectura de literatura, las mujeres superan en porcentaje a los hombres.

Las tres cuartas partes de los estudiantes universitarios dedican tiempo durante la semana a la lectura. Un 5% de los estudiantes, más de 10 horas a la semana.

La mayoría de los estudiantes universitarios lee entre 3 y 5 libros al año, y un 12.7% más de 11 libros al año.

En líneas generales, los estudiantes de licenciaturas tienen un comportamiento lector superior al de los estudiantes de diplomaturas.

1.4. Comparación con datos nacionales

a) Frecuencia de lectura de libros

Nuestros sujetos se encuentran entre los dos grupos de referencia (Gráfico 10). Mientras que los «lectores frecuentes» tienen un porcentaje semejante al de la población de estudiantes, los «lectores ocasionales» son superiores a los dos grupos de comparación, y los «no lectores» se corresponden con los valores de la población universitaria.

b) Tiempo de lectura semanal

Hemos recodificado las categorías de respuesta de nuestra investigación, para ajustarlas a las que proporciona el informe de la FGEE. Los datos disponibles son los correspondientes a las entrevistas a «lectores frecuentes» (Gráfico 11).

Los estudiantes universitarios leen en mayor porcentaje que los grupos de comparación: hasta 5 horas y más de 10 horas. Universitarios y estudiantes de la población nacional se sitúan con una frecuencia más elevada, entre 6 y 10 horas.

Gráfico 10: Comparación de la tipología de lectores

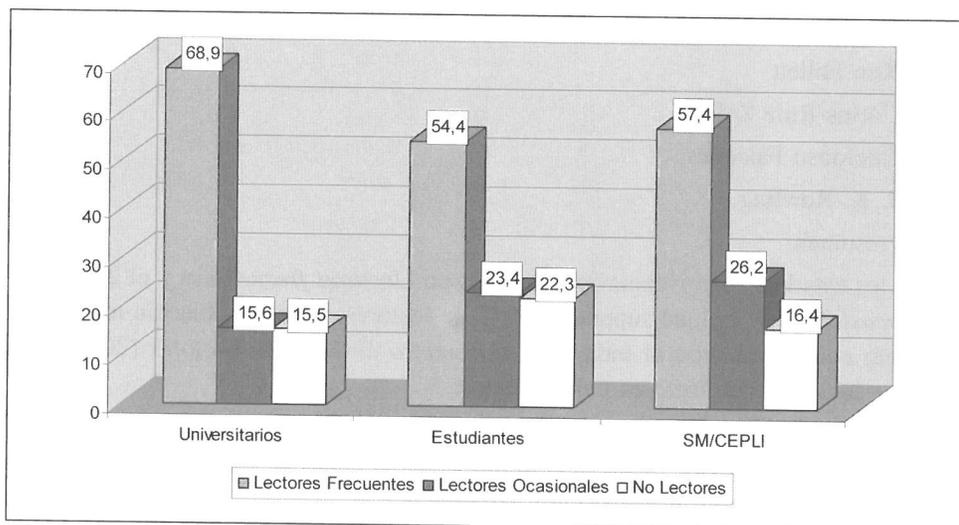
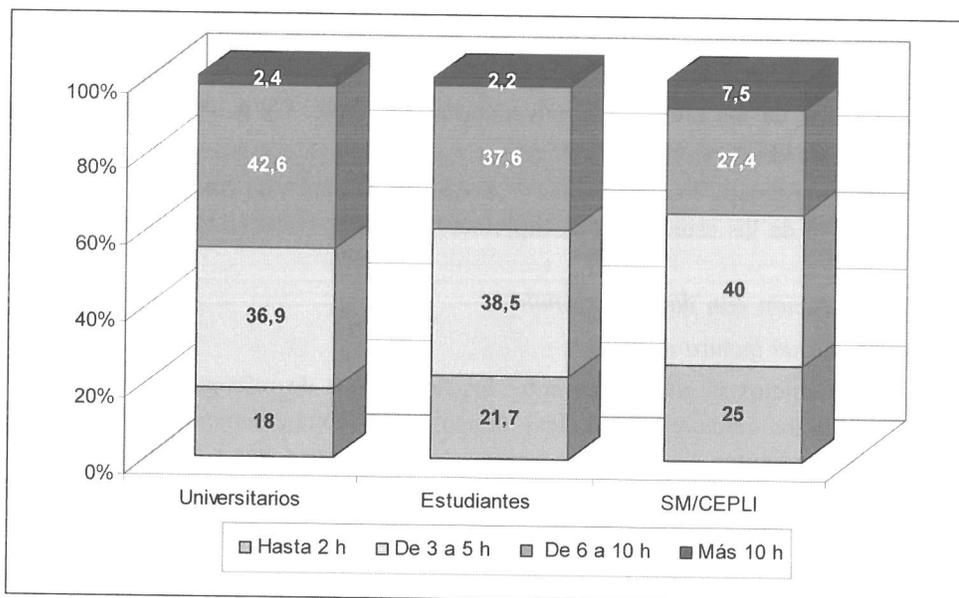


Gráfico 11: Comparación número de horas de lectura a la semana en lectores frecuentes



c) Número de libros leídos al año

Resulta difícil realizar la comparación en este aspecto de la lectura, por no coincidir los valores seleccionados para las categorías de respuesta en ambas encuestas. Aún así, agruparemos nuestras respuestas para situarlas lo más cercanas posibles a las alternativas que ofrece el informe de la FGEE en las tablas estadísticas (Tabla 7).

Tabla 7: Número de libros leídos al año

	Ninguno	De 1 a 4	De 5 a 12	De 13 a 20	Más de 20
Estudiantes	14.6	31.8	41.1	6.9	4.9
Universitarios	11.4	28.5	35.9	11.3	10.2
	Ninguno	De 1 a 5	De 6 a 15	De 16 a 20	Más de 20
SM/CEPLI	6.4	61.2	24.0	2.8	3.6

En nuestra muestra de estudio, los estudiantes universitarios son sujetos más lectores que los de la muestra nacional, encontrando porcentajes inferiores en los estudiantes universitarios que no han leído ningún libro en el último año. Sin embargo, son lectores con menor intensidad lectora, ya que más de la mitad se ubica en la franja de lectura de 1 a 5 libros. Los lectores de la población de la FGEE lo hacen con mayor intensidad, con una diferencia de 7 puntos en la lectura anual de más de 20 libros.

d) Lectura actual

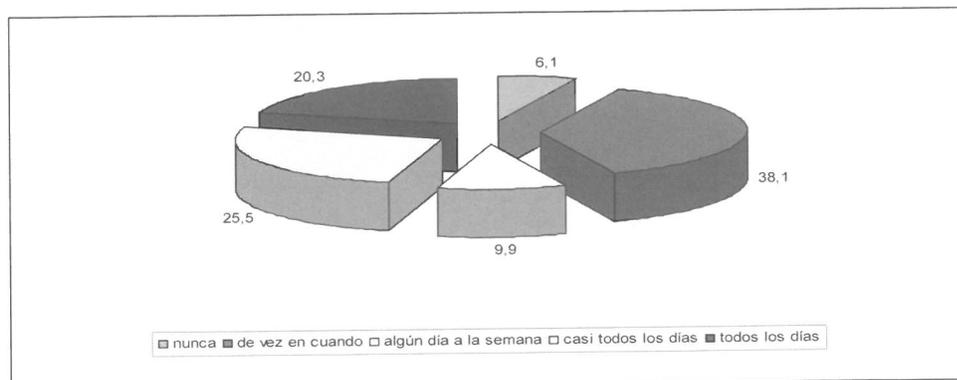
En el *Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra* (2007), el 89.6% de los universitarios y el 90% de los estudiantes había leído un libro en los tres últimos meses. El dato del que disponemos nosotros abarca el periodo anual pero, aún así, podemos considerar que los resultados son bastante concordantes, ya que el 90% de los estudiantes universitarios había leído un libro durante el año anterior. En nuestra muestra, el 71.7% de los estudiantes universitarios que están leyendo un libro es de literatura, entre los «lectores frecuentes» alcanza un 80% de sus lecturas. Todos los títulos y autores que aparecen en la relación del libro que están leyendo se corresponden con los que destaca el *Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de libros* (2007).

2. OTRAS ACTIVIDADES DE LECTURA

2.1. Lectura de prensa

La lectura de periódicos se extiende al 93.8% de los estudiantes universitarios. De ellos, un 45% los lee con regularidad (Gráfico 12).

Gráfico 12: Frecuencia de lectura de prensa



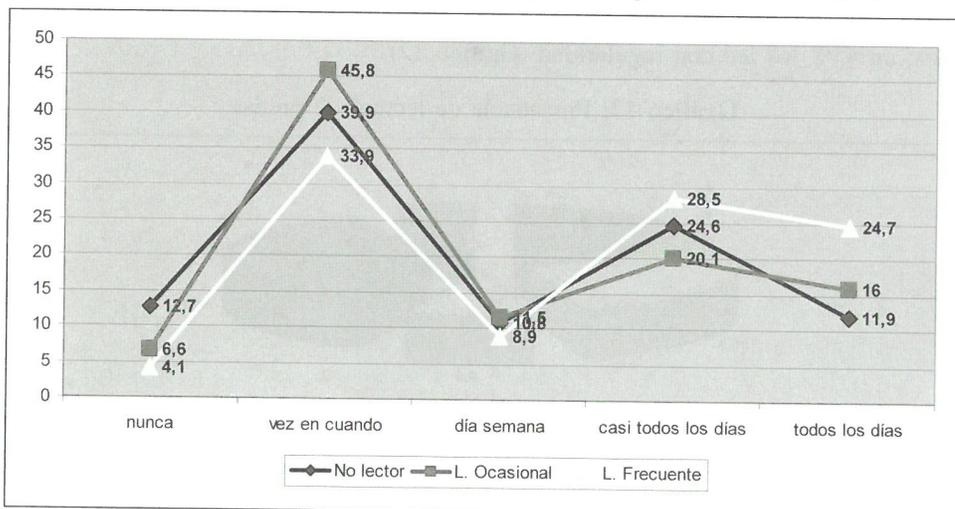
Los datos muestran que leen más prensa los hombres y con mayor intensidad. La tipología de estudios que realizan no marca diferencias significativas (Tabla 8). No obstante, el 17.5% de los alumnos de Enfermería y el 15.7% de los de Ingenierías son no lectores de prensa. El 99% de los estudiantes de las carreras de Humanidades leen la prensa; los demás estudiantes son lectores de prensa entre el 90 y 95%. La intensidad de lectura de prensa es superior en los estudiantes de las carreras de Sociales, Filológicas, Humanidades y Derecho, siendo más de la mitad lectores habituales de periódicos.

Tabla 8: Lectura de prensa según las variables de estudio

	Nunca	De vez en cuando	Algún día a la semana	Casi todos los días	Todos los días
Hombre	4.8	26.1	8.2	30.3	30.6
Mujer	6.7	43.4	10.6	23.4	15.9
-19 años	7.9	36.9	11.2	24.3	19.7
19-24 años	5.9	40.4	9.7	25.4	18.6
+25 años	4.7	30.6	9.0	26.9	28.9
Diplomatura	6.0	40.2	9.2	25.8	18.9
Licenciatura	6.5	32.3	11.8	24.9	24.5

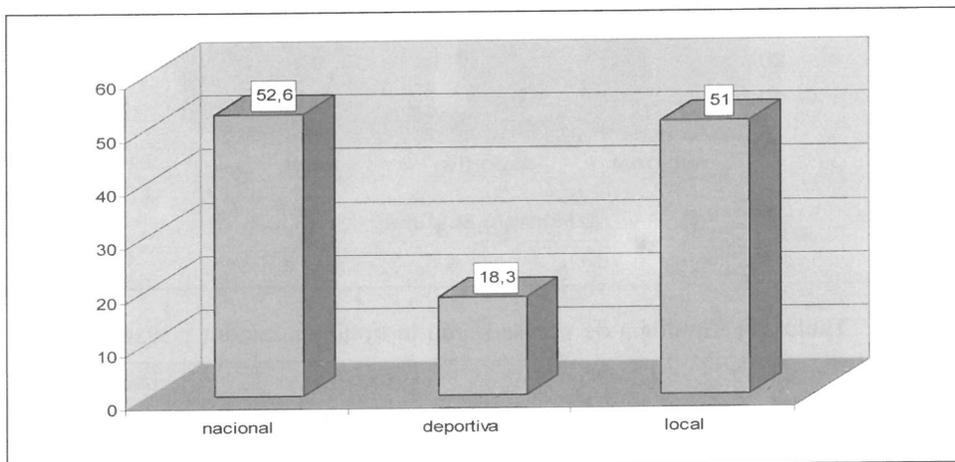
Hemos encontrado una relación significativa entre la lectura de prensa y la tipología lectora ($r= 0.172$, $p= 0.000$). Así, un 12.7% de los «no lectores» no lee nunca el periódico, mientras que entre los lectores el porcentaje se reduce a la mitad (6.6% de «lectores ocasionales», 4.1% de «lectores frecuentes»). La mayoría de los estudiantes lee el periódico «de vez en cuando» (40% de «no lectores», 46% de «lectores ocasionales» y 34% de «lectores frecuentes»). Los «lectores frecuentes» leen la prensa más frecuentemente (53.2% de forma habitual) que los otros grupos, en torno al 35% de «no lectores» y de «lectores ocasionales» (Gráfico 13).

Gráfico 13: Frecuencia de lectura de prensa según frecuencia lectora



La prensa más leída es la nacional y la local (Gráfico 14). El 29.7% lee solamente prensa nacional y el 27% prensa local; casi un 15% las dos, y un 5.3% exclusivamente prensa deportiva. El porcentaje restante lee, además de prensa deportiva, otro periódico informativo.

Gráfico 14: Tipología de prensa



Si analizamos el tipo de prensa en función de la tipología de lectores, la prensa local es leída en porcentajes similares por los tres grupos (Tabla 9). La lectura deportiva es preferida por los no lectores, y estudiantes que son lectores se dirigen a la prensa nacional.

Tabla 9: Tipología de prensa según la tipología lectora

	Nacional	Deportivo	Local
No lector	29.2	27.5	50.4
Lector Ocasional	53.7	17.1	54.1
Lector Frecuente	58.7	16.3	49.2

Estos datos son confirmados a través del análisis correlacional, ya que se observa una relación positiva entre la lectura de prensa nacional/local y la lectura de libros ($r = .207$, $p < 0.000$) y, en sentido inverso, entre la lectura de prensa deportiva y la lectura de libros ($r = -.104$, $p < 0.000$).

La variable sexo determina un aspecto diferencial en la lectura de prensa deportiva y local (Gráfico 15), no así en la nacional.

Esta diferencia entre sexos se mantiene en todos los grupos en función de la tipología lectora.

2.2. Uso de Internet

El 98% de los estudiantes universitarios utiliza Internet y el 93.7% lo hace, mínimo, con uso semanal. La mayoría de los estudiantes lo utiliza diariamente (Gráfico 16).

Gráfico 15: Tipología de prensa según sexo

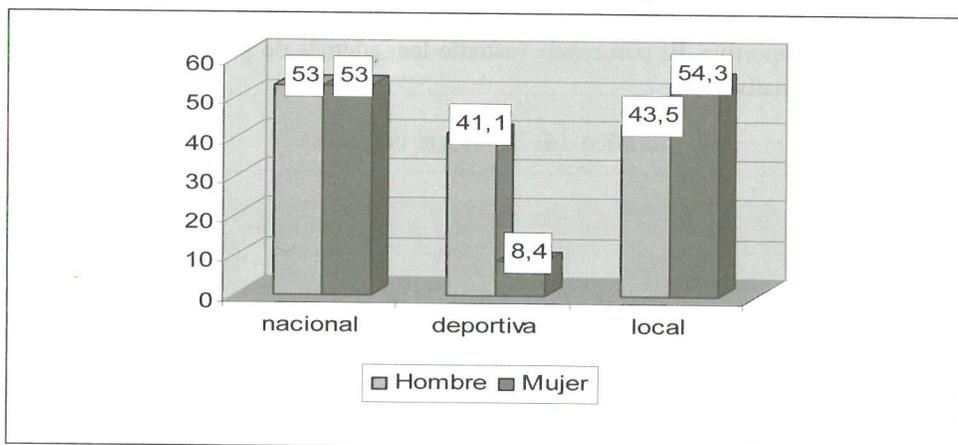
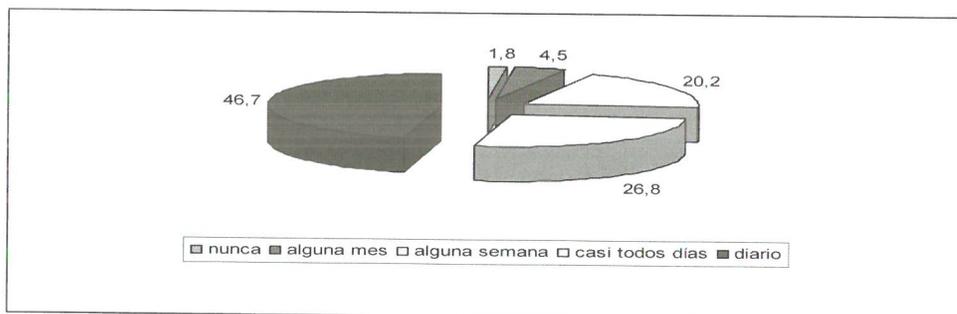


Tabla 10: Tipología de prensa según la tipología lectora y sexo

	Nacional		Deportivo		Local	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
No lector	20	33.9	56.7	12.4	40	55.8
Lector Ocasional	54.5	53.5	47	8.1	43.9	57.1
Lector Frecuente	61.2	57.5	34.8	7.4	43.3	52.1

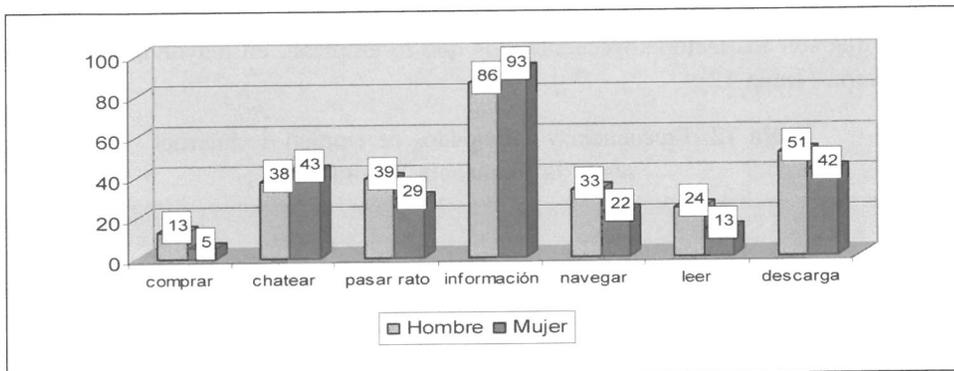
Gráfico 16: Frecuencia de empleo de Internet



Los alumnos utilizan Internet, principalmente, para buscar información (90.9%). Casi la mitad descarga cine y música (45.1%) y chatea (41.7%). Un 31.7% lo utiliza para pasar el rato, la cuarta parte navega y un 16.7% para leer. Solo el 7.3% para comprar.

No hay diferencia en la frecuencia de empleo de Internet en función de la variable sexo, únicamente se produce una ligera superioridad del uso diario por parte de los hombres (54.5% frente al 43.1% de las mujeres). En cuanto al motivo de empleo (Gráfico 17), las diferencias son reducidas. En ambos casos se da un mayor uso para buscar información, chatear, pasar el rato y navegar.

Gráfico 17: Actividad para la que utilizan Internet según sexo

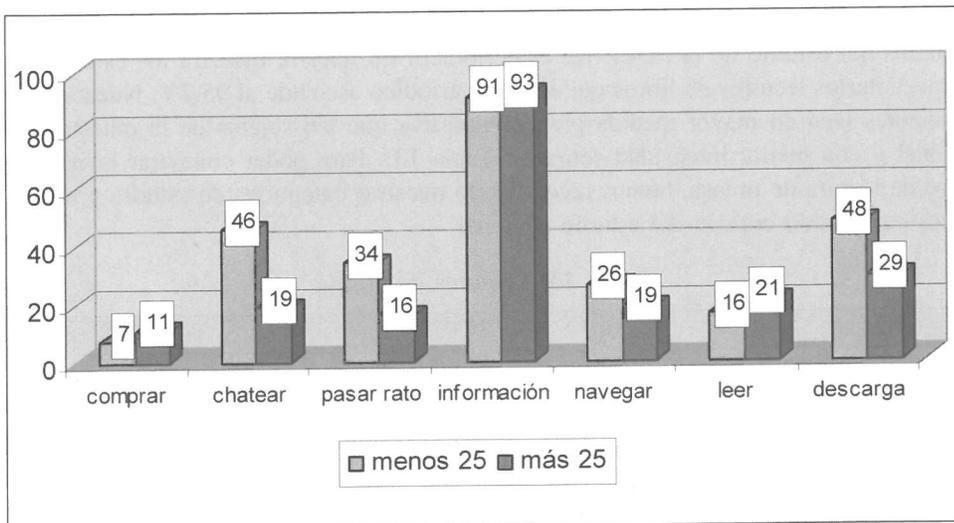


Respecto a la edad, aunque en la frecuencia de empleo no se producen diferencias muy acentuadas (Tabla 11), esta sí que actúa sobre la actividad que les lleva al uso de Internet (Gráfico 18). Los menores de 25 años utilizan en mayor medida Internet para chatear, pasar el rato y descargar archivos, que los mayores de 25 años. Se equiparan los porcentajes en la búsqueda de información, hecho que parece lógico si pensamos que se trata de estudiantes.

Tabla 11: Frecuencia de empleo de Internet según edad

	Nunca	Alguna vez al mes	Alguna vez a la semana	Casi todos los días	A diario
-19 años	1.6	2.5	18.6	27.7	49.6
19-24 años	2.3	4.4	21.0	26.4	45.7
+ 25 años	0.3	8.4	18.5	26.6	46.1

Gráfico 18: Actividad para la que utilizan Internet según edad



La segmentación de los estudiantes según la frecuencia lectora no produce diferencias muy elevadas. Sin embargo, sí se observan diferencias al utilizar Internet para leer, ya que son los lectores frecuentes los que lo emplean, en mayor medida, para esta función (Tabla 12).

Tabla 12: Frecuencia y actividades de empleo de Internet según la frecuencia lectora

	NL	LO	LF
Nunca	0.6	2.7	1.6
Alguna vez al mes	8.1	4.0	3.6
Alguna vez a la semana	21.3	23.6	18.5
Casi todos los días	25.9	26.8	26.9
A diario	44.1	42.9	49.3
Comprar	7.4	5.3	8.2
Chatear	43.9	42.6	40.5
Pasar el rato	39.4	31.3	29.5
Buscar información	91.8	91.0	9.4
Navegar	24.4	22.6	26.4
Leer	8.8	12.9	20.7
Descargar cine y música	48.7	56.4	45.0

2.3. Comparación con los datos nacionales

a) Lectura de prensa

El *Barómetro de Hábitos Lectores* (2007) presenta por primera vez los datos de otras lecturas segmentados por las variables de estudio. En este indicador están segmentados los datos de los sujetos universitarios, pero no los ofrece por ocupación. No se dispone, por tanto, de los datos de los estudiantes.

Este estudio ofrece los datos de la base de lectores. Así, el 85.1% de los universitarios del estudio de la FGEE lee el periódico. En nuestra muestra los estudiantes universitarios lectores de libros que leen el periódico asciende al 95.2%. Nuestros estudiantes leen en mayor medida prensa deportiva que los sujetos de la muestra nacional y con menor intensidad semanal (Tabla 13). Para poder comparar la intensidad de lectura de prensa, hemos recodificado nuestras categorías de estudio y las hemos equiparado con las del estudio nacional.

Tabla 13: Lectores de prensa

	FGEE	SM/CEPLI
Todos o casi todos los días	61.8	50.3
Algún día a la semana	13.7	10.2
De vez en cuando	24.6	39.6
Información general	91.6	91.4
Deportivos	11.6	17.4

En el informe elaborado por *Precisa* (2006) se informa de una correlación positiva entre lectura de prensa de información general y la lectura de libros. En el caso de la prensa deportiva, la relación es inversa. Los datos de nuestro estudio ratifican estos resultados.

b) Empleo de Internet

El *Barómetro de Hábitos de Lectura* (2007) informa de la frecuencia global de empleo de Internet y los datos del uso que hacen los lectores de Internet

Creando las mismas bases de estudio con nuestros sujetos, se observa que los estudiantes universitarios utilizan más Internet que los sujetos del estudio nacional, principalmente para buscar información, en concordancia con los dos grupos de comparación (Tabla 14).

Tabla 14: Usuarios de Internet

	Estudiantes	Universitarios	SM/CEPLI
Sí utiliza Internet	91.1	84.1	98.0
Todos o casi todos los días	73.3	82.0	75.7
Alguna vez a la semana	19.0	13.7	20.5
Alguna vez al mes	7.7	4.2	3.8
Buscar información	87.5	90.1	92.5
Descargas	83.4	56.6	46.6
Chatear	63.8	23.6	43.0
Servicios en línea	20.2	48.7	7.4

3. ACCESO A LA LECTURA

3.1. Compra de libros

Los datos muestran que el 80% de los estudiantes universitarios ha comprado algún libro en el último año. La mayoría de ellos (36.1%) uno o dos libros, mientras que la cuarta parte ha comprado de 3 a 5 libros. Casi un 2% ha adquirido más de 20 libros (Gráfico 19).

Se observa que los «lectores frecuentes» son los que compran más libros, más del 60% entre 1 y 5 libros en el último año, y otro 20.8% entre 6 y 15. Entre los «lectores ocasionales» prevalece la compra de 1 o 2 libros (50.9%). La mitad de los «no lectores» no compraron ningún libro.

En el Gráfico 20 se aprecian, claramente, los puntos modales de la distribución de compra, según la frecuencia lectora y el punto en el que caen a cero en esta conducta, para cada uno de los grupos. Más de la mitad de los «no lectores» no ha comprado ningún libro, y el 36.7% de los estudiantes han comprado 1 o 2, lo que suma un 88%. La mitad de los «lectores ocasionales» compra 1 o 2 libros al año, y casi un 25% entre 3 y 5. Entre 1 y 5 libros se encuentra el 61% de los «lectores frecuentes», un 20% entre 6 y 15 libros al año. De hecho, los «lectores frecuentes» adquieren más del 50% de los libros vendidos.

Gráfico 19: Intensidad de compra

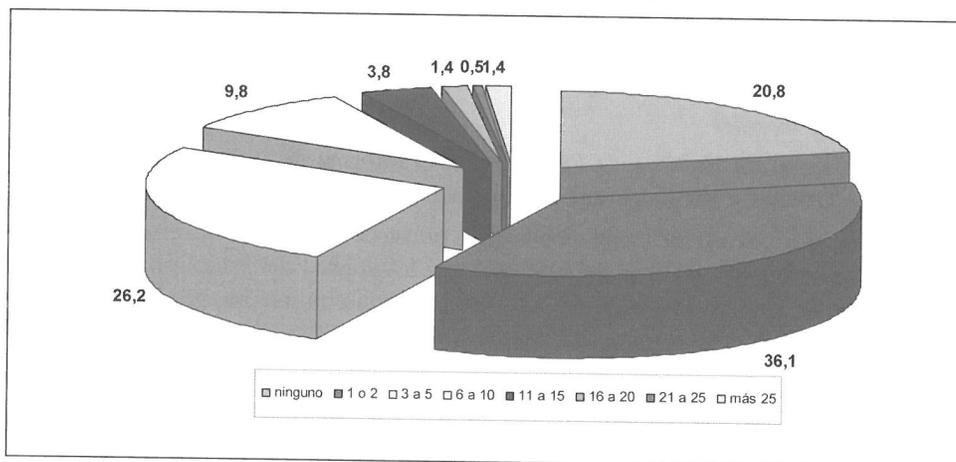
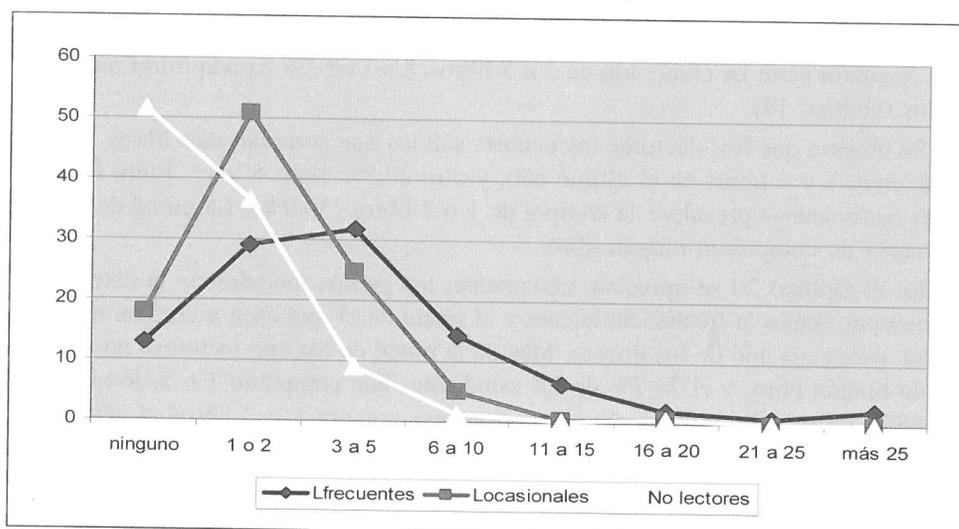


Tabla 15: Compra de libros según frecuencia de lectura

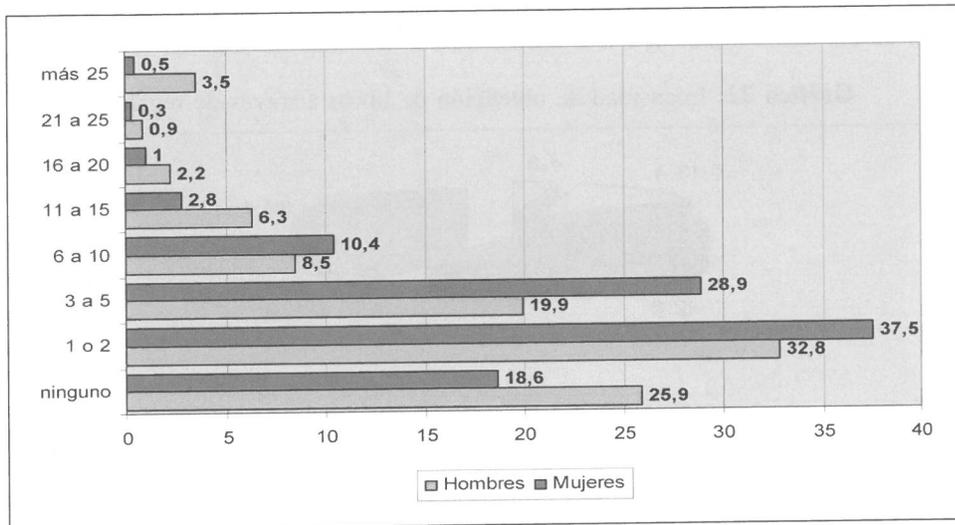
	Lectores Frecuentes	Lectores Ocasionales	No lectores
Ninguno	13.0	17.9	51.7
1 o 2	29.2	50.9	36.7
De 3 a 5	31.8	24.8	9.2
De 6 a 10	14.4	5.1	1.4
De 11 a 15	6.4	0.5	0.3
De 16 a 20	2.1	0.7	0.6
De 21 a 25	0.8	0.0	0.0
Más de 25	2.3	0.0	0.0

Gráfico 20: Distribución de la compra de libros



Con respecto a las diferencias entre los sexos (Gráfico 21), los resultados coinciden con el comportamiento lector. Son más las mujeres que compran libros, pero los hombres lectores son compradores de libros con mayor intensidad.

Gráfico 21: Distribución de compra según sexo



Los alumnos universitarios con más de 25 años son los mayores compradores de libros, un 87% ha comprado algún libro en el último año y casi el 10% más de 15 libros (Tabla 16).

Tabla 16: Distribución de la compra de libros según la edad

	- 19 años	20-25 años	+ 25 años
Ninguno	21.9	22.1	13.1
1 o 2	36.3	37.4	29.8
De 3 a 5	27.2	26.1	23.5
De 6 a 10	8.5	8.8	17.0
De 11 a 15	4.5	2.9	7.3
De 16 a 20	0.6	1.9	0.7
De 21 a 25	0.2	0.2	2.1
Más de 25	0.8	0.5	6.6

En relación con el tipo de carrera que cursan, un 24.1% de los alumnos de diplomatura no ha comprado ningún libro, mientras los estudiantes de licenciaturas no compradores son un 11.3%. Los estudiantes universitarios que, en mayor medida, no compran ningún libro son los de Ingenierías (37.6%). Compran con mayor frecuencia, 1 o 2 libros, los alumnos de Enfermería (43.6%), los de las carreras de Sociales (42.9%) y los futuros maestros (39.7%).

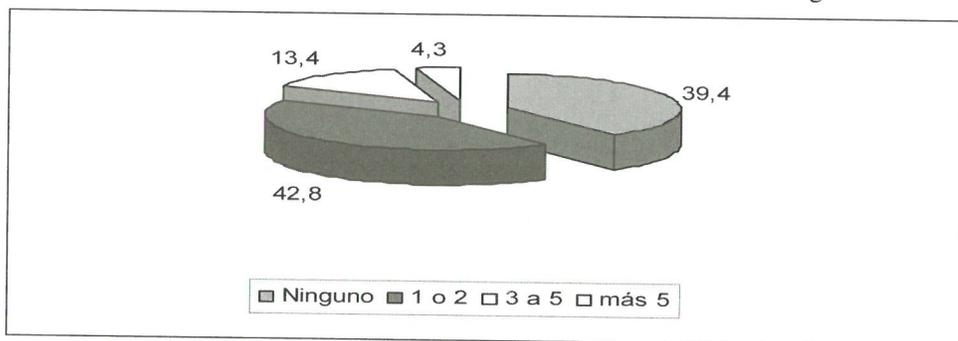
La compra de libros está relacionada con las variables del comportamiento lector, el número de libros comprados al año correlaciona con el número de libros leídos

($r = .645$, $p < .000$), con el tiempo que dedican a la lectura voluntaria ($r < .553$, $p = .000$) y con la dedicación semanal a la lectura ($r = .419$, $p < .000$).

3.2. Obsequio de libros

Al 61% de los estudiantes universitarios les han regalado algún libro. En la mayoría de los casos (42.8%), 1 o 2 libros. Casi al 5% más de 5 libros (Gráfico 22).

Gráfico 22: Intensidad de obtención de libros a través de regalo



La variable de estudio que más influencia tiene sobre el ser obsequiado con libros es la frecuencia del comportamiento lector. Así, mientras que solo a un 32% de los «no lectores» les han regalado un libro, los «lectores ocasionales» son el 55% y los «lectores frecuentes» el 78%. Diferencia que se produce también en cuanto a la intensidad (Tabla 17).

Tabla 17: Obsequio de libros según frecuencia de lectura

	Lectores Frecuentes	Lectores Ocasionales	No lectores
Ninguno	28.3	45.2	68.3
1 o 2	45.8	46.8	27.1
De 3 a 5	19.0	6.7	4.3
Más de 5	6.9	1.3	0.3

Estos resultados tienen un doble interés, ya que también la variable de obsequio de libros puede ser considerada como una medida indirecta de la percepción lectora del grupo social próximo al sujeto. Un sujeto lector es más probable que reciba un libro como regalo, ya que le gusta y lo disfruta; por el contrario, a un sujeto no lector es más difícil que el libro aparezca entre las opciones de compra.

Respecto al sexo, los resultados marcan un mayor comportamiento lector en las mujeres, ya que son obsequiadas con libros en mayor medida. Sin embargo, los hombres lectores son obsequiados con mayor número de libros (Gráfico 23).

La edad y los estudios universitarios marcan importantes diferencias. El perfil del estudiante universitario que es obsequiado con más libros, es el estudiante mayor de 25 años y que cursa una licenciatura.

Gráfico 23: Obsequio de libros según sexo

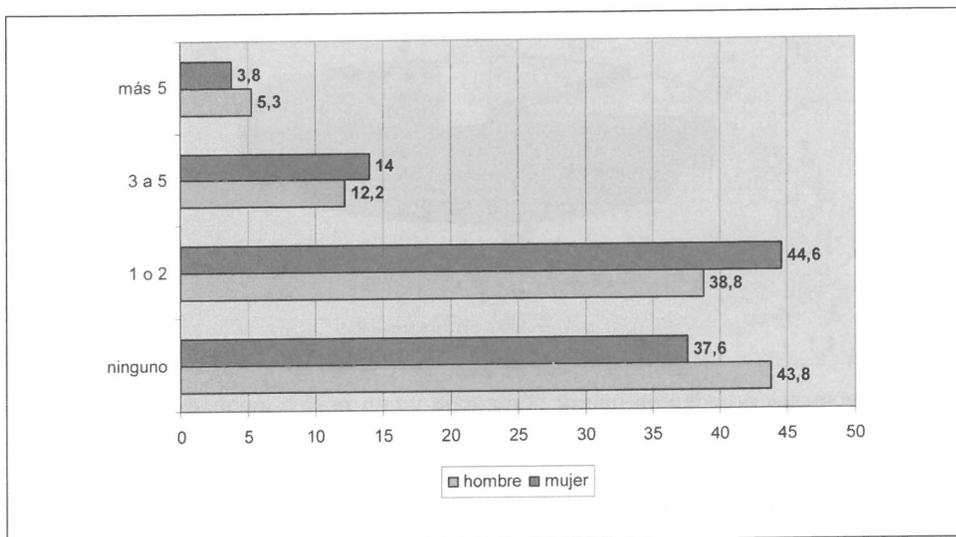


Tabla 18: Obsequio de libros según edad y ciclo de estudio

	Ninguno	1 o 2	3 a 5	Más de 5
-19 años	42.1	38.1	15.3	4.3
19-24 años	40.7	44.4	11.0	3.9
+ 25 años	29.3	43.8	20.5	6.4
Diplomatura	43.9	43.8	10.1	2.3
Licenciatura	26.9	40.1	23.0	10.0

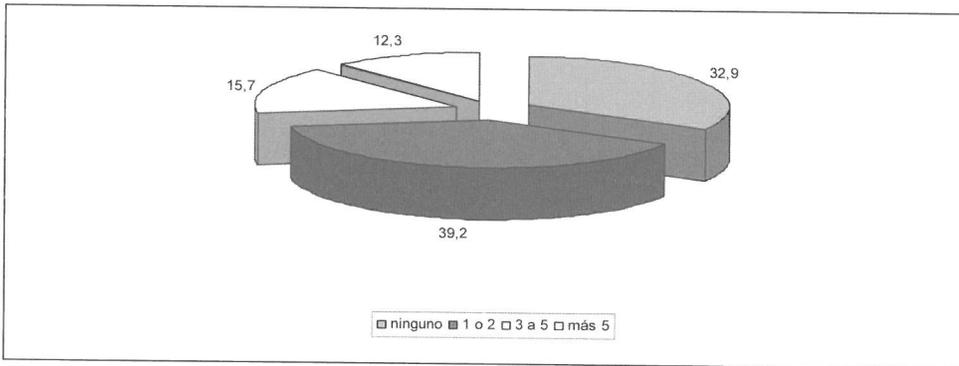
Los alumnos más obsequiados con libros son los estudiantes de Derecho: al 82% le han regalado algún libro. El 75% de los estudiantes de Humanidades, Filología y Psicología/Pedagogía ha recibido al menos un libro como regalo. En el extremo opuesto, a ningún estudiante de Enfermería le han regalado más de 5 libros.

El número de libros que les regalan está relacionado con las variables del comportamiento lector. Se observa que correlaciona con el número de libros leídos ($r = .499$, $p < .000$), con el tiempo que dedican a la lectura voluntaria ($r = .371$, $p < .000$) y con la dedicación semanal a la lectura ($r = .434$, $p < .000$).

3.3. Préstamo de libros por amigos

Otra forma de acceder a los libros es a través del préstamo entre amigos y familiares, práctica bastante común entre sujetos lectores, por lo que puede servir también como medida indirecta de lectura, ya que nos muestra el contexto social lector en el que se encuentra insertado el sujeto. Nuestros datos muestran que el 67% de los estudiantes universitarios ha accedido a algún libro a través del préstamo entre amigos. La mayoría (39.2%) 1 o 2 libros. (Gráfico 24).

Gráfico 24: Intensidad de préstamo de libros de amigos



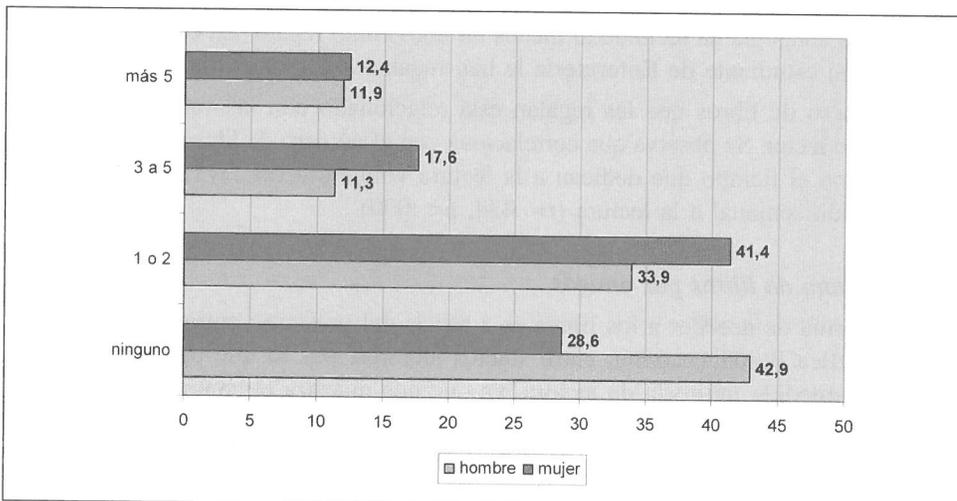
Los «lectores» acceden en mayor porcentaje y con mayor intensidad a los libros a través del préstamo de amigos (Tabla 19), que los estudiantes «no lectores». Pero, incluso, casi la mitad de los «no lectores» ha obtenido algún libro prestado de amigos. Sólo el 25% de los «lectores frecuentes» no ha obtenido ningún libro por esta vía.

Tabla 19: Préstamo de libros según frecuencia de lectura

	Lectores Frecuentes	Lectores Ocasionales	No lectores
Ninguno	25.9	32.8	58.0
1 o 2	38.3	45.4	32.9
De 3 a 5	19.5	14.1	5.0
Más de 5	16.2	7.7	4.1

El sexo también marca diferencias en este aspecto, siendo superior este comportamiento en las mujeres (Gráfico 25).

Gráfico 25: Préstamo de libros según sexo



Sin embargo, ni la edad ni los estudios cursados inciden significativamente en el préstamo de libros (Tabla 20). Posiblemente, los estudiantes universitarios incluyen dentro de este comportamiento el préstamo de libros de trabajo y estudio, lo que podría homogeneizar los resultados para estas variables de estudio. Segmentados los estudiantes por el tipo de estudios, entre el 70 y 75% de los estudiantes han obtenido libros por préstamo de amigos.

Tabla 20: Obsequio de libros según edad y ciclo de estudio

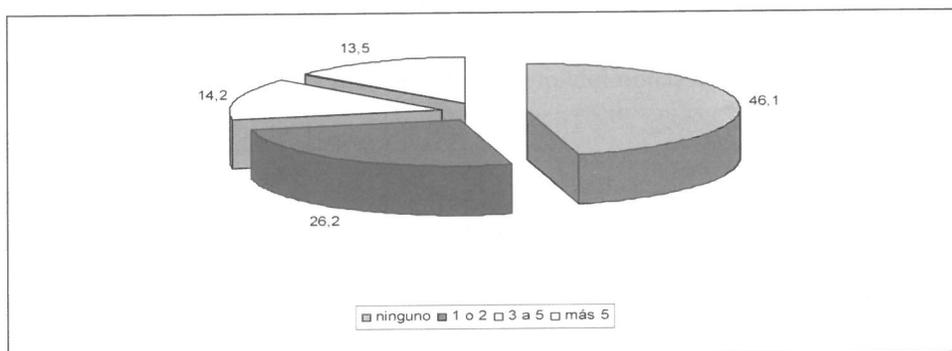
	Ninguno	1 o 2	3 a 5	Más de 5
-19 años	35.4	40.1	13.4	11.1
19-24 años	31.8	40.4	16.7	11.1
+ 25 años	32.7	30.6	16.7	20.1
Diplomatura	34.1	38.7	15.7	11.5
Licenciatura	29.4	40.4	15.7	14.4

El número de libros que les prestan los amigos está relacionado con las variables del comportamiento lector, correlacionando con el número de libros leídos ($r = .338$, $p < .000$), con el tiempo que dedican a la lectura voluntaria ($r = .284$, $p < .000$) y con la dedicación semanal a la lectura ($r = .350$, $p < .000$).

3.4. Préstamo bibliotecario

El 64% de los estudiantes universitarios ha obtenido algún libro a través del préstamo bibliotecario. La mayoría de ellos (26,2%) entre 1 o 2 libros en el último año (Gráfico 26).

Gráfico 26: Intensidad del préstamo bibliotecario



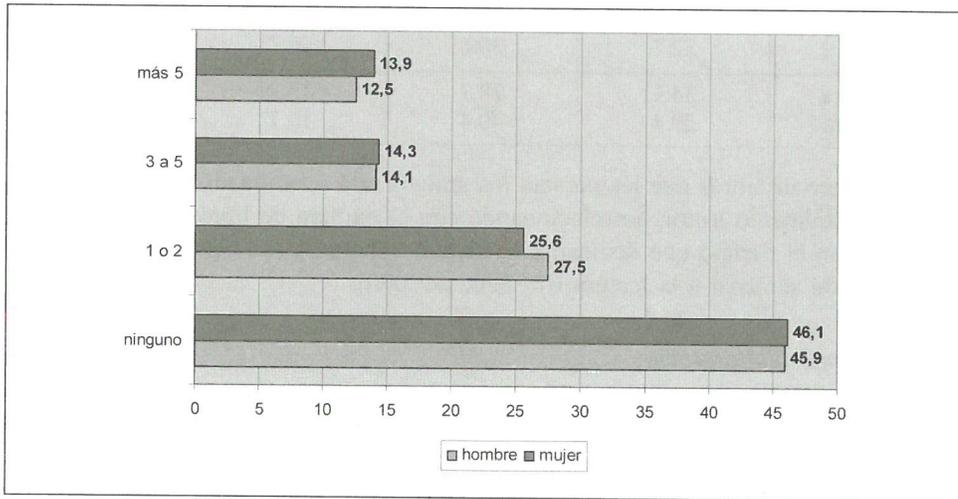
Como parece lógico, los «lectores» sacan más libros de la biblioteca que los «no lectores». En torno al 60% de los estudiantes universitarios emplea este medio de acceso a la lectura. Los «lectores frecuentes» toman en préstamo bibliotecario más libros que los «lectores ocasionales». En todos los casos, el mayor porcentaje se sitúa en torno a 1 o 2 libros al año. El 38% de los «no lectores» también hace uso del material de biblioteca (Tabla 21).

Tabla 21: Préstamo bibliotecario según la frecuencia de lectura

	Lectores Frecuentes	Lectores Ocasionales	No lectores
Ninguno	62.1	47.7	40.7
1 o 2	26.6	30.3	24.2
De 3 a 5	6.9	11.6	17.6
Más de 5	4.3	10.5	14.4

No se observan diferencias por sexos en el préstamo bibliotecario (Gráfico 27).

Gráfico 27: Préstamo bibliotecario según sexo



La edad y el grado de estudios marcan pequeñas diferencias (Tabla 22) a favor de los mayores de 25 años y de los estudiantes de licenciaturas.

Tabla 22: Préstamo bibliotecario según edad y ciclo de estudio

	Ninguno	1 o 2	3 a 5	Más de 5
-19 años	43.6	30.9	13.7	11.9
19-24 años	47.8	25.3	14.1	12.8
+ 25 años	45.3	21.6	14.9	18.2
Diplomatura	48.1	26.6	13.9	11.4
Licenciatura	40.4	25.0	15.1	19.5

Los resultados del préstamo bibliotecario, en función de estas tres últimas variables de estudio, podrían indicar que se trata, básicamente, de préstamo de libros de estudio y o de trabajo.

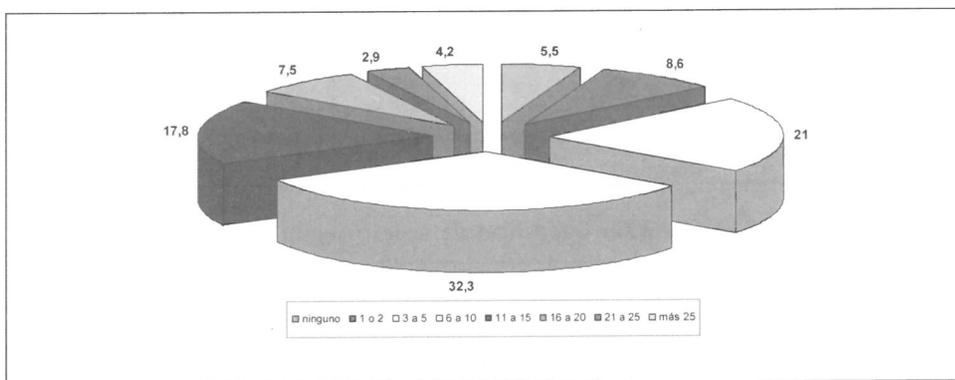
No obstante, el préstamo bibliotecario está relacionado con las variables del comportamiento lector, ya que correlaciona con el número de libros leídos ($r = .353$, $p < .000$), con el tiempo que dedican a la lectura voluntaria ($r = .221$, $p < .000$) y con la dedicación semanal a la lectura ($r = .252$, $p < .000$).

3.5. Total acceso a los libros

Si se suman los valores de cada una de las respuestas a las variables de acceso a los libros, podemos obtener una aproximación (puesto que son valores de intervalo y hemos realizado la suma con los puntos medios) al número total de libros al que ha accedido cada uno de los estudiantes universitarios en el año anterior.

Sólo un 5% no ha accedido a ningún libro y casi el 15% a más de 15 libros (Gráfico 28). Los porcentajes mayores se encuentran en intervalos superiores a los del número de libros leídos. Posiblemente, como ya hemos comentado, cuando se refieren a los libros del préstamo de amigos y de préstamo bibliotecario se engloban, dentro de esas cifras, también los libros de trabajo y estudio.

Gráfico 28: Intensidad de acceso a los libros



El número de libros adquiridos se distribuyen, diferencialmente, en función de la frecuencia lectora. Casi un 20% de los estudiantes «no lectores» no ha accedido a ningún libro, mientras en los «lectores» el porcentaje se reduce a un 2%. La mayoría de los estudiantes «no lectores» (30.5%) accede de entre 3 y 5 libros al año. Los «lectores» se agrupan mayoritariamente en el intervalo de entre 6 y 10 libros (lectores ocasionales: 38.5%, lectores frecuentes: 33.6%). Por último, los «lectores frecuentes» acceden a más libros que los «lectores ocasionales»: 22.7% de los «lectores frecuentes» a más de 15 libros al año, en las mismas categorías se encuentra en 5.5% de los «lectores ocasionales» (Gráfico 29).

Según el sexo, son las mujeres las que acceden en mayor porcentaje a los libros, pero los porcentajes de los hombres son superiores en las categorías de mayor intensidad de acceso al libro (Gráfico 30).

Los mayores de 25 años acceden a más libros, a lo largo del año, que los demás estudiantes universitarios (Tabla 23).

Del mismo modo, se observa que los alumnos de licenciaturas acceden a más libros al año que los estudiantes de diplomaturas. No llega al 2% de los estudiantes de licenciaturas los que no ha accedido a ningún libro, frente a casi el 7% de los estudiantes de diplomaturas (Gráfico 31).

Gráfico 29: Distribución del acceso a los libros

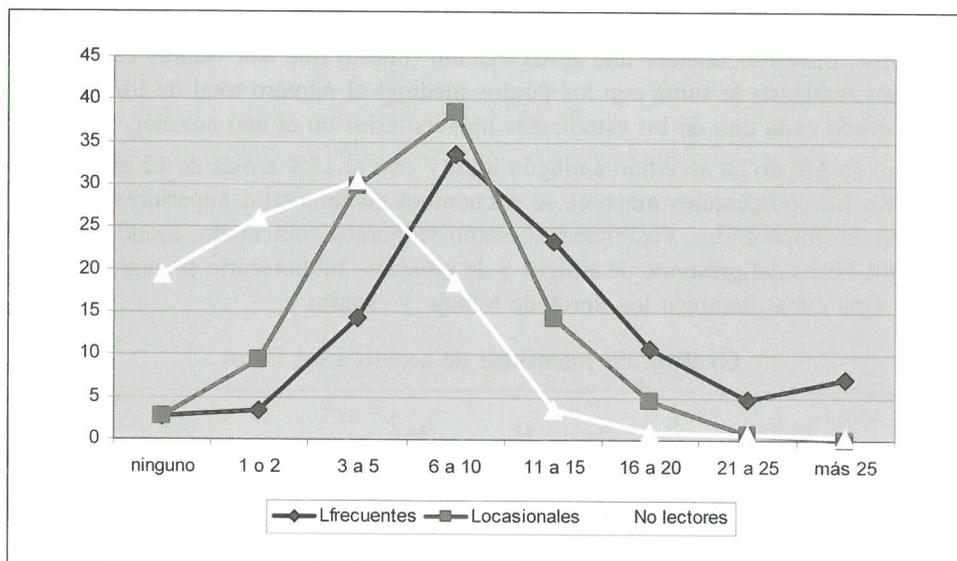
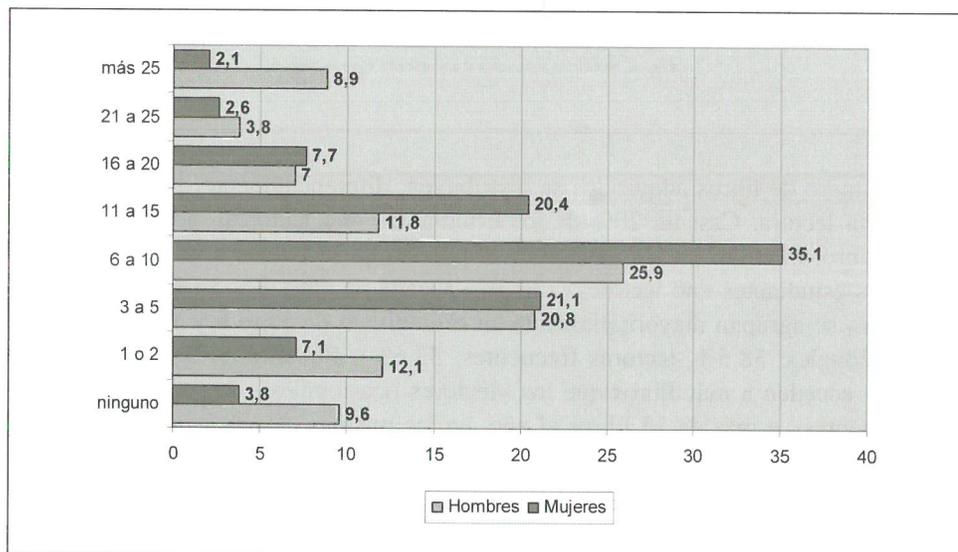


Gráfico 30: Intensidad de acceso según sexo



Si se segmenta la muestra por estudios, se observa que todos los alumnos de Derecho, Filologías y Humanidades han accedido a algún libro. Los de Ingenierías en un 83.2%, y los demás se encuentran en el decil 90.

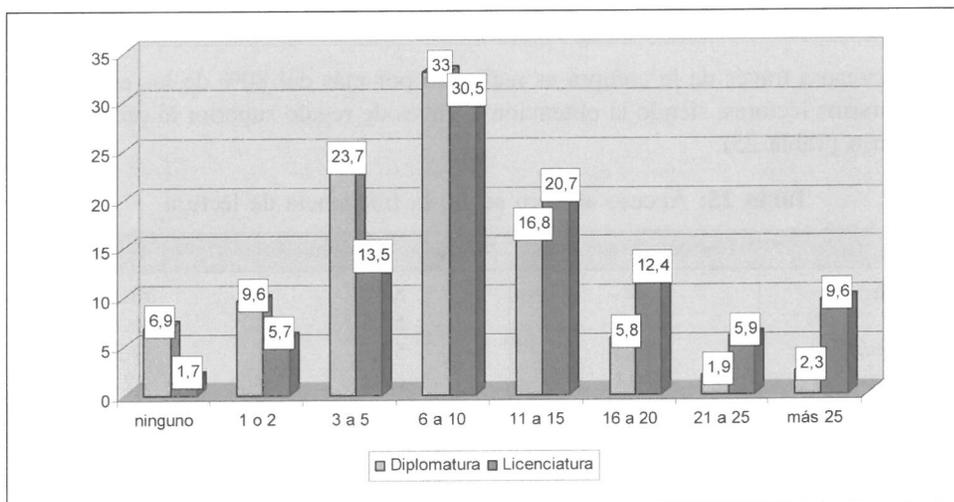
El número total de libros al que accede el sujeto está relacionado con las variables del comportamiento lector, ya que correlaciona con el número de libros leídos ($r = .719$, $p < .000$), con el tiempo que dedican a la lectura voluntaria ($r = .466$, $p < .000$)

y con la dedicación semanal a la lectura ($r = .596$, $p < .000$). Se reproducen los resultados que hemos obtenido con las variables de modo aislado. De manera que la mayor relación se encuentra con el número de libros que informa el sujeto leer a lo largo de un año, lo que hemos denominado intensidad lectora.

Tabla 23: Distribución del acceso a los libros según la edad

	- 19 años	20-25 años	+ 25 años
Ninguno	6.2	6.0	2.5
1 o 2	9.4	9.1	5.6
De 3 a 5	23.7	20.6	18.2
De 6 a 10	27.3	36.2	24.6
De 11 a 15	20.1	15.7	21.4
De 16 a 20	8.4	6.7	9.8
De 21 a 25	2.6	2.5	6.0
Más de 25	2.2	3.3	11.9

Gráfico 31: Acceso a los libros según estudios



3.6. Sistema de acceso al libro

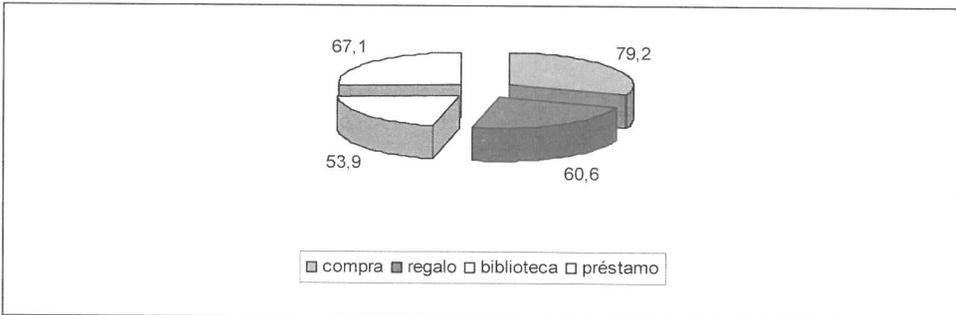
Todas las formas de obtención de libros correlacionan entre sí, siendo superior la relación existente entre la compra de libros y los libros que les han regalado (Tabla 24).

La forma de acceso al libro que predomina es la compra: el 79.2% de los estudiantes universitarios utiliza esta vía para acceder al libro. Como segundo medio funciona el préstamo entre amigos (67.1%). El 60% recibe libros como obsequio, y casi el 54% de los estudiantes universitarios recurre a la biblioteca (Gráfico 32).

Tabla 24: Correlaciones entre las variables de acceso a los libros

	Regalan libros	Préstamo	Biblioteca
Compra libros	.510	.192	.187
Biblioteca	.186	.176	
Regalan libros		.231	.186
Préstamo			.176

Gráfico 32: Formas de acceso al libro



El acceso a través de la compra es realizado por más del 80% de los estudiantes universitarios lectores, siendo la obtención a través de regalo superior al préstamo bibliotecario (Tabla 25).

Tabla 25: Acceso al libro según la frecuencia de lectura

	Lectores Frecuentes	Lectores Ocasionales	No lectores
Compra	87	82.1	48.3
Regalo	71.7	57.8	31.7
Biblioteca	59.3	52.3	37.9
Préstamo	74.1	67.2	42

En el Gráfico 33 se observa la relación comparativa entre las distintas formas de acceso al libro, en función de la tipología lectora.

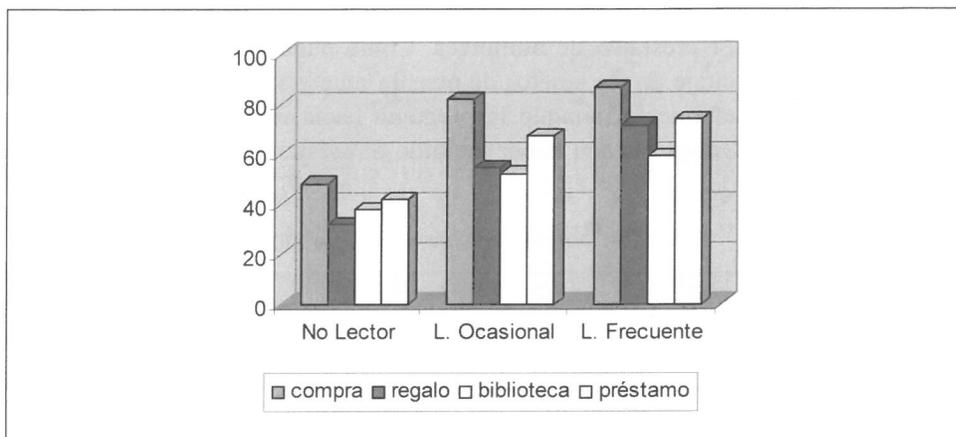
En consonancia con los resultados encontrados en cada una de las variables, la tipología de lector está relacionada con todas las formas de acceso. La relación es más alta con la compra de libros ($r = .371$, $p = 0.000$) y el obsequio ($r = .324$, $p = 0.000$). El valor menor se produce con el préstamo bibliotecario ($r = .203$, $p = 0.000$). Este último dato podría confirmar nuestra hipótesis de préstamo bibliotecario de libros de trabajo y libros de estudio.

En resumen:

El 80% de los estudiantes universitarios ha comprado algún libro en el último año. La tasa alcanza el 97% en los «lectores frecuentes».

Las mujeres compran libros en mayor porcentaje que los hombres, pero el porcentaje de hombres compradores es superior en las categorías de mayor intensidad de compra.

Gráfico 33: Formas de acceso al libro por tipología lectora



Los estudiantes universitarios mayores de 25 años y los estudiantes de licenciatura compran más libros, y también a ellos les regalan más libros.

Más del 60% de los estudiantes universitarios recibieron algún libro como obsequio, aunque el índice baja al 32% entre los estudiantes no lectores.

El préstamo de libros entre amigos es una práctica habitual entre los estudiantes universitarios: un 67,1% ha accedido a algún libro mediante este medio.

El 64% de los estudiantes ha tomado en préstamo algún libro de la biblioteca.

3.7. Comparación con los datos nacionales

a) Compra de libros

En este apartado solamente se puede contrastar el porcentaje de sujetos que no han comprado ningún libro. En el informe de la FGEE sobre el total de la población son no compradores de libros el 23% de los estudiantes universitarios y el 16.9% de los estudiantes. En nuestro estudio, los estudiantes universitarios que no han comprado ningún libro en el año anterior son el 20.8%.

El informe nacional diferencia entre la compra de solo libros no de texto, solo libros de texto y libros de texto y no de texto. Ofrece datos de la intensidad de compra de los compradores de libros no de texto, mientras que nosotros no disponemos de esa segmentación, por lo que no podemos comparar ningún dato con absoluta fiabilidad.

Comparados los datos de la FGEE (compra de libros no de texto) con nuestros datos (que pueden incluir tanto libros de texto como no de texto), los estudiantes universitarios compran menos libros que los sujetos de los grupos de comparación (Tabla 26).

b) Préstamo bibliotecario

La FGEE ofrece el porcentaje de sujetos lectores que ha sacado algún libro en préstamo bibliotecario (tomando como base los asistentes a bibliotecas). Así, se

informa que el 47.7% de los estudiantes universitarios han obtenido algún libro por préstamo bibliotecario. El 57% de nuestros estudiantes universitarios han obtenido algún libro por préstamo de biblioteca. Como puede observarse, encontramos un mayor porcentaje en los sujetos de nuestra muestra, pero hay que tener en cuenta que son estudiantes y, aunque la pregunta hacía referencia a lectura voluntaria, sin duda algunos pueden haber incluido el préstamo de libros de estudio y trabajo.

Tabla 26: Número de libros comprados

	1 a 5 libros		Más de 6 libros
Universitarios	32.0		36.9
Estudiantes	43.9		25.9
SM/CEPLI	1 o 2 libros	3 a 5 libros	16.9
	36.1	26.2	
	62.3		

c) Sistema de acceso al libro

Los datos que proporciona la encuesta nacional muestran la forma de acceso al último libro que han leído, utilizando la base de lectores. Nosotros tenemos la información del número de libros al que han accedido, según las distintas modalidades (Tabla 27).

Tabla 27: Formas de acceso al libro

	Compra	Regalo	Préstamo	Biblioteca
Estudiantes	51.7	14.0	20.5	7.0
Universitarios	58.2	17.4	15.6	5.1
SM/CEPLI	85.5	66.4	71.9	57.1

La comparación, debido a las diferencias, ha de ser genérica sobre las preferencias de la forma de acceso al libro. Podemos comprobar que coincide el orden de las alternativas: NACIONAL: compra, préstamo amigos, regalo, biblioteca; CEPLI/SM: compra, préstamo amigo, regalo, biblioteca.

4. MOTIVACIÓN LECTORA

Casi la mitad de los estudiantes universitarios señala que lee porque le gusta; la tercera parte, para aprender e informarse; un 27% porque se divierte; un 15% para evadirse, y un 7.7% para estar al día (Gráfico 34).

En función de su frecuencia lectora (Tabla 28) se aprecia en los sujetos lectores el predominio de factores que guardan relación con la motivación intrínseca. Leen porque les gusta y les divierte, aunque también se valora el aprendizaje y la información que reciben (Gráfico 35).

Gráfico 34: Motivos de leer

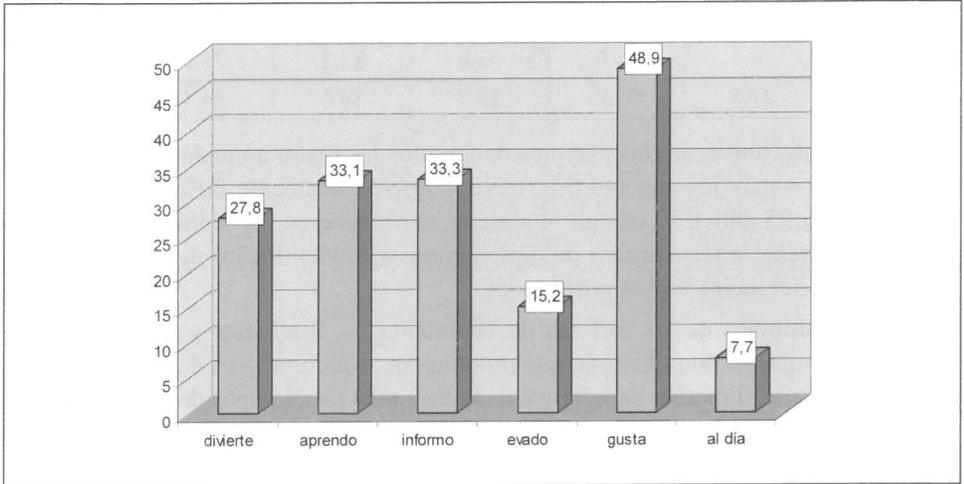
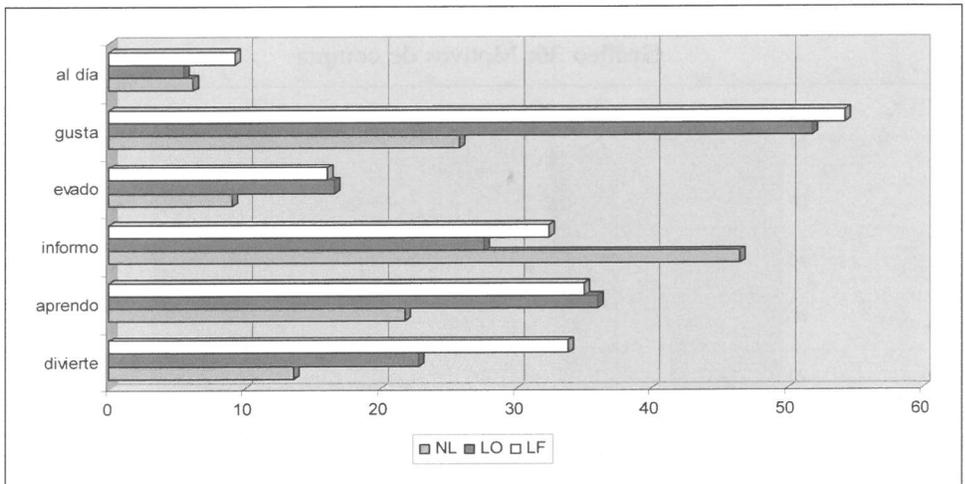


Tabla 28: Motivos de lectura según frecuencia lectora

	Divierte	Aprendo	Informo	Evado	Gusta	Al día
NL	13.6	21.8	46.5	9.1	25.8	6.2
LO	22.8	36.0	27.6	16.8	51.8	5.5
LH	33.8	35.0	32.4	16.1	54.2	9.3

Gráfico 35: Motivos de lectura según frecuencia lectora



Las diferencias por sexo muestran que los varones valoran en mayor medida la información que reciben de la lectura, lo que concuerda con los datos que se ponen de manifiesto en la lectura de prensa (Tabla 29). En las mujeres destaca el gusto por leer (56.4%), reflejo de una motivación intrínseca hacia la lectura.

Tabla 29: Motivos de lectura según sexo

	Divierte	Aprendo	Informo	Evado	Gusta	Al día
Hombre	28.4	35.6	43.8	12.1	31.7	11.8
Mujer	27.5	32.0	28.7	16.5	56.4	5.9

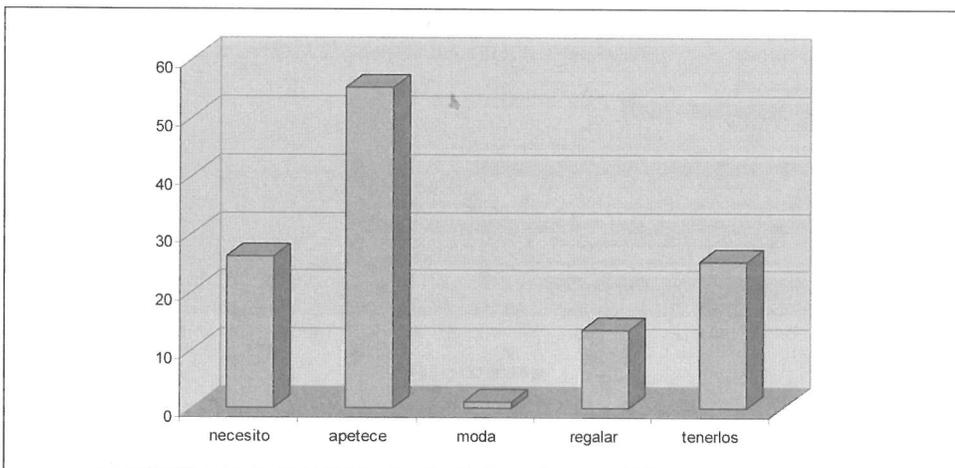
Los alumnos universitarios mayores de 25 años leen para aprender, en mayor porcentaje que los más jóvenes (44.6% frente a aproximadamente 30% de los que tienen menos de 25 años). El mismo fenómeno se produce en los alumnos de licenciaturas (45%) frente a los alumnos de diplomaturas (28.9%). En los demás motivos no se aprecian diferencias en los porcentajes.

Para los alumnos de las carreras de Humanidades, Filologías y Derecho resulta relevante el motivo del aprendizaje que proporciona la lectura (55.1%, 48,3% y 48,1% respectivamente). El motivo de informarse destaca para los alumnos de Sociales (40%), los alumnos de Magisterio (36.8%), los de Ingenierías (33%) y los de Enfermería (32.5%). Ambos motivos hacen referencia, posiblemente, a la obligación de la lectura para los estudiantes universitarios. Los alumnos de las Ingenierías presentan el porcentaje más bajo de leer porque les gusta (35.8%). Los alumnos de las otras carreras se encuentran en torno al 50%.

4.1. Motivación de compra

Los alumnos universitarios compran libros: en primer lugar, porque les apetece (55.3%), a continuación porque los necesitan (26.2%) y, en tercer lugar, simplemente, para tenerlos (25.3%). En menor medida se compran libros para regalarlos (13.6%) y solo un 1.1% porque están de moda. En el Gráfico 36 se muestran estos resultados.

Gráfico 36: Motivos de compra



Es interesante destacar, en la compra de libros, la orientación hacia la motivación extrínseca. Se compran libros porque se necesitan, lo que señala la obligación de los

estudiantes universitarios de llevar a cabo el comportamiento lector. Los que se han definido como no compradores de libros, acceden a su compra, básicamente, por necesidad; mientras que en los alumnos compradores de libros destaca la motivación intrínseca, porque les apetece (68.2%) y para tenerlos (31.2%).

Atendiendo al sexo (Tabla 30), las diferencias aparecen en los ítems de motivación intrínseca (apetece, tenerlos), que alcanzan porcentajes más elevados para las mujeres universitarias. Conjuntamente, estos resultados indican una mayor motivación de compra para las mujeres, por la lectura en sí misma. Cuando se habla de la necesidad de comprar libros los porcentajes de ambos grupos son similares, confirmando la obligación lectora durante los estudios universitarios.

Tabla 30: Motivos de compra de libros según sexo

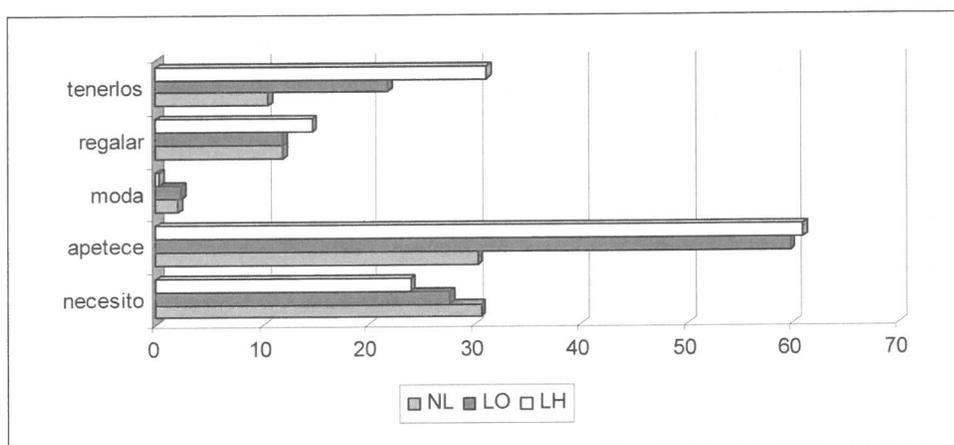
	Necesito	Apetece	Moda	Regalarlos	Tenerlos
Hombre	23.0	49.2	2.4	13.3	23.0
Mujer	27.6	57.9	0.5	13.7	26.4

En el comportamiento lector (Tabla 31) de los sujetos lectores se puede apreciar el predominio de los factores de motivación intrínseca (Gráfico 37).

Tabla 31: Motivos de compra de libros según frecuencia lectora

	Necesito	Apetece	Moda	Regalarlos	Tenerlos
NL	30.6	30.3	2	11.9	10.5
LO	27.7	59.7	2.3	12	21.9
LH	24	60.9	0.3	14.7	31.2

Gráfico 37: Motivos de compra de libros



Como puede observarse en el gráfico anterior, la única contingencia que no resulta significativa es la motivación de los tres grupos para regalar libros.

4.2. Factor motivacional

Entre las alternativas de respuesta a los motivos de lectura y de compra de libros, se pueden distinguir dos bloques: uno referido a la motivación de leer, siendo la lectura el propio refuerzo de la actividad; otro, referido a la lectura como instrumento, en el que la motivación no es la lectura, sino lo que se puede obtener con ella. En el primer caso hablamos de motivación intrínseca a la lectura. En el segundo lo haríamos de una motivación extrínseca.

Como motivación intrínseca hemos considerado las alternativas de motivos de lectura «divierte», «me evado» y «me gusta». Como alternativas de los motivos de compra, se han utilizado «me apetece» y «me gusta tenerlos en casa».

Como motivación extrínseca para la lectura, hemos considerado las respuestas de «aprendo», «me informo» y «estoy al día». De los motivos de compra, hemos contabilizado como motivación extrínseca las respuestas de «los necesito», «está de moda» y «me gusta regalarlos». Al ser las preguntas de los motivos de alternativa múltiple, un mismo sujeto puede llegar a presentar los dos tipos de motivaciones.

Entendemos que la motivación intrínseca es la que se necesita para ser lector. Se trata del leer por leer, cuando la actividad por sí misma es placentera. Pero, indudablemente, al tratarse de estudiantes universitarios la lectura forma parte de su repertorio imprescindible de conductas para completar su formación. No obstante, podemos suponer que los estudiantes que solo presenten motivación extrínseca, pueden abandonar la lectura cuando terminen su período de estudios y no necesiten leer para estudiar, manteniendo exclusivamente la lectura instrumental.

Se presentan primero los datos diferenciados para motivación intrínseca y motivación extrínseca. Después se construye la variable motivación, con la que se puede describir la influencia conjunta de ambas motivaciones y llegar a conocer los valores de la presencia de motivación extrínseca.

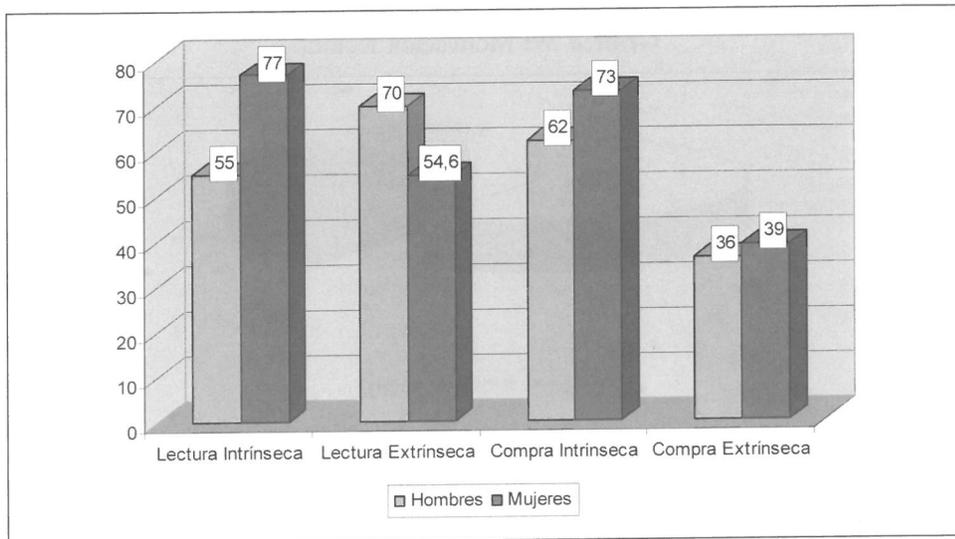
Los resultados obtenidos con la creación de estas variables confirman la necesidad de la lectura para los estudiantes universitarios. Casi el 60% informa de motivación extrínseca para la lectura, y para la compra de libros en un 38.5%. Como ya hemos visto, los estudiantes acceden también a los libros por préstamo entre amigos y por préstamo bibliotecario, por ello los dos índices no son coincidentes. Al analizar los datos en función de la frecuencia de lectura, la motivación intrínseca es semejante en todos los grupos. Como puede observarse, la motivación extrínseca marca diferencias importantes entre lectores y no lectores (Tabla 32).

Tabla 32: Motivaciones según la frecuencia de lectura

		Lector Frecuente	Lector Ocasional	No Lector
Lectura	Intrínseca	78.0	71.4	41.6
	Extrínseca	60.1	58.1	59.8
Compra	Intrínseca	78.2	73.0	37.7
	Extrínseca	36.7	39.5	42.5

En cuanto a las diferencias por sexo, la motivación intrínseca es superior en las mujeres, tanto para la motivación lectora, como para la compra de libros (Gráfico 38).

Gráfico 38: Motivación según sexo



Según la edad, los estudiantes universitarios mayores de 25 años presentan una mayor motivación extrínseca para la lectura y la compra de libros que los demás estudiantes (Tabla 33a).

Tabla 33a: Motivaciones según la edad

		- 19 años	19-24 años	+ 25 años
Lectura	Intrínseca	67.1	72.1	70.3
	Extrínseca	58.9	57.9	65.0
Compra	Intrínseca	68.1	70.0	72.9
	Extrínseca	41.7	37.2	40.6

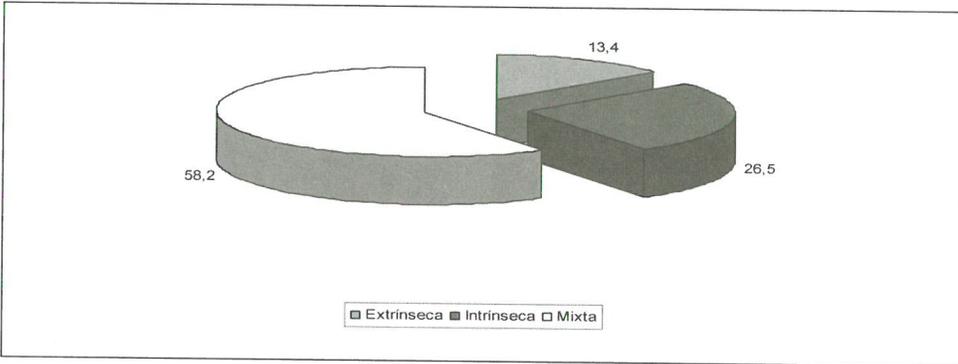
También los alumnos de licenciaturas están más motivados intrínsecamente para la lectura y la compra de libros que los alumnos de las diplomaturas (Tabla 33b).

Tabla 33b: Motivaciones según el grado de los estudios

		Diplomatura	Licenciatura
Lectura	Intrínseca	67.5	78.5
	Extrínseca	58.0	63.3
Compra	Intrínseca	66.5	79.9
	Extrínseca	39.0	37.2

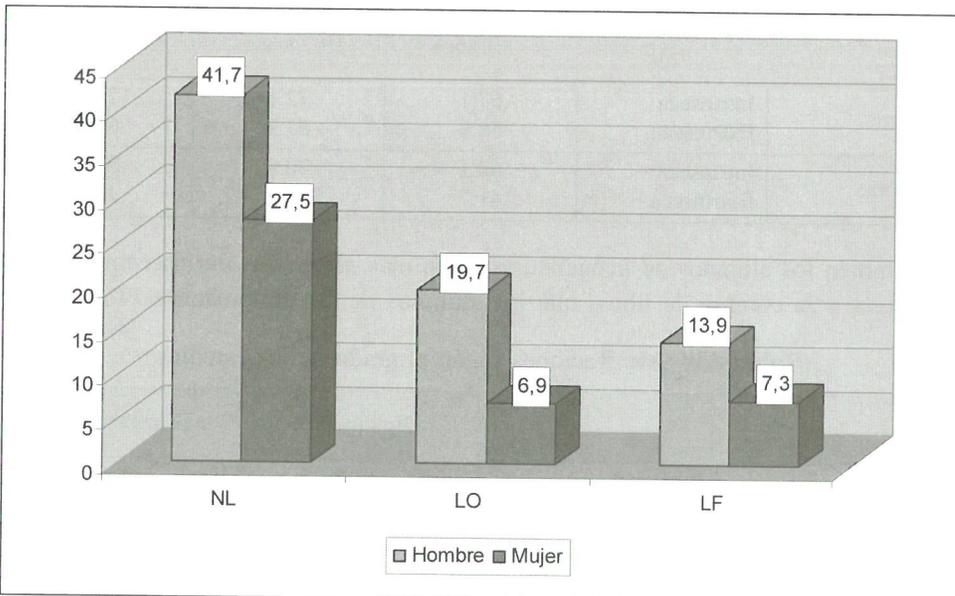
Analizadas conjuntamente las motivaciones, un 13.4% de los alumnos universitarios se dirigen a la lectura solo por motivación extrínseca (Gráfico 39). Como era de esperar, el mayor porcentaje se ubica en la motivación mixta. Para la formación de los universitarios es imprescindible llevar a cabo el comportamiento lector.

Gráfico 39: Motivación lectora



La motivación extrínseca, como única motivación lectora, es superior en los hombres (20.5%), que en las mujeres (10.3%). Y, como es lógico, superior en los sujetos no lectores (32.3%), que en los lectores (lector ocasional: 10.2%, lector frecuente: 9.4%). Combinadas ambas variables se mantiene la superioridad de la lectura instrumental de los hombres para los tres grupos de análisis (Gráfico 40).

Gráfico 40: Lectura instrumental según frecuencia lectora y sexo

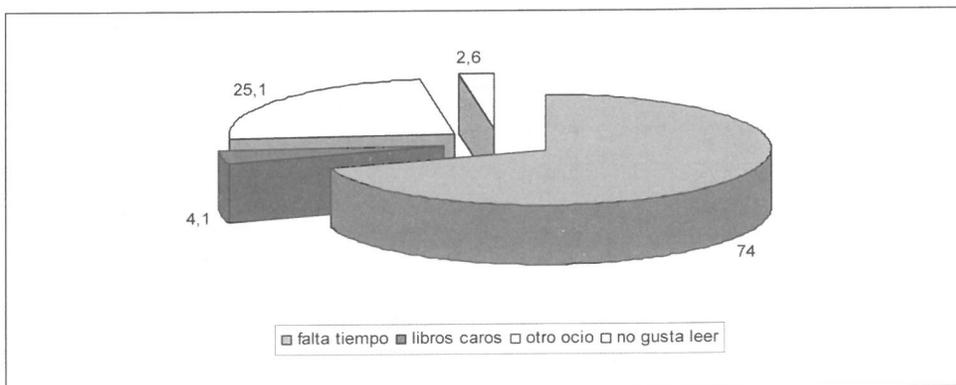


Conforme aumenta la edad se reduce el porcentaje de estudiantes universitarios que se dirigen a la lectura solo por motivación extrínseca (16.6%, 13.0% y 8.9%, respectivamente). La motivación extrínseca es mayor en los alumnos de diplomaturas (15.4%), que en los que realizan estudios de licenciatura (7.8%). Los porcentajes más bajos los presentan los alumnos de Psicología/Pedagogía (3.9%), Filología (5.9%) y Humanidades (9.4%); los más elevados los estudiantes de Ingenierías (22.0%), Sociales (20.7%) y Enfermería (20.0%).

4.3. Razones para no leer más

Las tres cuartas partes de los estudiantes universitarios apelan a la falta de tiempo para justificar por qué no leen más. La cuarta parte prefiere ocupar su tiempo libre en otro ocio y no llega al 3% el número de estudiantes que afirman que no les gusta leer (Gráfico 41).

Gráfico 41: Razones para no leer



A las mujeres les falta más tiempo para leer (80.3%) que a los hombres (59.8%). Mientras que ocurre lo mismo entre los estudiantes mayores de 25 años (80.2%) y los más jóvenes. Algo similar ocurre entre los estudiantes de licenciatura (81.5%) y los de diplomatura (71.4%). Los hombres (40.2%), los estudiantes más jóvenes (26.4%) y los que realizan estudios de diplomatura (28.3%), prefieren en mayor medida otro tipo de ocio (Tabla 34).

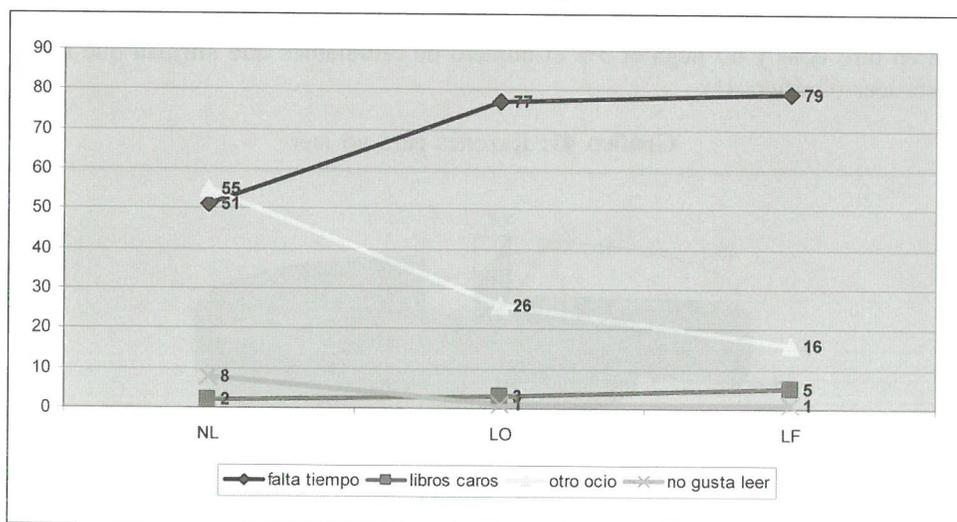
Tabla 34: Razones para no leer según las variables de estudio

	Falta tiempo	Libros caros	Otro ocio	No gusta leer
Hombre	59.8	6.0	40.2	3.0
Mujer	80.3	3.2	18.4	2.4
-19 años	73.0	4.6	28.1	2.7
19-24 años	73.5	3.4	25.7	2.8
+25 años	80.2	6.3	15.5	1.7
Diplomatura	71.5	3.7	28.3	3.0
Licenciatura	81.5	5.1	15.9	1.2

Los estudiantes de Humanidades (89.1%), Filologías (84.7%) y Enfermería (85%) declaran que les falta más tiempo. Un 5% de los alumnos de Enfermería dicen que no leen porque no les gusta, casi el mismo porcentaje (4.6%) que los estudiantes de Ingenierías. De estos últimos, el 36.7% prefiere otro tipo de ocio.

Atendiendo a la frecuencia de lectura, los lectores afirman no leer más por falta de tiempo y por el precio de los libros. Los no lectores atribuyen este hecho a que prefieren ocupar su tiempo libre con otra alternativa de ocio. Casi a un 8% de los no lectores declara que no les gusta leer (Gráfico 42).

Gráfico 42: Razones para no leer según la frecuencia lectora



La motivación lectora actúa también como variable relevante en la justificación de la lectura. Los estudiantes con motivación instrumental prefieren tener otro tipo de ocio, mientras que los estudiantes con motivación intrínseca informan que no leen más porque les falta tiempo (Gráfico 43).

Según el sexo, tratadas conjuntamente la frecuencia y la motivación lectora, se mantienen los resultados que aparecían individualmente en cada variable.

4.4. Comparación con los datos nacionales

a) Motivos de lectura

El informe del *Barómetro de Hábitos de Lectura* (2007) informa sobre las razones que han llevado a los lectores a la lectura del último libro. Ofrece cinco alternativas de respuesta: por entretenimiento, mejora de nivel cultural, estudios, consulta y trabajo. La información que tenemos de los estudiantes universitarios se refiere a la motivación de la lectura en general, sin especificar el último libro. En nuestro informe hemos agrupado las alternativas de respuesta en dos bloques: motivación intrínseca y motivación extrínseca.

Gráfico 43: Razones para no leer según la motivación lectora

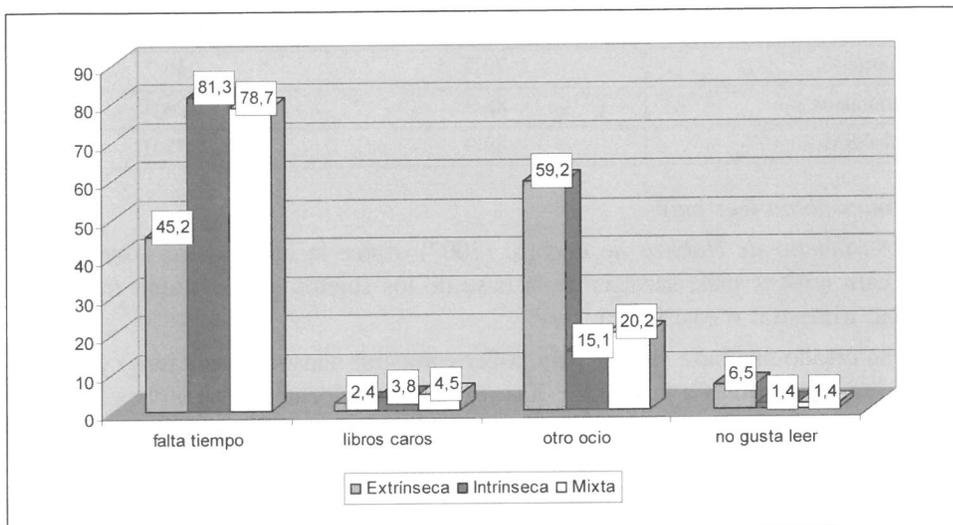


Tabla 35: Razones para no leer según sexo, frecuencia y motivación lectora

	Motivación	Sexo	Falta tiempo	Otro ocio
No lector	Extrínseca	Hombre	28.0	72.0
		Mujer	48.4	59.4
	Intrínseca	Hombre	71.4	71.4
		Mujer	61.5	51.3
	Mixta	Hombre	45.0	60.0
		Mujer	64.0	36.0
Lector Ocasional	Extrínseca	Hombre	57.1	57.1
		Mujer	63.3	43.3
	Intrínseca	Hombre	38.5	61.5
		Mujer	87.8	13.7
	Mixta	Hombre	66.7	38.5
		Mujer	82.1	20.5
Lector Frecuente	Extrínseca	Hombre	35.7	71.4
		Mujer	52.5	44.3
	Intrínseca	Hombre	74.4	11.6
		Mujer	87.2	4.5
	Mixta	Hombre	70.3	25.8
		Mujer	88.6	8.0

Para comparar nuestros resultados con los nacionales, hemos realizado la misma agrupación, dejando el entretenimiento como motivación intrínseca de la lectura y el resto de las alternativas como motivación extrínseca. Como puede observarse, en los tres grupos de lectores destacan los motivos intrínsecos para leer, mientras que en los motivos extrínsecos nuestro grupo de estudio también sobresale sobre los otros dos grupos (Tabla 36).

Tabla 36: Motivos de lectura

	Motivos intrínsecos	Motivos extrínsecos
Estudiantes	72.7	40.7
Universitarios	88.3	26.0
CEPLI / SM	89.9	71.0

b) Razones de no leer más

El *Barómetro de Hábitos de Lectura* (2007) ofrece la información sobre las razones para no leer más, sacadas de la base de los sujetos que leen con frecuencia mensual, trimestral o casi nunca.

Se ha creado una base similar para poder comparar nuestros resultados con los de las dos muestras afines a la nuestra. Las razones coincidentes entre ambos informes son: falta de tiempo, preferencia de otros ocios y porque no le gusta leer (el informe nacional incluye otra categoría sobre problemas de vista o motivos de salud, que en los estudiantes aparece en blanco).

Como puede observarse en la justificación por la falta de tiempo, los estudiantes universitarios de nuestro informe se sitúan entre los valores de las dos muestras de contraste. En el gusto lector por debajo de las dos. Y en otro ocio se supera el porcentaje de los universitarios y de los estudiantes (Tabla 37).

Tabla 37: Razones de no lectura

	Falta tiempo	Otro ocio	No gusta leer
Estudiantes	53.5	33.0	19.0
Universitarios	73.1	18.1	7.4
SM/CEPLI	67.8	37.0	2.2

c) Gusto lector

La encuesta nacional de *Precisa* (2006) incluía una pregunta sobre el gusto por la lectura, siendo las alternativas de respuesta cuatro: nada, poco, bastante y mucho. En el informe de *Conecta* (2007) aparecen también los resultados de esta pregunta, agrupando las alternativas de mucho y bastante. Nosotros también contamos con esta pregunta, pero con cinco alternativas, incluyendo la respuesta regular. Para realizar la comparación hemos agrupado los porcentajes de regular, mucho y bastante de nuestra muestra de estudio. Los universitarios del estudio de la FGEE (2007) informan en un 89.8% de que les gusta la lectura. Los estudiantes universitarios se encuentran en las categorías de gusto lector en un 90.3%.

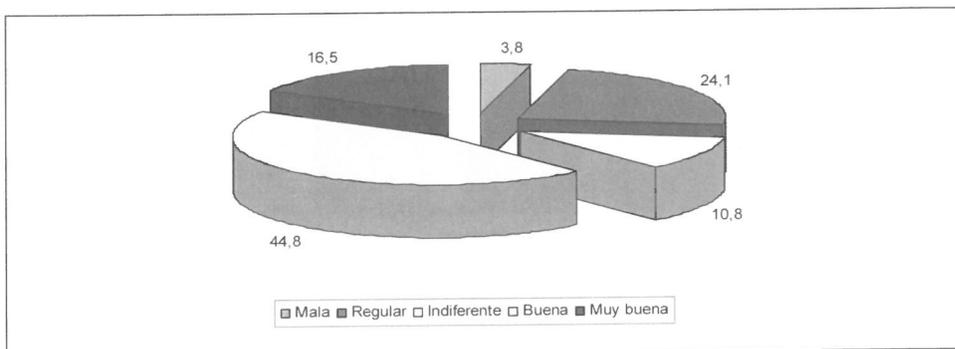
En el informe de *Precisa* (2006), se especifica que los sujetos no lectores que informan que les gusta la lectura, no leen por falta de tiempo. En nuestro caso, se reproducen los mismos resultados. El 85.7% de los que valoran que les gusta leer bastante y el 100% de los que les gusta leer mucho, justifican su comportamiento lector por la falta de tiempo.

5. PERCEPCIÓN LECTORA

5.1. Relación con la lectura

Los datos muestran que 6 de cada 10 universitarios valoran como positiva su relación con la lectura (Gráfico 44).

Gráfico 44: Distribución de la Relación con la lectura



Las mujeres (66.1%) muestran mejor relación con la lectura que los hombres (50.2%). Al igual que ocurre con los estudiantes de licenciatura (75.1%) con respecto a los de diplomatura (56.5%). Por edades no se producen diferencias (Tabla 38).

Tabla 38: Relación con la lectura según las variables de estudio

	Mala	Regular	Indiferente	Buena	Muy buena
Hombre	6.9	24.3	18.7	36.8	13.4
Mujer	2.5	24.0	7.4	48.3	17.8
-19 años	2.3	23.7	12.1	45.3	16.6
19-24 años	4.2	24.1	10.9	44.7	16.1
+25 años	4.1	24.7	7.5	45.1	18.6
Diplomatura	4.6	27.2	11.8	44.1	12.4
Licenciatura	1.6	15.3	7.9	16.9	28.2

Por carreras, los estudiantes de Filologías (87%) y de carreras de Humanidades (83.1%) son los que valoran más positivamente su relación con la lectura. En el extremo opuesto se encuentran los estudiantes de Ingenierías (38.9%).

Las mayores diferencias en esta variable se dan entre los «lectores» y los «no lectores». Un 52% de los «no lectores» valoran negativamente (mala y regular) su relación con la lectura. El 73.6% de los «lectores frecuentes» y el 58% de los «lectores ocasionales» valoran positivamente su relación con la lectura (Gráfico 45).

5.2. Nivel lector

Más del 80% de los estudiantes universitarios consideran que tienen un buen nivel lector, mientras que alrededor de un 3% lo valora como malo (Gráfico 46).

Gráfico 45: Relación con la lectura según la frecuencia de lectura

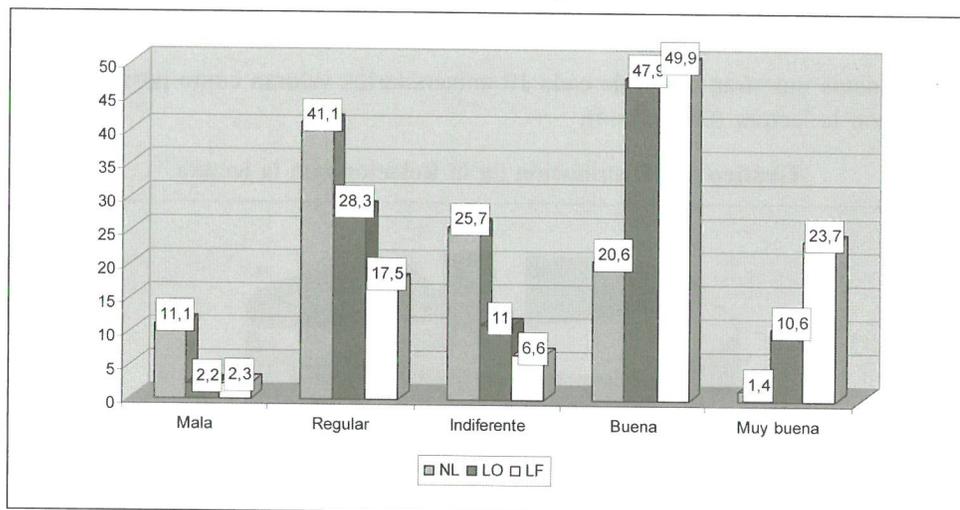
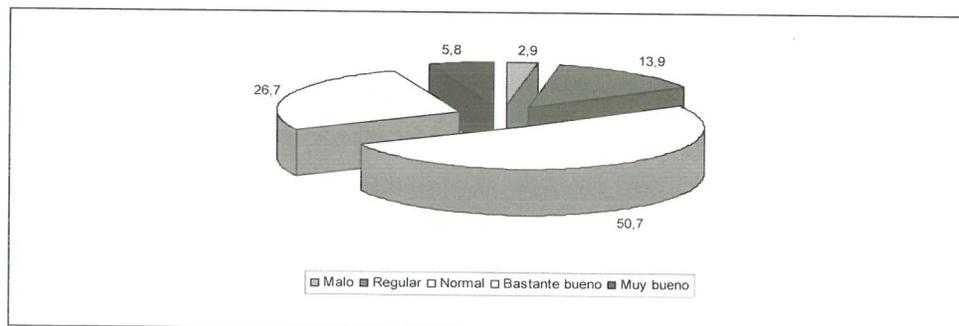


Gráfico 46: Distribución del nivel lector



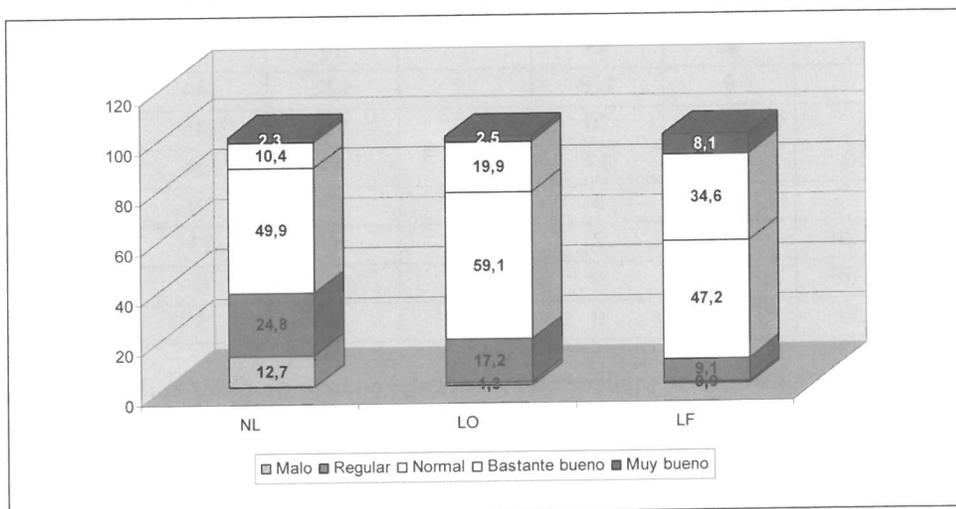
Los hombres perciben en mayor medida que su nivel lector es peor que el de las mujeres (21.4% de hombres en las categorías negativas, 14.8% de las mujeres). Por edades, los mayores de 25 años extrapolan los resultados respecto a los demás, 20% nivel lector malo y regular, 8.8% muy bueno. Los datos según los estudios reflejan que los estudiantes de licenciaturas se perciben con mejor nivel lector, 44% bastante bueno y muy bueno, frente a menos del 30% de los estudiantes de diplomaturas (Tabla 39). Destacan por su nivel lector los alumnos de las carreras de Humanidades (52%), Derecho (50%) y Filología (46%). Los alumnos de Ingenierías se perciben a sí mismos con mal nivel lector (47.5%).

En relación con la frecuencia lectora, destaca mayoritariamente en todos los grupos la percepción de normalidad. Incluso, el 50% de los «no lectores» consideran que tienen un nivel lector normal, y el 38% entiende que su nivel lector es bajo. El 43% de los «lectores frecuentes» y el 22% de los «lectores ocasionales» valoran su nivel lector como elevado (Gráfico 47).

Tabla 39: Nivel lector según las variables de estudio

	Malo	Regular	Normal	Bastante bueno	Muy bueno
Hombre	4.4	17.0	45.4	26.2	6.9
Mujer	2.3	12.5	53.0	26.9	5.3
-19 años	2.3	14.6	49.2	27.4	6.4
19-24 años	2.9	13.3	52.2	26.8	4.8
+25 años	4.0	16.2	44.4	26.6	8.8
Diplomatura	3.1	15.3	53.2	24.4	4.1
Licenciatura	2.5	9.8	43.8	33.3	10.5

Gráfico 47: Nivel lector según la frecuencia de lectura



Entre las dos variables perceptivas existe una contingencia significativa, de manera que un nivel lector bajo está asociado con una relación negativa con la lectura, y a la inversa. Así, más del 50% de los sujetos que perciben una muy buena relación con la lectura valoran su nivel lector como muy bueno, y más del 37% como bastante bueno. Las variables perceptivas presentan una correlación elevada con el gusto lector (relación con la lectura: $r = .628$, $p < .000$; nivel lector: $r = .495$, $p < .000$).

6. PATRONES DE LECTURA

El objetivo de este bloque es analizar la conducta lectora que llevan a cabo los lectores en contraste con los sujetos no lectores, para intentar establecer el patrón de conducta que determina la inserción de la lectura en el estilo de vida del individuo. Las personas mostramos nuestros hábitos a través de conductas específicas, de manera que la lectura y las conductas propias de un sujeto lector deben formar parte de sus vivencias cotidianas.

6.1. Medida de lectura

En la contingencia de las variables analizadas hemos encontrado personas cuyas respuestas a una pregunta sobre comportamiento lector no era posible, teniendo en cuenta la información que habían proporcionado de otra variable de medida indirecta de comportamiento lector (Tabla 40). Por ejemplo, es muy difícil mantener el cruce leo todos o casi todos los días y haber leído 1 o 2 libros en el último año.

Tabla 40: Frecuencias contingencia de dedicación a la lectura voluntaria/libros leídos

Libros leídos en el último año	Dedicación lectura voluntaria					
	Nunca	Casi nunca	Alguna vez al trimestre	Alguna vez al mes	Una o dos veces a la semana	Todos o casi todos los días
Ninguno	16	53	1	19	31	17
1 ó 2	9	178	77	122	134	90
De 3 a 5	5	70	63	171	245	177
De 6 a 10	0	17	27	65	124	170
15	0	3	2	7	30	91
De 16 a 20	0	2	0	6	13	40
De 21 a 50	0	0	0	4	6	48
Más de 50	0	0	0	1	5	14

El mismo fenómeno se produce en el cruce del número de libros leídos con el de tiempo dedicado semanalmente a la lectura (Tabla 41).

Tabla 41: Frecuencias en la contingencia tiempo de lectura/libros leídos

Libros leídos en el último año	Tiempo de lectura							
	No leo	1 h.	2 h.	3 h.	4-5 h.	6-7h.	8-10 h.	+10 h.
Ninguno	75	8	5	8	7	0	2	0
1 ó 2	241	104	63	57	28	9	6	0
De 3 a 5	119	64	88	110	163	60	36	12
De 6 a 10	27	17	19	70	106	68	52	21
De 11 a 15	2	3	10	12	24	27	30	24
De 16 a 20	0	0	6	1	15	12	16	11
De 21 a 50	0	1	0	6	4	15	17	15
Más de 50	0	0	2	0	2	0	5	11

Ante estos resultados hemos considerado necesario aplicar una medida correcta. Es por lo que hemos empleado el cruce entre tiempo de lectura voluntaria y el número de libros leídos en el último año. El *Barómetro de Hábitos de Lectura y Com-*

pra de Libros ofrece esta misma información cruzada, desde el año 2003; pero nosotros hemos utilizado para su análisis los datos de este informe en 2006 (Tabla 42):

Tabla 42: Contingencia datos nacionales 2006

	Todos o casi todos los días	Una o dos veces por semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Casi nunca	Nunca
Número sujetos	985	601	481	155	634	1144
Ninguno	0.0	0.0	0.0	0.0	70.0	100.0
Un libro	0.8	2.2	12.8	27.1	14.7	0.0
De 2 a 4 libros	14.4	42.2	64.1	61.0	12.8	0.0
De 5 a 8 libros	27.9	31.0	16.3	5.3	1.3	0.0
De 9 a 12 libros	22.2	11.4	3.3	4.6	0.8	0.0
De 13 a 15 libros	8.2	5.2	1.3	0.0	0.0	0.0
De 16 a 20 libros	9.2	4.1	0.5	0.0	0.0	0.0
De 21 a 30 libros	7.4	1.9	0.9	0.0	0.0	0.0
De 31 a 100 libros	6.3	0.4	0.5	0.0	0.0	0.0
Más de 100 libros	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ns/nc	2.6	1.6	0.3	2.0	0.4	0.0
inconsistencia	15.2	4.5	6.5	9.9	14.9	0

En la última línea hemos incluido los porcentajes de sujetos que proporcionan información inconsistente. Los datos de nuestros sujetos, manteniendo los mismos niveles de consistencia en los cruces, muestran los siguientes resultados (Tabla 43):

Tabla 43: Contingencia datos universitarios

	Todos los días	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Casi nunca	Nunca
Número sujetos	648	591	396	170	323	30
Ninguno	2.6	5.2	4.8	0.6	16.4	53.3
1 o 2	13.9	22.7	30.8	45.3	55.1	30.0
De 3 a 5	27.3	41.5	43.2	37.1	21.7	16.7
De 6 a 10	26.2	21.0	16.4	15.9	5.3	0.0
De 11 a 15	14.0	5.1	1.8	1.2	0.9	0.0
De 16 a 20	6.2	2.2	1.5	0.0	0.6	0.0
De 21 a 50	7.4	1.0	1.0	0.0	0.0	0.0
Más de 50	2.2	0.8	0.3	0.0	0.0	0.0
Ns/nc	0.2	0.5	0.3	0.0	0.0	0.0
inconsistencia	43.8	29.7	9.4	17.7	28.5	46.7

Puede apreciarse que los porcentajes de inconsistencia son más elevados en los estudiantes universitarios.

Considerando la variable del tiempo dedicado a la lectura voluntaria, se entiende como «no lectores» a los sujetos incluidos en las dos primeras categorías de respuesta de la variable frecuencia de lectura voluntaria (nunca y casi nunca), «lector ocasional» al que lee un rato de vez en cuando (al trimestre o al mes), y las dos restantes categorías (una o dos veces a la semana y todos o casi todos los días) constituyen el «lector frecuente». Los resultados, por tanto, son los que ya hemos visto en la primera parte.

En la variable del volumen de lectura, teniendo en cuenta que nuestra muestra de estudio son alumnos universitarios (para los que la lectura es un instrumento de trabajo), consideramos como «no lectores» a los sujetos que se adscriben a las dos primeras categorías de respuesta (no leer ningún libro y 1 o 2 libros en el último año), por entender que en la población de estudiantes universitarios ese es un nivel mínimo de exigencia de estudio y, por lo tanto, cuantificable fuera de la consideración de lectura voluntaria, son un 34.8%.

Cruzando ambas variables (Tabla 44), nos encontramos con un 38.5% de sujetos que proporciona información consistente.

Tabla 44: Porcentajes en el cruce de las variables de categorización

Frecuencia Lectura	Número de libros leídos		
	No lector	Lector Ocasional	Lector Frecuente
No lector	11.9	4.3	0.2
Lector Ocasional	10.2	15.1	0.9
Lector Frecuente	12.6	33.3	11.5

Para nuestro estudio con estudiantes universitarios hemos creado cuatro grupos de lectura:

- «Lectores Habituales» (LH). Está constituido por el grupo de cruce de lectores frecuentes en ambas variables. Son sujetos que leen con una frecuencia como mínimo semanal y han leído un mínimo de 11 libros voluntariamente durante el último año. Los hemos designado «lectores habituales» por entender que bajo estos criterios la lectura está insertada en su estilo de vida.
- «Lectores ocasionales» (LO). Leen de vez en cuando (alguna vez al mes o al trimestre) y han leído entre 3 y 10 libros en el último año.
- «No lectores (NL)». No leen durante su tiempo libre y han leído como máximo 2 libros en el último año.
- «Falsos lectores» (FL). No leen durante su tiempo libre, aunque hayan leído más de 2 libros en el último año; o bien, aunque pueden leer durante su tiempo libre, no han leído más de 2 libros en el último año.

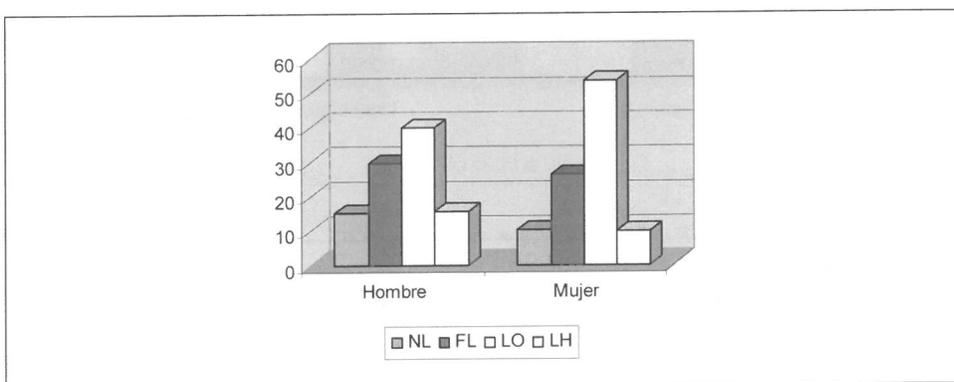
De esta manera, nos encontramos con que casi 12 de cada 100 estudiantes universitarios no accede a la lectura. El 27% lee algún libro, pero no tiene insertada la lectura en su estilo de vida. Más del 60% emplea su tiempo libre en la lectura, el

49% de forma ocasional y el 11% habitualmente. Las mujeres son más lectoras (63.2%) que los hombres (55.4%), pero estos son lectores con mayor intensidad (Gráfico 48).

Tabla 45: Distribución de los grupos de lectores

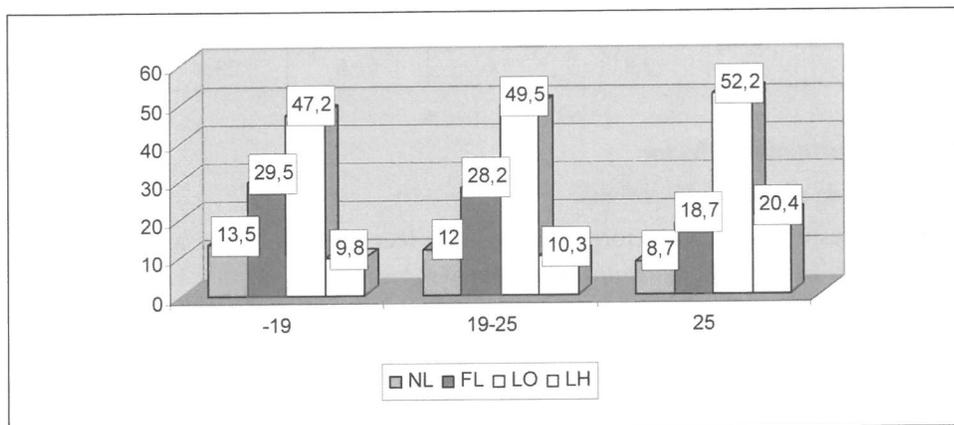
	Hombre	Mujer	Total
No lector	15.3	10.4	11.9
Falso lector	29.4	26.4	27.3
Lector Ocasional	39.8	53.5	49.3
Lector Habitual	15.6	9.7	11.5

Gráfico 48: Distribución de los grupos lectores según sexo



Respecto a la edad, predominan en todos los grupos los «lectores ocasionales» (gráfico 49). Los mayores de 25 años son más lectores (72.6%), encontrándose diferencias entre los grupos, dentro de los «lectores habituales», 20 de cada 100 entre los mayores de 25 años, 10 de cada 100 para los de menos de 25 años.

Gráfico 49: Distribución de los grupos lectores según edad



Una distribución semejante se produce con respecto a los estudios, siendo los universitarios de grado superior más lectores (Gráfico 50). Destacan por los porcentajes lectores, los alumnos de Humanidades. Filología y Derecho (Tabla 38).

Gráfico 50: Distribución de los grupos lectores según estudios

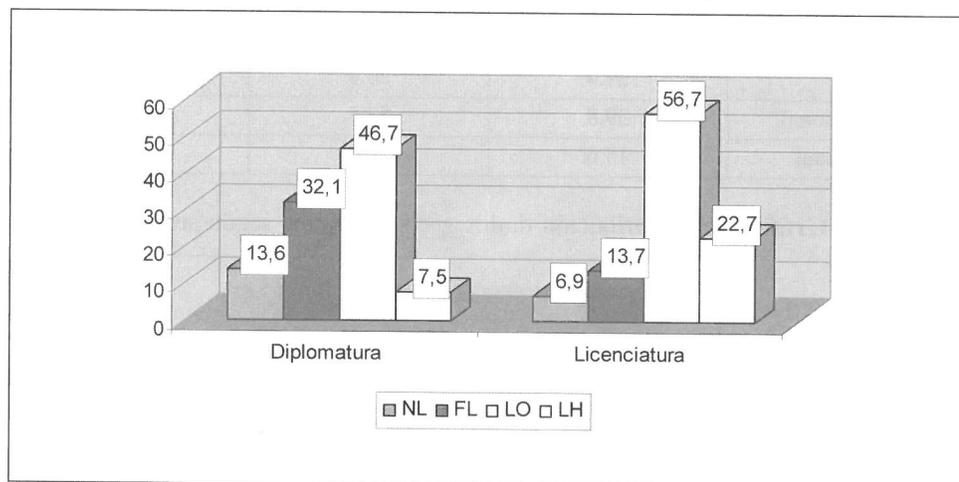


Tabla 46: Distribución de los grupos lectores según carrera

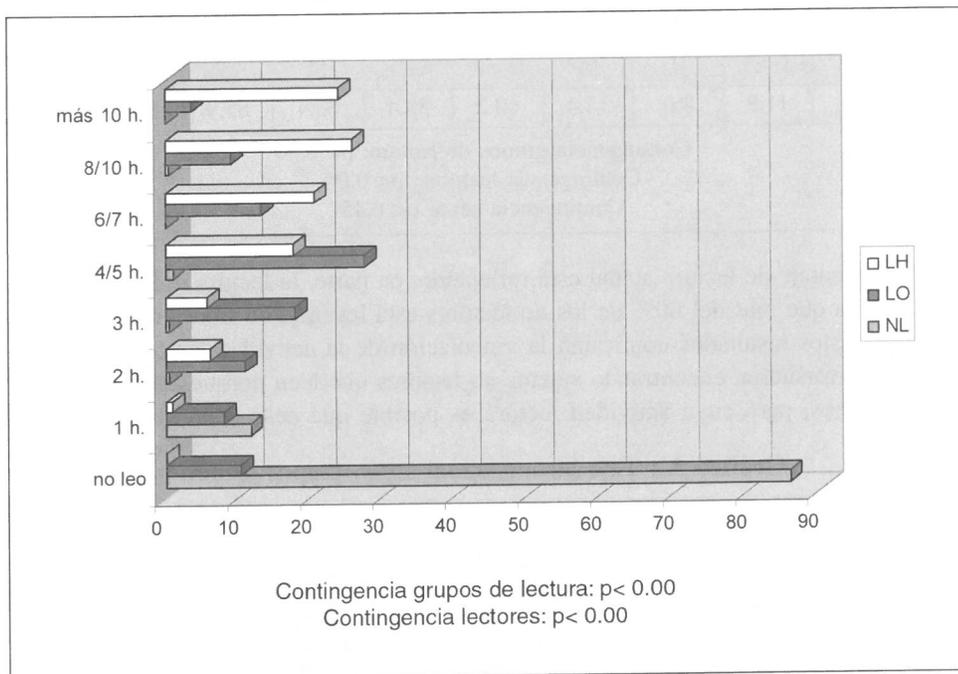
	NL	FL	LO	LH	Lectores
Magisterio	13.7	31.7	46.9	7.7	54.6
Psicología/Pedagogía	10.2	18.1	57.6	14.1	71.7
Sociales	13.4	39.6	37.3	9.7	47.0
Ingeniería	20.8	31.1	41.5	6.6	48.1
Filología	1.7	11.9	52.5	33.9	86.4
Humanidades	2.2	7.3	62.8	27.7	90.5
TS/ES	6.5	19.5	62.6	11.4	74.0
Enfermería	20.0	40.0	37.5	2.5	40.0
Derecho	5.8	9.6	61.5	23.1	84.6

6.2. Comportamiento lector

a) Tiempo de lectura a la semana

Solo 5 estudiantes no lectores informan de leer más de 1 hora a la semana. El 86% no lee. El 47% de los lectores ocasionales lee hasta 3 horas a la semana, aunque el mayor porcentaje se sitúa entre 4 y 5 horas. Los lectores habituales son los que leen con más intensidad: el 50% se ubica entre 6 y 7 horas semanales, una media de una hora diaria; casi la cuarta parte más de 10 horas a la semana (gráfico 51).

Gráfico 51: Tiempo de lectura a la semana según grupos lectura



Los hombres lectores dedican más tiempo semanal a la lectura (Tabla 47), aunque en los lectores habituales las diferencias se reducen.

Tabla 47: Porcentajes de tiempo de lectura semanal según grupo lectura y sexo

	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
No leo	85.9	88.6	59.6	10.3	8.4	10.9	0	0	0
1 hora	11.6	11.4	8.3	8.0	9.2	7.6	0.8	0	1.4
2 horas	0.5	0	0.6	10.8	10.9	10.8	6.1	9.8	3.5
3 horas	0.5	0	0.6	17.8	11.8	19.8	5.7	2.0	8.4
4-5 horas	1.0	0	1.3	27.4	26.1	27.8	17.6	15.7	18.9
6-7 horas	0	0	0	13.1	13.4	13.0	20.4	17.6	22.4
8-10 horas	0.5	0	0.6	9.0	15.1	7.0	25.7	23.5	27.3
+10 horas	0	0	0	3.6	5.0	3.1	23.7	31.4	18.2

Contingencia sexo: $p < 0.00$

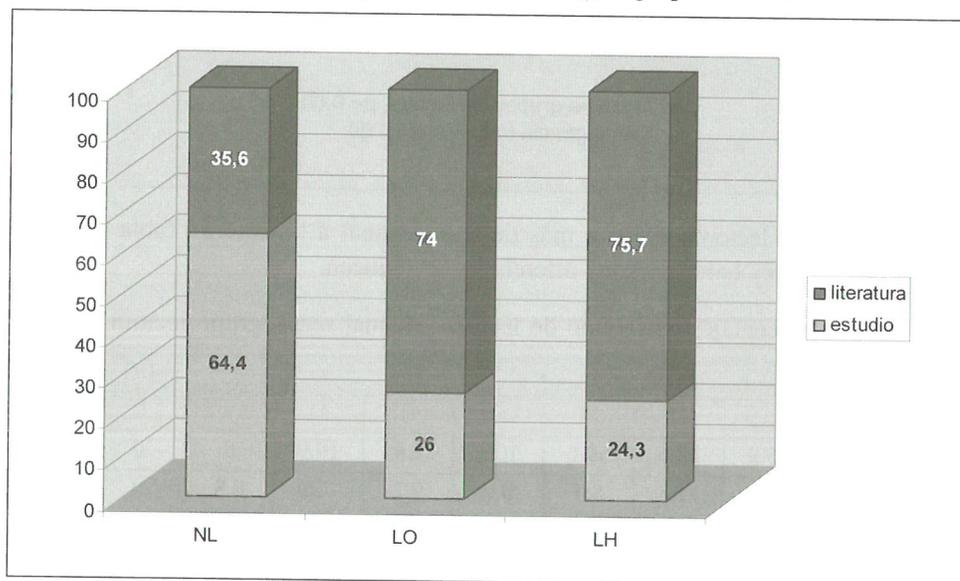
Respecto a la lectura actual, el 12% de no lectores está leyendo un libro en el momento de completar el cuestionario: un 86% de lectores habituales y un 60% de los lectores ocasionales. En todos los grupos de lectura el porcentaje de mujeres que están leyendo un libro es superior al de los hombres (Tabla 48).

Tabla 48: Porcentaje que está leyendo un libro, según grupo de lectura y sexo

	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Leyendo	11.9	8.0	14.4	60.2	58.4	65.4	85.9	81.6	88.8
Contingencia grupos de lectura: $p < 0.00$ Contingencia lectores: $p < 0.00$ Contingencia sexo: $p < 0.45$									

El porcentaje de lectura actual está reflejando, en parte, la lectura obligatoria (Gráfico 52), ya que más del 60% de los no lectores está leyendo un libro vinculado a sus estudios. Estos resultados confirman la vinculación de la actividad lectora con la formación universitaria, encontrando sujetos no lectores que leen porque están realizando unos estudios, pero cuya actividad lectora es posible que cese cuando los finalicen.

Gráfico 52: Tipo lectura actual según grupos lectura



La mitad de los no lectores informan sobre la última lectura, mientras que los lectores lo hacen en un 93% (Tabla 49). Las diferencias entre los grupos se incrementan conforme retrocedemos en el recuerdo lector. Solo el 6% de no lectores llegan a indicar un tercer título, mientras que lo hacen un 61% de los lectores ocasionales y un 84% de los lectores habituales.

Pensamos que estos resultados reflejan no solo las diferencias en la intensidad con que se realiza la actividad lectora, sino que también pueden reflejar diferencias en la implicación del sujeto con la lectura. Los sujetos no lectores desconocen en una proporción elevada los autores de los libros que han leído, encontrándose incluso errores a la hora de indicar los autores de sus lecturas.

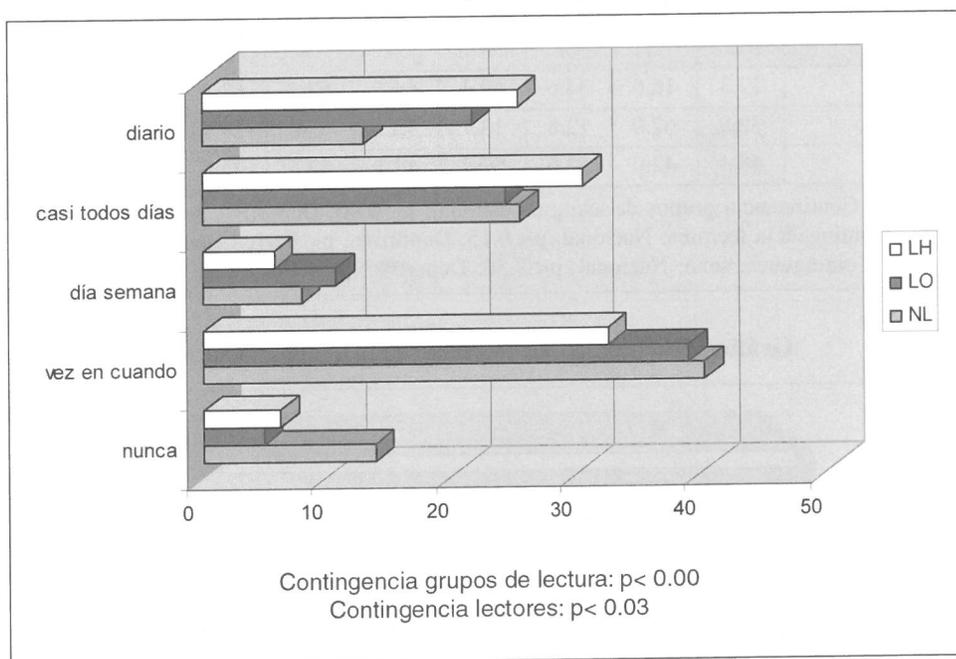
Tabla 49: Porcentajes de últimos libros leídos según grupo lectura

	NL	LO	LH
Libro leyendo	10.5	57.3	81.8
Libro 1 último leído	51.6	93.1	93.3
Libro 2 último leído	19.5	82.6	91.1
Libro 3 último leído	6.6	60.9	84.2

6.3. Otras actividades lectoras

En todos los grupos predomina la lectura de prensa de vez en cuando. En los lectores habituales, la lectura casi todos los días se sitúa muy próxima (gráfico 53).

Gráfico 53: Lectura de prensa según grupos lectura



Los hombres leen la prensa con más frecuencia que las mujeres, casi a diario (Tabla 50).

Los hombres no lectores se dirigen a la prensa deportiva y las mujeres a la prensa local. Los lectores, tanto hombres como mujeres, prefieren la prensa nacional (Tabla 51).

En cuanto al uso de Internet, en todos los casos predomina el empleo diario, aunque los no lectores son los que menos acceden. Entre los lectores no existen grandes diferencias (Gráfico 54). Los hombres emplean con más frecuencia Internet que las mujeres (Tabla 52).

Tabla 50: Porcentajes de lectura de prensa según grupo lectura y sexo

	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Nunca	13.7	12.0	14.7	4.8	2.3	5.6	6.1	7.8	4.9
Veza en cuando	40.2	22.0	51.9	38.9	27.7	42.5	32.5	23.5	38.9
Día semana	7.8	2.0	11.5	10.6	12.3	10.0	5.7	3.9	6.9
Casi todos	25.4	42.0	14.7	24.2	23.1	24.6	30.5	29.4	31.3
Diario	12.9	22.0	7.1	21.5	34.6	17.2	25.2	35.3	18.1

Contingencia sexo: $p < 0.00$

Tabla 51: Tipología de prensa según grupo lectura y sexo

	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Nacional	27.3	16.0	34.6	59.4	64.6	57.7	63.2	64.7	62.1
Deportivo	32.0	62.0	12.8	13.7	33.1	7.4	19.4	35.3	8.3
Local	48.4	42.0	52.6	50.2	43.1	52.5	44.9	37.3	50.3

Contingencia grupos de lectura: Nacional: $p < 0.00$; Deportivo: $p < 0.00$;
 Contingencia lectores: Nacional: $p < 0.15$; Deportivo: $p < 0.01$; Local: $p < 0.07$
 Contingencia sexo: Nacional: $p < 0.50$; Deportivo: $p < 0.00$; Local: $p < 0.00$

Gráfico 54: Empleo de Internet según grupos lectura

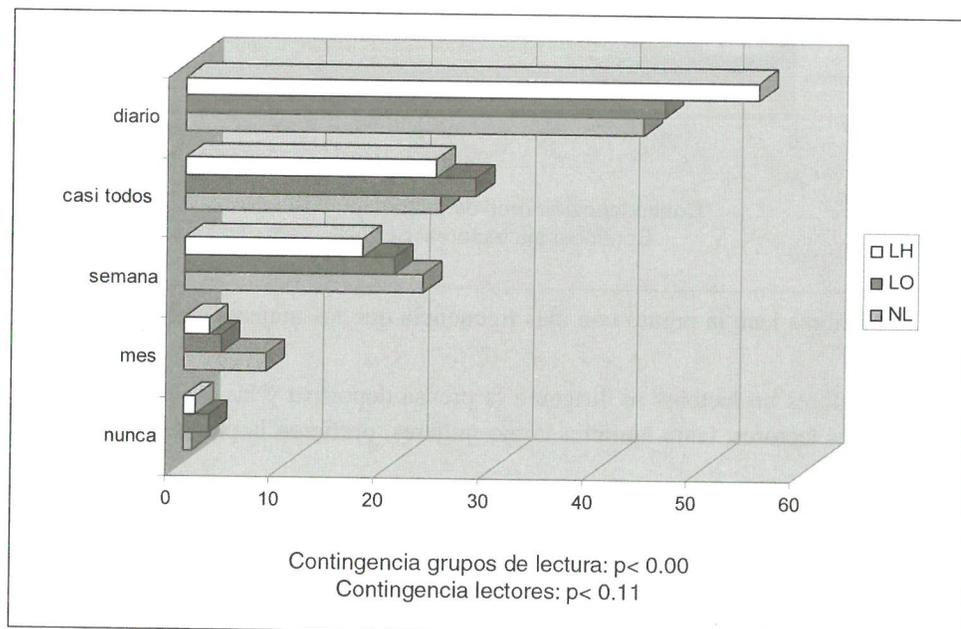
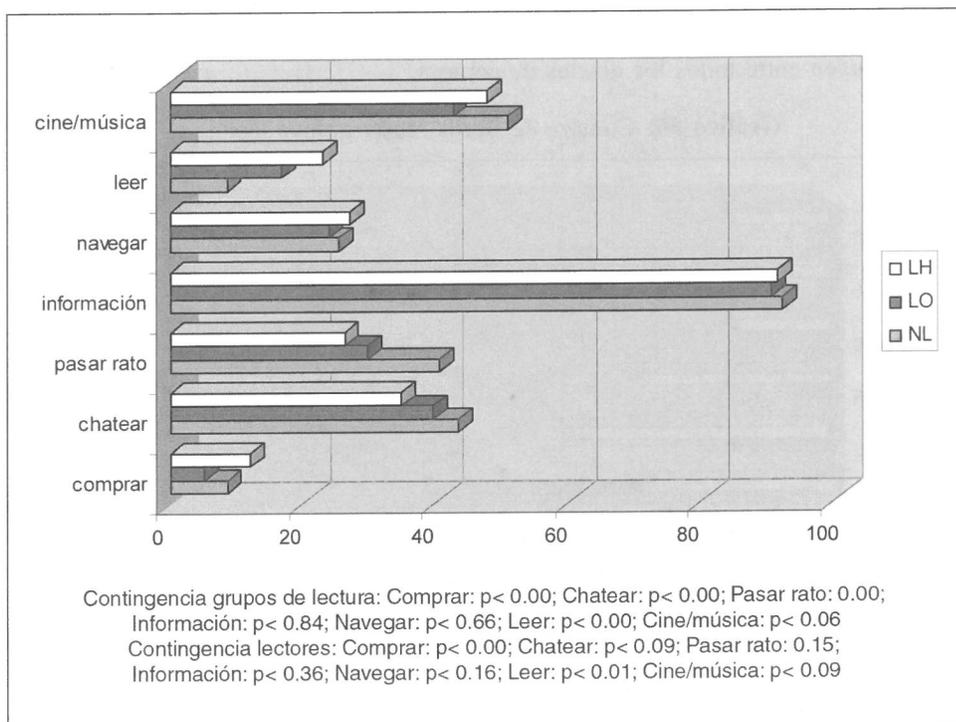


Tabla 52: Porcentajes de empleo de Internet según grupo lectura y sexo

	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Nunca	0.8	0	1.3	2.5	2.5	2.5	1.2	0	2.1
Alguna mes	7.9	4.1	10.3	3.6	2.5	3.9	2.4	3.9	1.4
Alguna semana	22.9	14.3	28.4	20.1	16.4	21.2	17.1	13.7	19.6
Casi todos días	24.5	22.4	25.8	27.8	25.4	28.5	24.1	21.6	25.9
Diario	43.9	59.2	34.2	46.0	53.3	43.8	55.1	60.8	51.0
Contingencia sexo: $p < 0.00$									

Respecto al motivo de empleo de Internet, destaca en todos los grupos, por encima del 90%, la búsqueda de información. Como segunda alternativa, la descarga de cine y música. Los no lectores en mayor medida para pasar el rato y chatear; los lectores, sobre todo los habituales, también para leer (gráfico 55).

Gráfico 55: Empleo de Internet según grupos lectura



Las mujeres emplean más Internet para chatear, los hombres para pasar el rato. Los hombres lectores más para leer que las mujeres; los hombres no lectores para navegar y descargar cine y música (Tabla 53).

Tabla 53: Porcentajes usos de Internet según grupo lectura y sexo

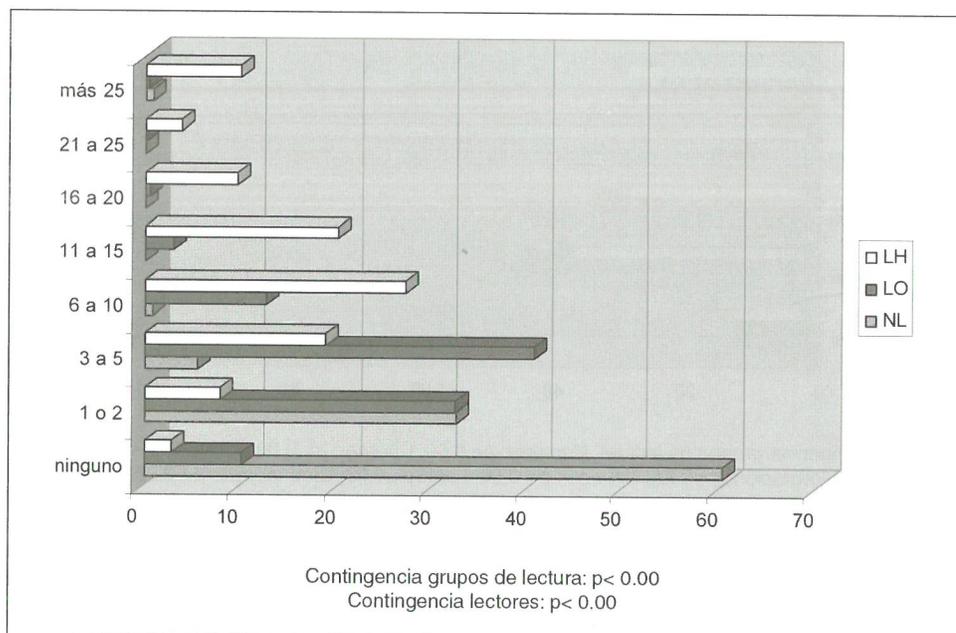
	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Comprar	8.6	16.0	3.8	5.2	6.9	4.6	12.1	21.6	5.5
Chatear	43.4	34.0	49.4	39.6	30.8	42.5	34.8	31.4	37.2
Pasar rato	40.6	54.0	32.1	29.8	31.5	29.3	26.3	31.4	22.8
Información	92.2	86.0	86.2	90.5	82.3	93.1	91.5	92.2	91.0
Navegar	25.4	36.0	18.6	23.9	28.5	22.4	27.1	31.4	24.1
Leer	8.6	14.0	5.1	16.9	23.8	14.7	23.1	33.3	15.9
Cine/Música	50.8	68.0	39.7	42.6	43.8	42.1	47.4	47.1	47.6

Contingencia sexo: Comprar: $p < 0.00$; Chatear: $p < 0.00$; Pasar rato: 0.00;
 Información: $p < 0.00$; Navegar: $p < 0.00$; Leer: $p < 0.00$; Cine/música: $p < 0.00$

6.4. Acceso a la lectura

En el gráfico 56 se observan las diferencias en el comportamiento de compra. Más de la mitad de los «no lectores» no compra ningún libro. Los «lectores ocasionales» se concentran en la compra de hasta 5 libros, mientras que los «lectores habituales» se distribuyen entre todos los niveles de compra.

Gráfico 56: Compra de libros según grupos lectura



Los hombres que ocupan la categoría de «lectores habituales» son compradores de libros con mayor intensidad que las mujeres de su mismo grupo. En las demás

categorías de estudio, la conducta de compra es bastante cercana entre hombres y mujeres (Tabla 54).

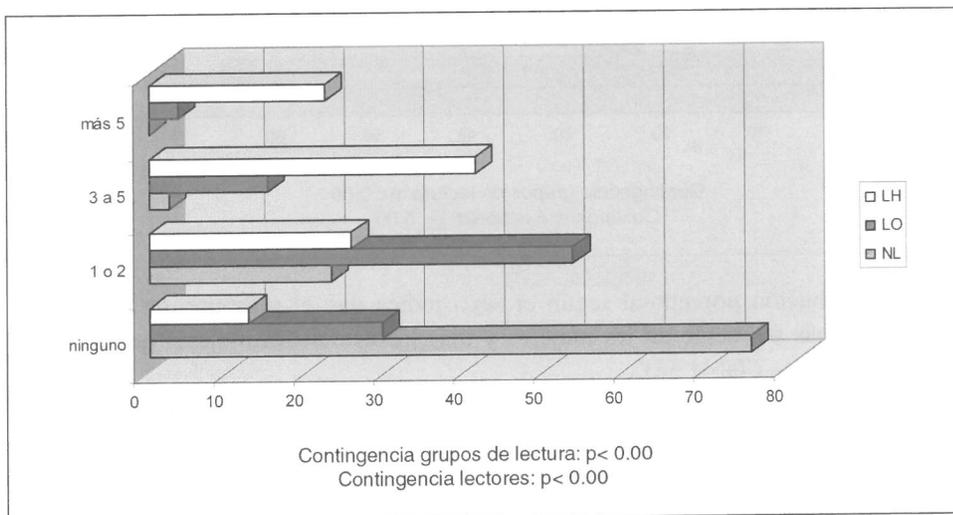
Tabla 54: Porcentajes de compra de libros según grupo lectura y sexo

	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Ninguno	60.3	62.5	59.0	10.2	9.8	10.3	2.9	4.1	2.1
1 o 2	32.5	29.2	34.6	32.4	29.5	33.3	7.9	2.0	12.0
De 3 a 5	5.6	6.3	5.1	40.6	39.3	40.9	18.8	12.2	23.3
De 6 a 10	0.8	0	1.3	12.7	13.9	12.4	27.1	18.4	33.1
De 11 a 15	0	0	0	3.0	5.7	2.2	20.0	26.5	15.5
De 16 a 20	0	0	0	0.6	0.8	0.5	9.6	12.2	7.7
De 21 a 25	0.8	0	0	0.1	0	0.1	3.8	6.1	2.1
Más 25	0	2.1	0	0.4	0.8	0.3	10.0	18.4	4.2

Contingencia sexo: $p < 0.00$

En el acceso a los libros por obsequio, el punto modal es diferente para cada grupo (Gráfico 57). Mientras que al 80% de los «lectores habituales» les han regalado un libro, el 75% de los «no lectores» no ha recibido un libro como obsequio. La diferencia de intensidad indica la apreciación del entorno social inmediato del sujeto como lector.

Gráfico 57: Libros regalados según grupos lectura



En el grupo de no lectores se aprecia diferencia en función del sexo, siendo las mujeres más obsequiadas. En los grupos lectores las diferencias desaparecen (Tabla 55).

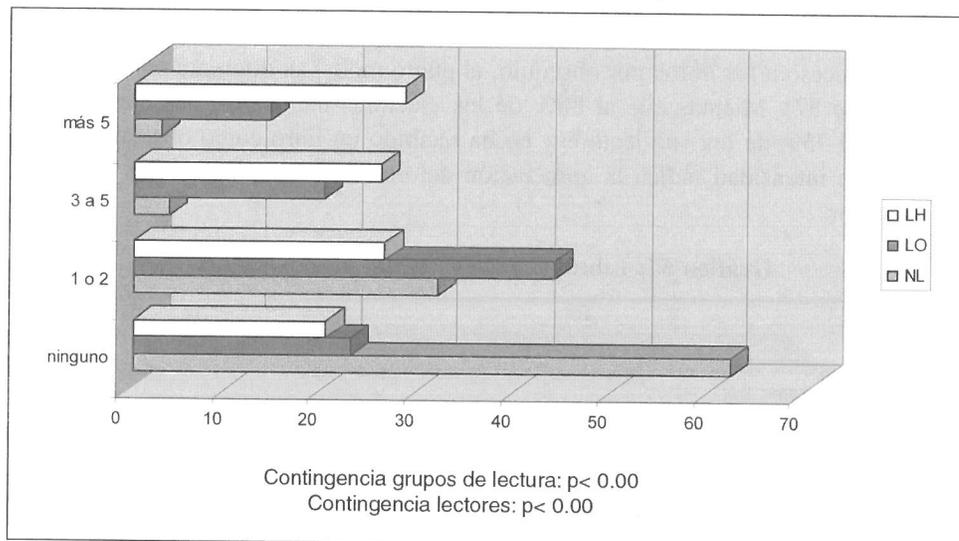
Tabla 55: Porcentajes de libros regalados según grupo lectura y sexo

	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Ninguno	75.0	85.7	68.2	29.0	30.3	28.6	12.3	11.8	12.8
1 o 2	22.6	14.3	27.9	52.8	54.1	52.4	25.1	23.5	26.2
De 3 a 5	2.4	0	3.9	14.7	11.5	15.7	40.7	41.2	40.4
Más 5	0	0	0	3.5	4.1	3.3	21.8	23.5	20.6

Contingencia sexo: $p < 0.01$

Más de la mitad de los «no lectores» no ha accedido a ningún libro por préstamo de amigos. A la mitad de los «lectores ocasionales» le han prestado 1 o 2 libros. Para un 80% de los «lectores habituales» el préstamo entre amigos es un medio de acceso a la lectura (Gráfico 58).

Gráfico 58: Libros prestados según grupos lectura



La distribución porcentual según el sexo indica que el préstamo de libros entre amigos es más frecuente en las mujeres y más intenso en las mujeres que son «lectoras habituales» (Tabla 56).

Consideramos que el sujeto lector accederá al préstamo bibliotecario con más intensidad que el sujeto no lector. Los resultados obtenidos parecen avalar esta premisa. En los «no lectores» y en los «lectores ocasionales» la frecuencia de préstamo bibliotecario es menor que en los «lectores habituales», que sacan de la biblioteca más de 5 libros al año para leer (Gráfico 59).

Hombres y mujeres acceden de forma similar a los libros a través de biblioteca (Tabla 57).

Tabla 56: Porcentajes de libros prestados según grupo lectura y sexo

	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Ninguno	62.0	75.0	53.9	22.6	26.8	21.3	20.0	25.5	16.1
1 o 2	31.6	22.9	37.0	43.6	42.3	44.1	26.1	29.4	23.8
De 3 a 5	3.6	0	5.8	19.7	16.3	20.8	25.7	23.5	27.3
Más 5	2.8	2.1	3.2	14.1	14.6	13.9	28.2	21.6	32.9
Contingencia sexo: $p < 0.00$									

Gráfico 59: Préstamo bibliotecario según grupos lectura

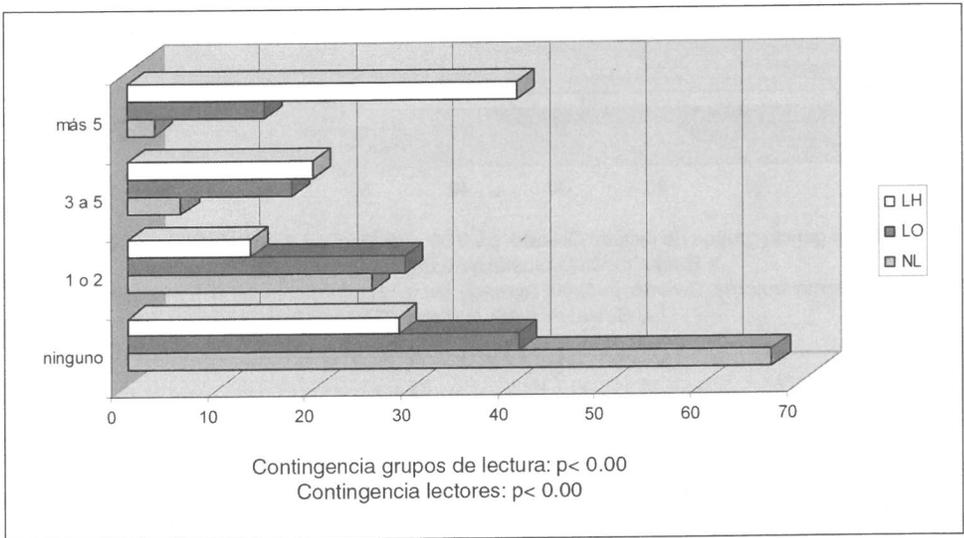


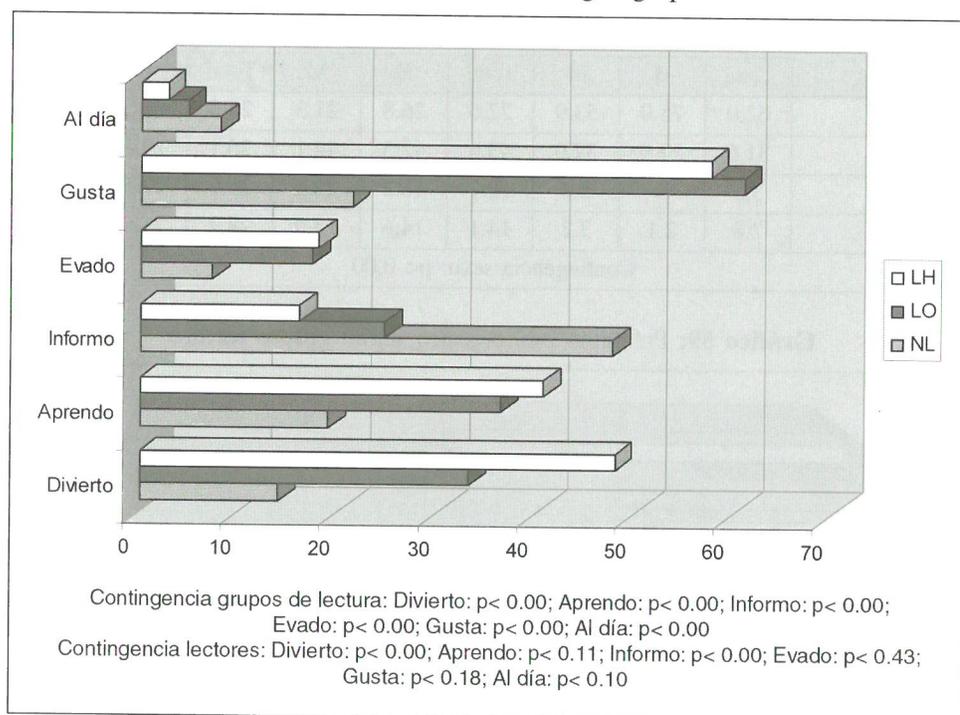
Tabla 57: Porcentajes de préstamo bibliotecario según grupo lectura y sexo

	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Ninguno	66.5	63.3	68.6	40.3	38.2	41.0	28.0	31.4	25.7
1 o 2	25.2	26.5	24.4	28.6	31.7	27.6	12.6	7.8	16.0
De 3 a 5	5.5	6.1	5.1	17.0	18.7	16.4	19.1	21.6	17.4
Más 5	2.8	4.1	1.9	14.1	11.4	14.9	40.2	39.2	41.0
Contingencia sexo: $p < 0.73$									

6.5. Motivación

Los «no lectores» leen para informarse; los «lectores» porque les gusta y les divierte. Todos coinciden en la motivación de aprender, lo que resulta lógico en el contexto en el que se encuentran (Gráfico 60).

Gráfico 60: Motivos de lectura según grupos lectura



Las mujeres leen más porque les gusta y se evaden, incluso las del grupo de «no lectores». Los hombres, para informarse y para estar al día (Tabla 58).

Tabla 58: Porcentajes de motivos de lectura según grupo lectura y sexo

	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Divierto	14.1	16.0	12.8	33.3	37.7	31.9	48.2	51.0	46.2
Aprendo	19.1	16.0	21.2	36.5	42.3	34.7	40.9	45.1	37.9
Informo	48.0	56.0	42.9	24.8	31.5	22.6	16.2	23.5	11.0
Evado	7.4	4.0	9.6	17.5	13.8	18.7	18.2	11.8	22.8
Gusta	21.5	6.0	31.4	61.3	46.9	66.0	57.9	51.0	62.8
Al día	8.2	2.0	12.2	4.9	10.0	3.2	2.8	5.9	0.7

Contingencia sexo: Divierto: $p < 0.36$; Aprendo: $p < 0.05$; Informo: $p < 0.00$; Evado: $p < 0.00$; Gusta: $p < 0.00$; Al día: $p < 0.00$

Los lectores habituales y los lectores ocasionales compran los libros porque les apetece. Los no lectores, básicamente porque los necesitan. (Gráfico 61).

Los motivos de compra son similares para los hombres y las mujeres de cada uno de los grupos de lectura (Tabla 60). No obstante, las mujeres «no lectoras» y las «lectoras habituales» compran más libros para regalar. El motivo me apetece es superior

en las mujeres «no lectoras» y «lectoras ocasionales» que en los hombres de esos grupos; pero en el bloque de «lectores habituales» la relación se invierte a favor de los hombres.

Gráfico 61: Motivos de compra de libros según grupos lectura

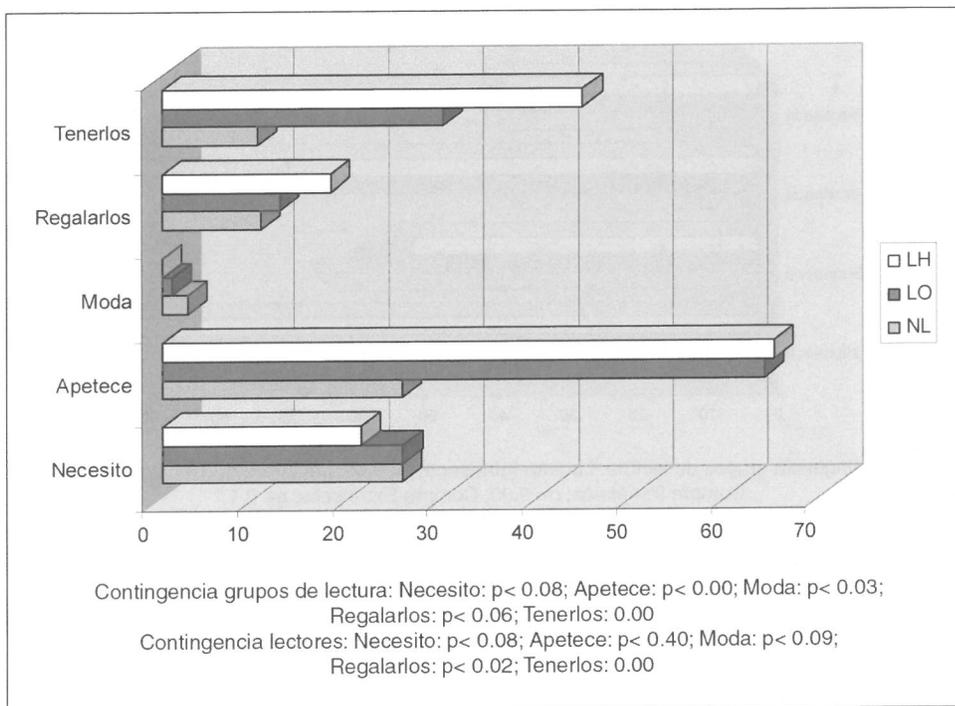


Tabla 60: Porcentajes de motivos de compra según grupo lectura y sexo

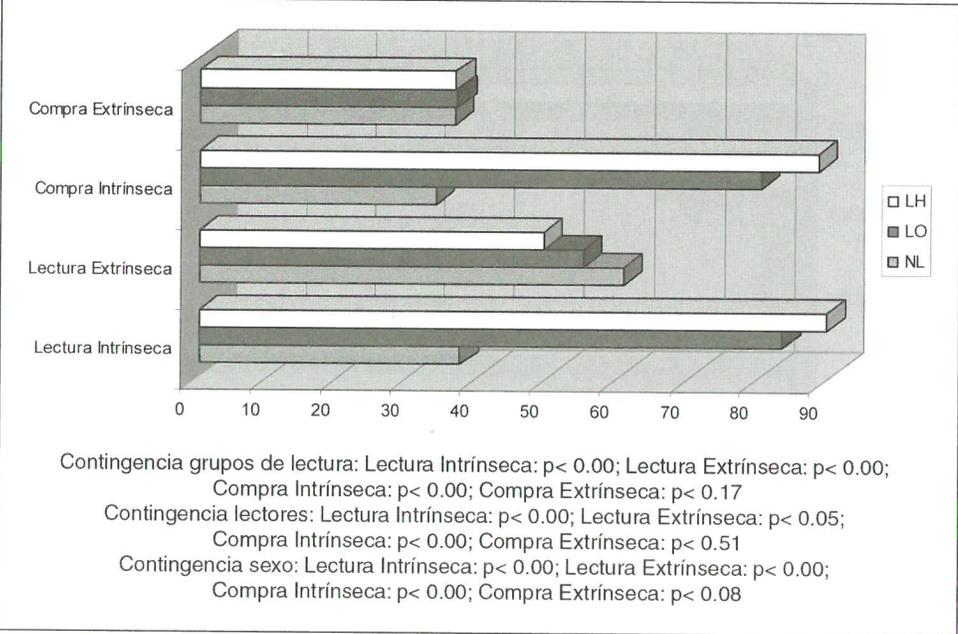
	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Necesito	25.4	20.0	28.8	25.5	27.7	24.8	21.1	15.7	28.4
Apetece	25.4	20.0	28.8	63.7	58.5	65.3	64.8	70.6	60.7
Moda	2.7	6.0	0.6	1.0	2.3	0.6	0	0	0
Regalarlos	10.5	6.0	13.5	12.5	15.4	11.6	17.8	13.7	20.7
Tenerlos	10.2	6.0	12.8	29.8	26.9	30.7	44.5	47.1	42.8
Contingencia sexo: Necesito: $p < 0.01$; Apetece: $p < 0.00$; Moda: $p < 0.03$; Regalarlos: $p < 0.43$; Tenerlos: 0.05									

a) *Motivación lectora*

Igual que hemos hecho en la presentación de los resultados generales, unimos las motivaciones de lectura y de compra para estudiar la motivación lectora en función de los motivos intrínsecos y extrínsecos que los estudiantes tienen para leer.

Los «lectores» sobresalen en las motivaciones intrínsecas de lectura y de compra de libros. Los «no lectores» leen, básicamente, por factores extrínsecos. Los «no lectores» son los estudiantes que más libros compran por obligación (Gráfico 62).

Gráfico 62: Motivación lectora según grupos lectura



Uniendo las motivaciones de lectura y de compra, en todos los grupos es superior la motivación mixta (Tabla 61). Los «lectores» se caracterizan por una motivación interna, más del 95% informan tener motivos intrínsecos. La motivación extrínseca es superior en los hombres de los tres grupos de estudio; sobre todo destaca en los hombres «no lectores».

Tabla 61: Porcentajes de motivación lectora según grupo lectura y sexo

	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Extrínseca	34.4	44.0	28.2	5.1	6.2	4.7	2.8	3.9	2.1
Intrínseca	15.2	12.0	17.3	32.3	23.1	35.3	34.0	35.3	33.1
Mixta	39.1	28.0	46.2	62.3	70.0	59.9	62.3	58.8	64.8
Contingencia grupos de lectura: $p < 0.00$ Contingencia lectores: $p < 0.28$ Contingencia sexo: $p < 0.00$									

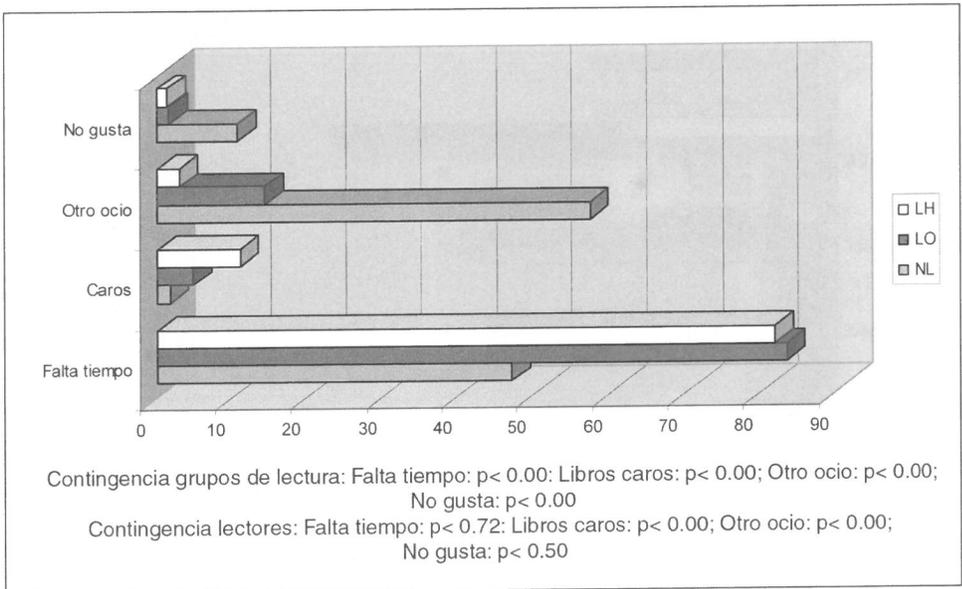
Si el motivo de leer es informarte, cuando no existe esa necesidad no habrá acercamiento a la lectura, puesto que se realiza un uso estrictamente instrumental

del acto lector. Sin embargo, cuando te diriges a la lectura porque te gusta y te divierte, la motivación es intrínseca al propio acto de leer, el refuerzo es la propia actividad.

b) Justificación para no leer

Todos los estudiantes universitarios destacan la falta de tiempo como razón para no leer más (Gráfico 63). Algunos «no lectores» reconocen que prefieren ocupar su tiempo libre en otro tipo de ocio y que, además, no les gusta leer. También algunos «lectores ocasionales» afirman que prefieren otro tipo de ocio.

Gráfico 63: Justificación no lectura según grupos lectura



Las mujeres reclaman más la falta de tiempo para no poder leer más (Tabla 61). Las tres cuartas partes de los hombres «no lectores» prefieren otro ocio a la lectura. Su acercamiento a la lectura es por obligación, con una motivación extrínseca ante la exigencia de buscar información.

Tabla 61: Porcentajes de justificación lectora según grupo lectura y sexo

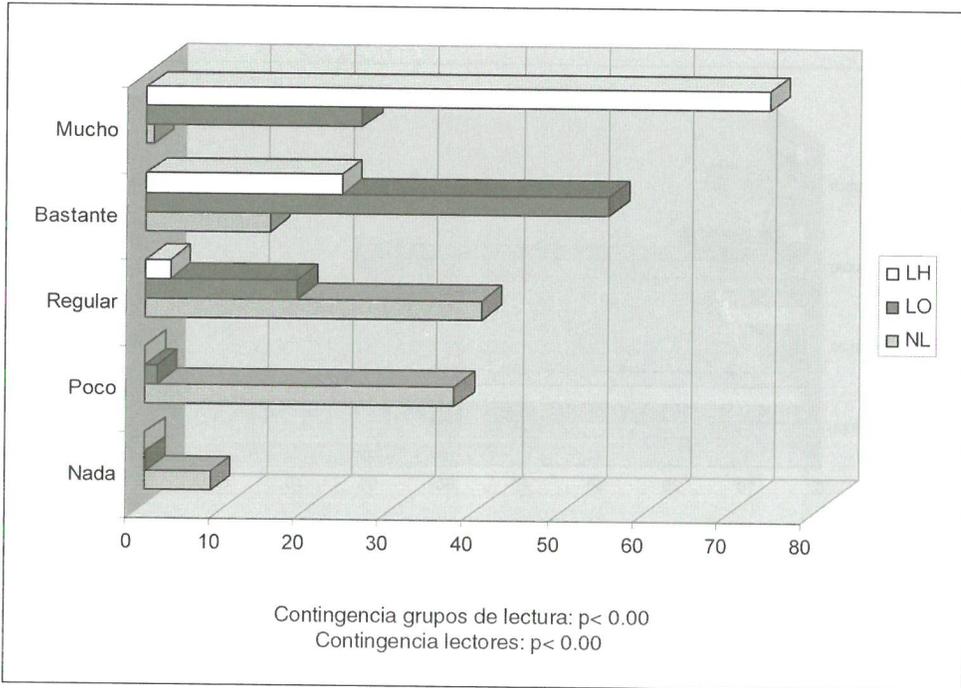
	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Falta tiempo	46.9	32.0	56.4	83.4	71.5	87.4	81.8	80.4	82.8
Libros caros	1.6	2.0	1.3	4.6	7.7	3.6	10.9	15.7	7.6
Otro ocio	57.4	76.0	45.5	14.2	26.9	10.1	2.8	3.9	2.1
No gusta	10.5	14.0	8.3	1.5	2.3	1.2	1.2	0	2.1
Contingencia sexo: Falta tiempo: $p < 0.00$; Libros caros: $p < 0.00$; Otro ocio: $p < 0.00$; No gusta: $p < 0.23$									

c) *Gusto por la lectura*

Los «no lectores» se ubican en la parte inferior del gusto por la lectura (Gráfico 64). Casi al 80% de los «lectores habituales» afirman que les gusta mucho leer.

Tratada como variable continua, las medias marcan diferencias significativas entre todos los grupos, pasando de 1.64 en «no lectores» a valores por encima de 3 en «lectores» (LO, M= 3.04; LH, M= 3.71; F= 478.398; p< .000).

Gráfico 64: Gusto lector según grupos lectura



Las mujeres informan de mayor gusto lector que los hombres en todos los grupos de lectura (Tabla 62).

Tabla 62: Porcentajes de gusto lector según grupo lectura y sexo

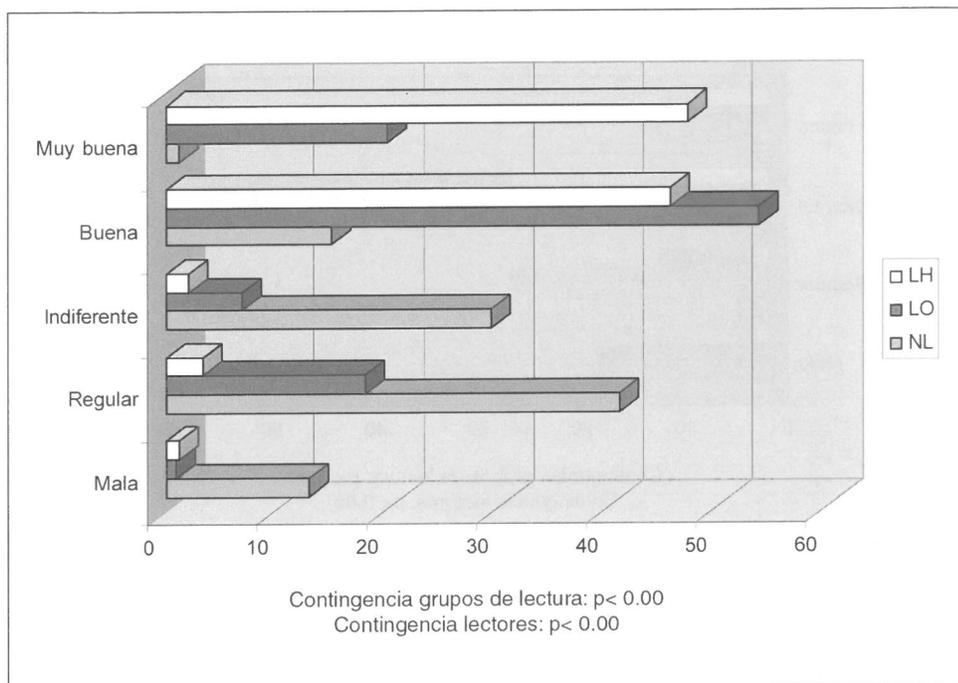
	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Nada	7.8	10.0	6.4	0	0	0	0	0	0
Poco	36.7	44.0	32.1	1.4	1.5	1.4	0	0	0
Regular	39.8	36.0	42.3	18.1	20.0	17.5	2.9	4.0	2.1
Bastante	14.8	10.0	17.9	54.8	64.6	51.6	23.3	24.0	22.8
Mucho	0.8	0	1.3	25.6	13.8	29.5	73.9	72.0	75.2

Contingencia sexo: p< 0.00

6.6. Percepción lectora

En los universitarios «no lectores» predomina una relación regular con la lectura; en los «lectores ocasionales» la relación buena y en los «habituales» la relación es muy buena (Gráfico 65). El 93.5% de los «lectores habituales» valoran su relación con la lectura como positiva. Por el contrario, se encuentran en esta posición solamente el 16% de los «no lectores».

Gráfico 65: Relación con la lectura según grupos lectura



Las mujeres «no lectoras» perciben más negativamente su relación con la lectura que los hombres. En los grupos de «lectores» la situación es la contraria, las mujeres perciben una relación más positiva con la lectura (Tabla 63).

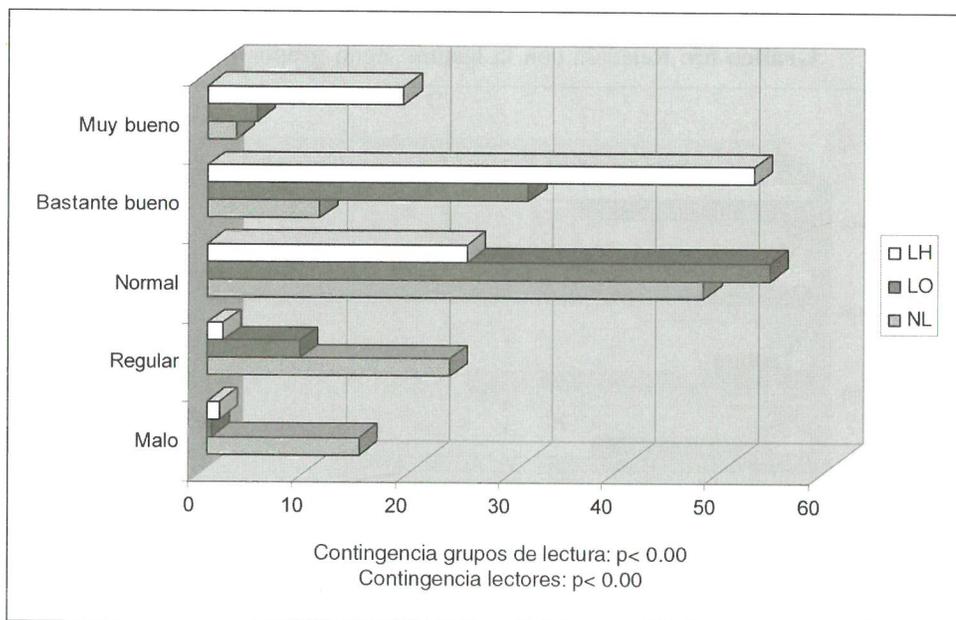
Tabla 63: Porcentajes de relación con la lectura según grupo lectura y sexo

	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Mala	13.0	12.2	13.5	0.9	2.4	0.4	1.2	2.0	0.7
Regular	41.3	26.5	50.6	18.1	23.6	16.4	3.3	3.9	2.8
Indiferente	29.5	51.0	16.0	6.9	9.8	6.0	2.0	2.0	2.1
Buena	15.0	8.2	19.2	54.1	48.8	55.7	45.9	51.0	42.4
Muy buena	1.2	2.0	0.6	20.1	15.4	21.6	47.6	41.2	52.1

Contingencia sexo: $p < 0.00$

En la percepción del nivel lector, los «no lectores», a pesar de no leer, consideran su nivel como normal, y lo mismo ocurre con los «lectores ocasionales». Más de la mitad de los «lectores habituales» valoran su nivel lector como bastante bueno. El 13% de los no lectores perciben su nivel lector como positivo (Gráfico 66).

Gráfico 66: Nivel lector según grupos lectura



Las mujeres «no lectoras» valoran su nivel lector por debajo de los hombres «no lectores» (Tabla 64). En los hombres «lectores habituales» el nivel de percepción lectora es muy bueno.

Tabla 64: Porcentajes de valoración nivel lector según grupo lectura y sexo

	NL			LO			LH		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
Mala	14.7	20.8	11.0	0.5	0	0.6	1.2	2.0	0.7
Regular	23.5	16.7	27.7	9.0	13.9	7.5	1.6	2.0	1.4
Normal	48.2	43.8	51.0	54.6	55.7	54.3	25.1	17.6	30.5
Bastante bueno	10.5	14.6	8.4	31.1	26.2	32.6	53.1	52.9	53.2
Muy bueno	2.8	4.2	1.9	4.8	4.1	5.0	18.9	25.5	14.2

Contingencia sexo: $p < 0.00$

6.7. Falsos lectores

Recordemos que hemos definido el grupo de «falsos lectores» (FL) como sujetos que no leen durante su tiempo libre, aunque hayan leído más de 2 libros en el últi-

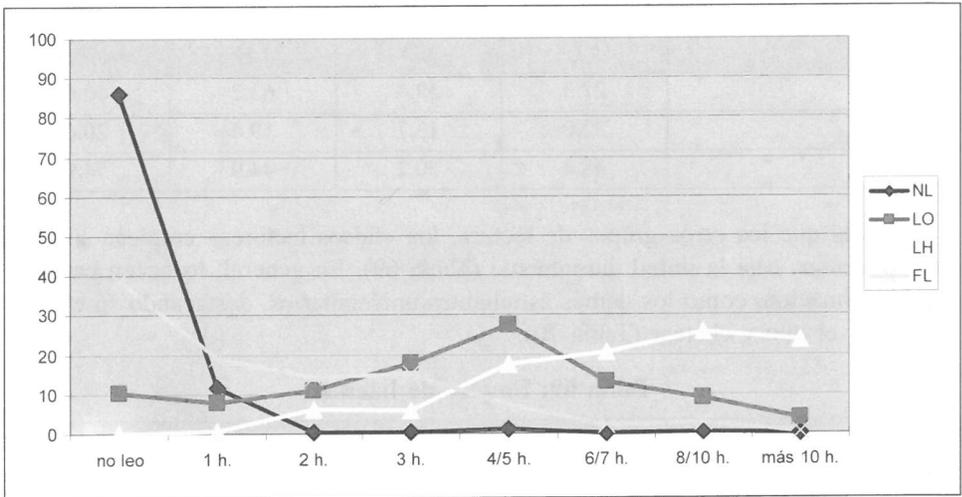
mo año, o que, aunque leen durante su tiempo libre, no han leído más de 2 libros en el último año. El 27.3% de los estudiantes universitarios entran en esta categoría, el 29.4% de los hombres y el 26.4% de las mujeres.

Casi la mitad de los «falsos lectores» no lee o lo hace como mucho una hora a la semana (Tabla 65). Los porcentajes se distribuyen entre todas las categorías de respuesta, pero no llegan a alcanzar los niveles lectores, quedando en un espacio intermedio entre los «no lectores» y los «lectores ocasionales» (Gráfico 67).

Tabla 65: Tiempo de lectura semanal

	NL	LO	LH	Falso Lector
No leo	85.9	10.3	0	38.8
1 hora	11.6	8.0	0.8	19.2
2 horas	0.5	10.8	6.1	14.5
3 horas	0.5	17.8	5.7	15.1
4-5 horas	1.0	27.4	17.6	7.3
6-7 horas	0	13.1	20.4	2.2
8-10 horas	0.5	9.0	25.7	2.7
+10 horas	0	3.6	23.7	0.2

Gráfico 67: Distribución del tiempo de lectura semanal



El 30% de estos estudiantes está leyendo un libro en el momento de completar el cuestionario, más que entre los «no lectores», pero sin llegar a alcanzar los niveles de lectura de los «lectores» (Tabla 66).

Entre los libros que están leyendo se encuentran tanto títulos de lectura de estudio como *best-sellers*.

Tabla 66: Información lectura actual y últimos libros leídos

	NL	LO	LH	Falso Lector
Estar leyendo un libro	11.9	60.2	85.9	30.4
Título libro leyendo	10.5	57.3	81.8	29.6
Libro 1 último leído	51.6	93.1	93.3	71.1
Libro 2 último leído	19.5	82.6	91.1	41.0
Libro 3 último leído	6.6	60.9	84.2	11.9

Estos estudiantes universitarios son lectores de prensa al mismo nivel que los «lectores ocasionales» (Tabla 67). Preferentemente prensa local y nacional, mientras un 20% lee prensa deportiva (Tabla 68).

Tabla 67: Lectura de prensa

	NL	LO	LH	Falso Lector
Nunca	13.7	4.8	6.1	5.3
Ve en cuando	40.2	38.9	32.5	37.9
Día semana	7.8	10.6	5.7	11.3
Casi todos	25.4	24.2	30.5	26.3
Diario	12.9	21.5	25.2	19.3

Tabla 68: Tipología de prensa

	NL	LO	LH	Falso Lector
Nacional	27.3	59.4	63.2	46.6
Deportivo	32.0	13.7	19.4	20.6
Local	48.4	50.2	44.9	54.9

Al igual que los otros grupos de lectura, los «falsos lectores» emplean Internet con frecuencia, casi la mitad diariamente (Tabla 69). En general, lo hacen para obtener información, como los demás estudiantes universitarios, destacando su empleo para pasar el rato y chatear (Tabla 70).

Tabla 69: Empleo de Internet

	NL	LO	LH	Falso lector
Nunca	0.8	2.5	1.2	1.0
Alguna mes	7.9	3.6	2.4	5.4
Alguna semana	22.9	20.1	17.1	21.0
Casi todos días	24.5	27.8	24.1	26.9
Diario	43.9	46.0	55.1	45.7

Tabla 70: Usos de Internet

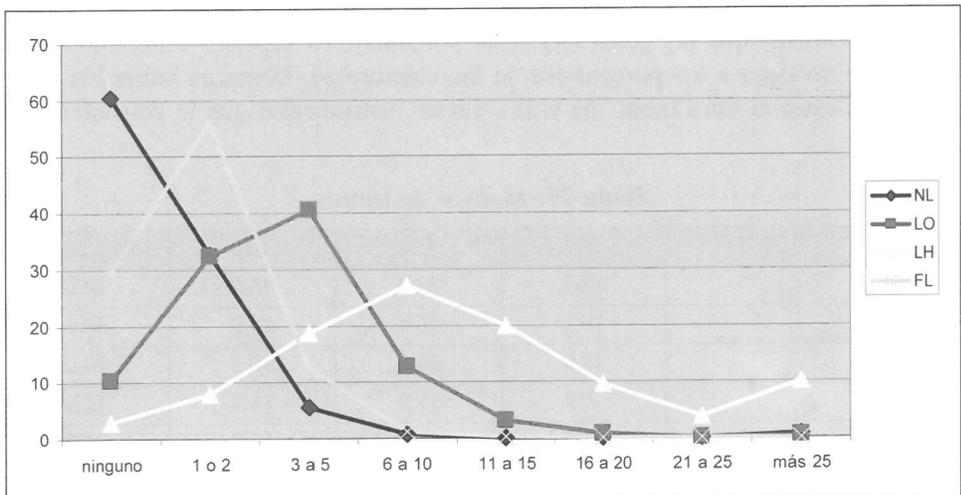
	NL	LO	LH	Falso Lector
Comprar	8.6	5.2	12.1	8.7
Chatear	43.4	39.6	34.8	47.4
Pasar rato	40.6	29.8	26.3	66.7
Información	92.2	90.5	91.5	90.8
Navegar	25.4	23.9	27.1	26.0
Leer	8.6	16.9	23.1	17.2
Cine/Música	50.8	42.6	47.4	46.8

Casi el 60% de estos estudiantes son compradores de libros, mucho más que los universitarios «no lectores». Su intensidad de compra no alcanza los niveles de los «lectores» (Gráfico 68), la mayoría compra 1 o 2 libros al año (Tabla 71).

Tabla 71: Compra de libros

	NL	LO	LH	Falso Lector
Ninguno	60.3	10.2	2.9	29.6
1 o 2	32.5	32.4	7.9	56.1
De 3 a 5	5.6	40.6	18.8	12.7
De 6 a 10	0.8	12.7	27.1	1.2
De 11 a 15	0	3.0	20.0	0.3
De 16 a 20	0	0.6	9.6	0
De 21 a 25	0.8	0.1	3.8	0
Más 25	0	0.4	10.0	0

Gráfico 68: Distribución de la compra de libros



Prácticamente, la mitad de los «falsos lectores» no obtienen libros a través de las otras formas de acceso, aunque el intervalo modal coincide con el del grupo de «lectores ocasionales» (Tablas 72, 73 y 74).

Tabla 72: Libros regalados

	NL	LO	LH	Falso Lector
Ninguno	75.0	29.0	12.3	53.6
1 o 2	22.6	52.8	25.1	42.0
De 3 a 5	2.4	14.7	40.7	4.0
Más 5	0	3.5	21.8	0.3

Tabla 73: Libros prestados

	NL	LO	LH	Falso Lector
Ninguno	62.0	22.6	20.0	44.3
1 o 2	31.6	43.6	26.1	40.5
De 3 a 5	3.6	19.7	25.7	9.7
Más 5	2.8	14.1	28.2	5.6

Tabla 74: Préstamo bibliotecario

	NL	LO	LH	Falso Lector
Ninguno	66.5	40.3	28.0	55.2
1 o 2	25.2	28.6	12.6	27.9
De 3 a 5	5.5	17.0	19.1	11.1
Más 5	2.8	14.1	40.2	5.7

Estos sujetos presentan la misma estructura de motivación lectora que los estudiantes «no lectores». La mitad utiliza la lectura para informarse; casi la tercera parte afirma que les gusta leer (este porcentaje es superior a los «no lectores», pero no llega a los porcentajes de los «lectores»). Destacan sobre los otros grupos en estar al día (Tabla 75) y al carácter instrumental que le conceden a la lectura.

Tabla 75: Motivos de lectura

	NL	LO	LH	Falso Lector
Divierto	14.1	33.3	48.2	14.6
Aprendo	19.1	36.5	40.9	30.1
Informo	48.0	24.8	16.2	50.0
Evado	7.4	17.5	18.2	12.9
Gusta	21.5	61.3	57.9	34.2
Al día	8.2	4.9	2.8	15.0

La Tabla 76 refleja los motivos de compra de estos estudiantes.

Tabla 76: Motivos de compra

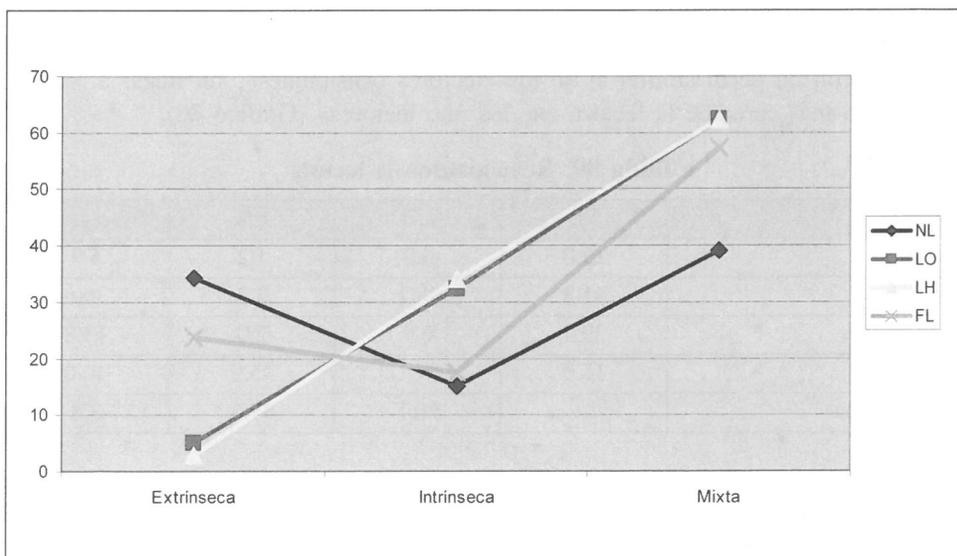
	NL	LO	LH	Falso Lector
Necesito	25.4	25.5	21.1	29.3
Apetece	25.4	63.7	64.8	50.3
Moda	2.7	1.0	0	1.0
Regalarlos	10.5	12.5	17.8	14.6
Tenerlos	10.2	29.8	44.5	16.0

Los motivos que se han comentado llevan a estos estudiantes a una motivación intrínseca semejante a los «no lectores» (Tabla 77). La existencia de una mayor motivación mixta puede reflejar la influencia contextual de lectura curricular y de la instrumentalización de la lectura. En el Gráfico 69 se aprecia cómo las motivaciones de los «lectores» discurren paralelamente, mientras que los «falsos lectores» presentan una distribución similar a los «no lectores».

Tabla 77: Motivación lectora

	NL	LO	LH	Falso Lector
Extrínseca	34.4	5.1	2.8	23.8
Intrínseca	15.2	32.3	34.0	17.5
Mixta	39.1	62.3	62.3	57.3

Gráfico 69: Tipos de motivación para las categorías lectoras



Además de la falta de tiempo, el 40% de estos estudiantes informa que prefiere un tipo de ocio diferente a la lectura, lo que refleja un patrón similar al de los «no lectores». Sin embargo, en el gusto de la lectura se sitúan al nivel del grupo de «lectores ocasionales» (Tabla 78).

Tabla 78: Justificación lectora

	NL	LO	LH	Falso Lector
Falta tiempo	46.9	83.4	81.8	65.3
Libros caros	1.6	4.6	10.9	1.5
Otro ocio	57.4	14.2	2.8	40.1
No gusta	10.5	1.5	1.2	1.5

El intervalo modal del gusto lector es regular, similar a de los «no lectores», aunque un 37.7% se sitúa en la franja de gustarles la lectura (Tabla 79).

Tabla 79: Gusto por la lectura

	NL	LO	LH	Falso Lector
Nada	7.8	0	0	0.5
Poco	36.7	1.4	0	12.5
Regular	39.8	18.1	2.9	49.3
Bastante	14.8	54.8	23.3	32.6
Mucho	0.8	25.6	73.9	5.1

En la relación con la lectura de estos estudiantes se pueden diferenciar dos bloques: un 36% valoran su relación con la lectura como regular (como los «no lectores»), mientras que un 40% afirma que su relación es buena, de forma semejante a los «lectores ocasionales» (Tabla 80). Su ubicación, de nuevo, es en un espacio intermedio con un perfil similar al de los «lectores ocasionales», sin llegar a ser lectores, pero más cerca de la lectura que los «no lectores» (Gráfico 70).

Tabla 80: Relación con la lectura

	NL	LO	LH	Falso Lector
Mala	13.0	0.9	1.2	5.9
Regular	41.3	18.1	3.3	36.6
Indiferente	29.5	6.9	2.0	13.8
Buena	15.0	54.1	45.9	40.0
Muy buena	1.2	20.1	47.6	3.8

Una cuarta parte de estos universitarios valora negativamente su nivel lector (Tabla 81), aunque la mayoría lo considera normal, al igual que ocurre con los «no lectores» y los «lectores ocasionales» (Gráfico 71).

Gráfico 70: Distribución del gusto por la lectura

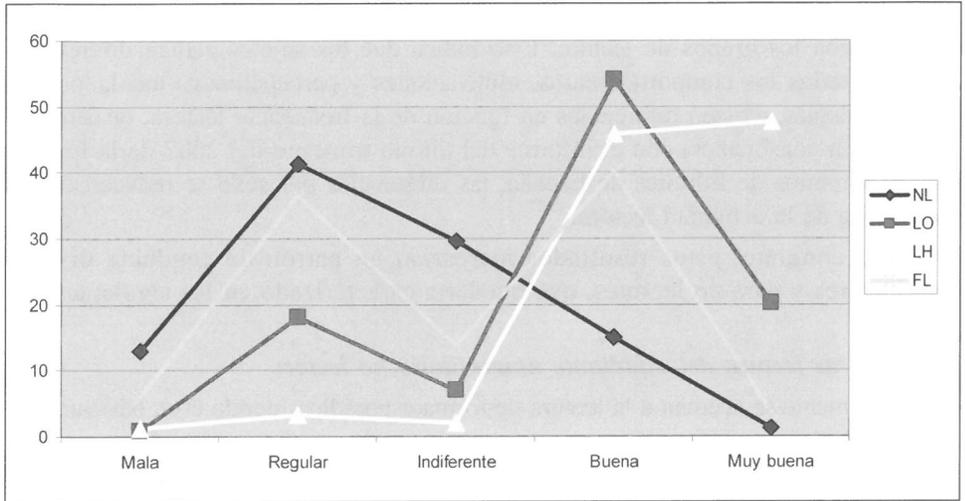
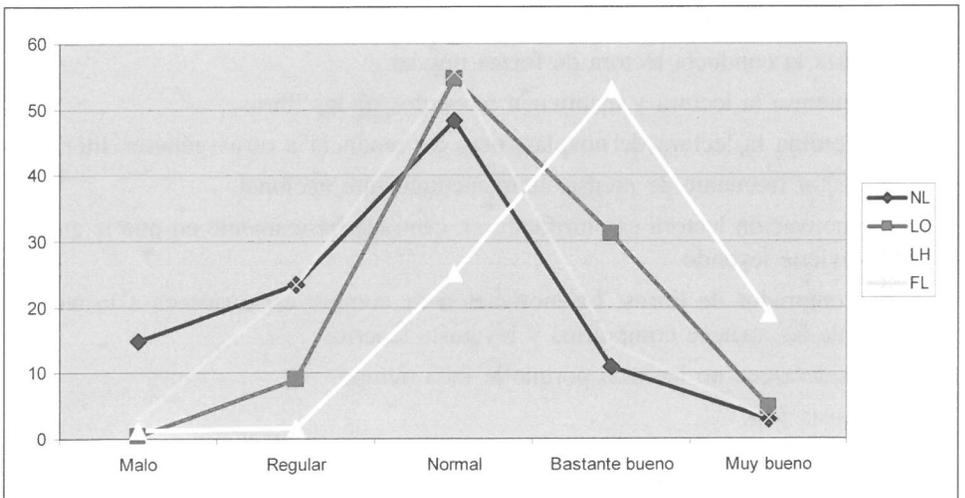


Tabla 81: Nivel lector

	NL	LO	LH	Falso Lector
Mala	14.7	0.5	1.2	3.0
Regular	23.5	9.0	1.6	23.5
Normal	48.2	54.6	25.1	55.7
Bastante bueno	10.5	31.1	53.1	14.6
Muy bueno	2.8	4.8	18.9	3.1

Gráfico 71: Distribución del nivel lector



6.8. Descripción de los perfiles de lectura

En todas las variables de estudio se han obtenido valores significativos en la contingencia con los grupos de lectura. Esto indica que los sujetos actúan diferencialmente en todos los comportamientos, motivaciones y percepciones vinculados a la lectura. Además, existen diferencias en función de la frecuencia lectora, ocasional o habitual. En consonancia con el informe del último trimestre del 2007 de la Federación de Gremios de Editores de España, las diferencias por sexo se reducen con el incremento de la actividad lectora.

En su conjunto, estos resultados marcarían un patrón de conducta distinto para lectores y para no lectores, que quedaría caracterizado en los siguientes términos:

Patrón de lectura del estudiante universitario no lector:

- Solamente se acercan a la lectura de forma esporádica, siendo ésta, básicamente, curricular.
- La lectura de prensa de los hombres va dirigida a los diarios deportivos, las mujeres prefieren la prensa local.
- La motivación lectora es instrumental, para obtener información. La de compra también se centra en la instrumentalidad, por obligación.
- Justifican la no lectura por falta de tiempo.
- La conducta de acceso al libro (compra, regalo, préstamo y biblioteca) es muy restringida. Prácticamente no compran libros, ni se los regalan.
- Realmente, no les gusta leer.
- Valoran su relación con la lectura como regular, pero la percepción del nivel lector es de normalidad.

Quizás el fracaso lector pueda explicarse por una motivación intrínseca limitada, por unos intereses personales alejados de la lectura.

Patrón de lectura del estudiante universitario lector:

- Realiza la conducta lectora de forma regular.
- Le interesa la lectura y mantienen recuerdos de los libros.
- Predomina la lectura de novelas, pero no renuncia a otros géneros literarios.
- Es lector frecuente de prensa, fundamentalmente nacional.
- La motivación lectora es plurifactorial, centrada básicamente en que le gusta y se divierte leyendo.
- Es comprador de libros. La motivación de compra es intrínseca a la lectura, porque les apetece comprarlos y les gusta tenerlos.
- Considera que no lee más porque le falta tiempo.
- Le gusta leer.
- Compra libros y los saca en préstamo de la biblioteca de forma cotidiana. También les regalan y les prestan libros.

- Compra los libros por una motivación intrínseca: le apetece comprarlos y le gusta tenerlos en casa.
- Valora positivamente su relación con la lectura y se percibe con un buen nivel lector.

El patrón del sujeto falso lector sería:

- Son personas que leen alguna vez.
- Aunque leen, no dirigen su ocio a la lectura voluntaria. Son lectores instrumentales que se dirigen a la lectura para estar informados.
- Rebajan el nivel de consideración que definiría al sujeto lector, para encajar ellos mismos dentro de esta categoría.
- No les disgusta la lectura, pero tampoco se enganchan a ella.
- Acceden tímidamente a los libros.
- Se mantienen a medio camino entre los no lectores y los lectores.

Creemos que, en función de cómo evolucione su relación con la lectura, podrán asentarse en un grupo u otro (no lector o lector). Sería un grupo diana de actuación en las campañas de promoción lectora, para orientarlos en la dirección de transformarse en sujetos lectores.

7. RESUMEN

7.1. Respecto a la lectura de los estudiantes universitarios

- La lectura de libros es una práctica extendida al 83% de los estudiantes universitarios. Se trata de personas que leen por lo menos alguna vez al trimestre. Si se considera solo aquellos estudiantes que tienen la lectura como práctica cotidiana, son «lectores» el 57%. Se trata de personas que leen con una cierta frecuencia semanal y que en las encuestas nacionales se definen como «lectores frecuentes». De ellos, 30 de cada 100 informan que leen todos los días.
- Estos resultados se corresponden con los valores de la encuesta de la *Federación de Gremios de Editores de España*, siendo superiores los porcentajes de lectura en la población con estudios universitarios que en los otros grupos de análisis.
- El porcentaje de estudiantes universitarios que leyó algún libro en el último año es de un 93%. Un 33.8% lee entre 3 y 5 libros al año y el 80.9% leyó entre 1 y 10 libros. Entre los más lectores, un 9.1% leyó entre 11 y 20 y el 3.6% más de 20 libros.
- Los «lectores frecuentes» declaran leer una media de 10.47 libros en el último año y haber dedicado unas 4.70 horas semanales a la lectura, lo que supone una media de 45 minutos de lectura diaria. El 30% de los estudiantes universitarios lee más de 15 libros al año y dedica más de una hora diaria de media a la lectura.
- Los libros se leen fundamentalmente por entretenimiento (71.6%), aunque es importante destacar que un 39.9% lee, fundamentalmente, por motivos de estudio.

- La razón principal para no leer más es la falta de tiempo (74%). Un 2.6% de los estudiantes declara que no leen más porque no les gusta leer. Un 25.1% prefiere emplear su tiempo libre en otro tipo de ocio. Los datos del Informe Nacional del 2007 muestran que los jóvenes y los estudiantes prefieren en mayor medida un tipo de ocio en el que no se incluye la lectura. Estos datos coinciden con los de nuestros sujetos, aunque en torno a una cuarta parte afirma que le gusta mucho la lectura.
- Los libros se obtienen principalmente por compra. De manera que un 79.8% de los estudiantes universitarios ha comprado algún libro en el último año, un 72.1% compraron entre 1 y 10 libros en el último año, un 5.2% entre 11 y 20 y un 1.9% más de 20 libros. Además, un 67% de los estudiantes ha obtenido algún libro por préstamo y un 61% por regalo. El 54% de los estudiantes universitarios ha obtenido algún libro por préstamo bibliotecario.
- El 45% de los estudiantes universitarios lee la prensa con regularidad, y un 38.1% de vez en cuando. La mayoría de estos lectores lee prensa nacional y local.
- El 98% de los estudiantes universitarios es usuario de Internet. Un 93.7% de ellos lo usa semanalmente para obtener información (90.9%), mientras que los más jóvenes también lo utilizan para chatear (46%).
- Un 60% de los estudiantes universitarios valora de forma positiva su relación con la lectura, y un 80% percibe que tiene buen nivel lector. Solo un 12.7% de los estudiantes universitarios, coincidiendo con la categoría de no lectores, perciben su nivel lector como malo. En todos los índices, las mujeres informan de porcentajes superiores de lectura de libros y de motivación lectora.

7.2. *Respecto al hábito lector de los estudiantes universitarios*

- Un 60.8% de los estudiantes universitarios son lectores. De ellos, un 11.5% tienen insertada la lectura en su estilo de vida, siendo lectores habituales. Un 11.9% no leen en su tiempo libre. Mientras el 23.7% de los estudiantes universitarios presentan inconsistencia en sus datos. A estas personas que aparecen en una variable del comportamiento lector como «lectores» y en otra como «no lectores», los hemos designado «falsos lectores».
- La mitad de los «lectores habituales» leen una media de 1 hora diaria, mientras el 86% de los «no lectores» no le dedica tiempo a la lectura durante la semana. Los «lectores ocasionales» dedican entre 3 y 5 horas a la semana, y el 50% de los «falsos lectores» no leen o leen como mucho 1 hora de media a la semana.
- Los hombres «no lectores» leen prensa deportiva (62%) y las mujeres «no lectoras» prensa local (52.6%). Los «lectores» leen, básicamente, prensa nacional (62.1%), mientras que los «falsos lectores» se dirigen hacia la lectura de la prensa local.

- El 97.1% de los «lectores habituales» ha comprado algún libro a lo largo del año anterior: lo ha hecho un 89.8% de los «lectores ocasionales», un 70.4% de los «falsos lectores» e, incluso, el 39.7% de los estudiantes «no lectores». Los «lectores habituales» tienen como segunda vía de acceso a la lectura el obsequio de libros (a un 87.7% les han regalado como mínimo un libro). Para el grupo de «no lectores» es la forma menos frecuente de acceder al libro, solo a un 25% le han obsequiado con un libro.
- Un 40.2% de los «lectores habituales» obtiene más de 5 libros por préstamo bibliotecario. El 66.5% de los «no lectores» y el 55.2% de los «falsos lectores» no ha hecho uso del préstamo bibliotecario.
- Los «lectores» leen y compran libros por motivación intrínseca a la lectura (96.3% de los «lectores habituales», 94.6% de los «lectores ocasionales»). Los «no lectores» (73.5%) y los «falsos lectores» (81.1%), fundamentalmente, por motivación extrínseca.
- Los «lectores» afirman no leer más por falta de tiempo (82.6%), mientras que los «no lectores» prefieren otro tipo de ocio (57.4%).
- Solo un 15.6% de los estudiantes «no lectores» informa que le gusta leer, mientras que a un 44.5% de los «falsos lectores» no les gusta la lectura. Sin embargo, entre los estudiantes universitarios «lectores», un 97.2% de los «lectores habituales» informan que les gusta bastante o mucho la lectura, de igual modo que a un 80.4% de los «lectores ocasionales».
- Un 54.3% de los «no lectores» valoran su relación con la lectura como negativa, mientras que un 93.5% de los «lectores habituales» la consideran como positiva. No obstante, el 61.5% de los «no lectores» y el 97.1% de los «falsos lectores», consideran adecuado su nivel lector.

6

**LOS HÁBITOS LECTORES
DE LOS FUTUROS EDUCADORES**

1. LA LECTURA EN LOS ESTUDIANTES DE MAGISTERIO

Nuestra muestra está compuesta por 1.277 estudiantes de Magisterio, el 74.9% son mujeres y un 12.8% mayores de 25 años. La mitad son estudiantes de segundo curso (24.9% de primero y 23.9% de tercero). Proceden de 10 universidades distintas, ubicadas en: Universidad Autónoma de Madrid, Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad del País Vasco, Universidad de Valencia, Universidad de Castilla-La Mancha, Universidad de Extremadura, Universidad de Granada, Universidad de León, Universidad de Murcia y Universidad de Cantabria.

Nos interesan los datos de los maestros por ser mediadores en la lectura de sus alumnos. Por ello, deberían cumplir con dos condiciones básicas: ser lectores y compartir el gozo de la lectura (Cerrillo, Larrañaga y Yubero, 2007). Nuestro objetivo de estudio con los alumnos que cursan Magisterio se centra en el análisis de las variables del comportamiento de lectura voluntaria de libros y en las variables motivacionales.

1.1. Comportamiento lector

Un 56.6% de los alumnos de Magisterio tiene hábito lector (48,9% «lee ocasionalmente»; 7.7% «lectores habituales»). Junto a ellos, un 31.7% serían «falsos lectores» y un 13.7% serían «no lectores».

Analizados los resultados según el sexo de los estudiantes (Gráfico 72), un 21.7% de los hombres serían «no lectores» y un 35.7% estarían en la categoría de «falsos lectores». En las mujeres estos dos porcentajes bajan, siendo «no lectoras» un 11.1% y 30.4 % «falsas lectoras».

Si tenemos en cuenta la información del número de libros leídos en el último año, el mayor porcentaje de sujetos se sitúa entre 1 y 5 libros (1 o 2 libros: 34.7%; 3 a 5 libros: 33.5%). Teniendo en cuenta que leer 1 o 2 libros al año lo hemos considerado como un criterio de «no lector» (en contexto universitario), quedarían un 59.7% de estudiantes de Magisterio que han leído más de 2 libros al año (6 a 10 libros: 17.8%; 11 a 15 libros: 4.9%; más de 15 libros: 3.5%).

La segmentación según el sexo (Gráfico 73) marca las mismas pautas que hemos visto en los grupos lectores: mayor porcentaje de lectoras (64.4%), que de lectores (45.3%).

En el momento de completar la encuesta estaban leyendo un libro el 44.9% de los estudiantes de Magisterio (46.7% de las mujeres, 39.5% de los hombres). De los estudiantes lectores actuales, el 30.4% lo hacía de un libro no vinculado con sus estudios (23.8% hombres, 32.6% mujeres).

Gráfico 72: Distribución de los grupos lectores en maestros según sexo

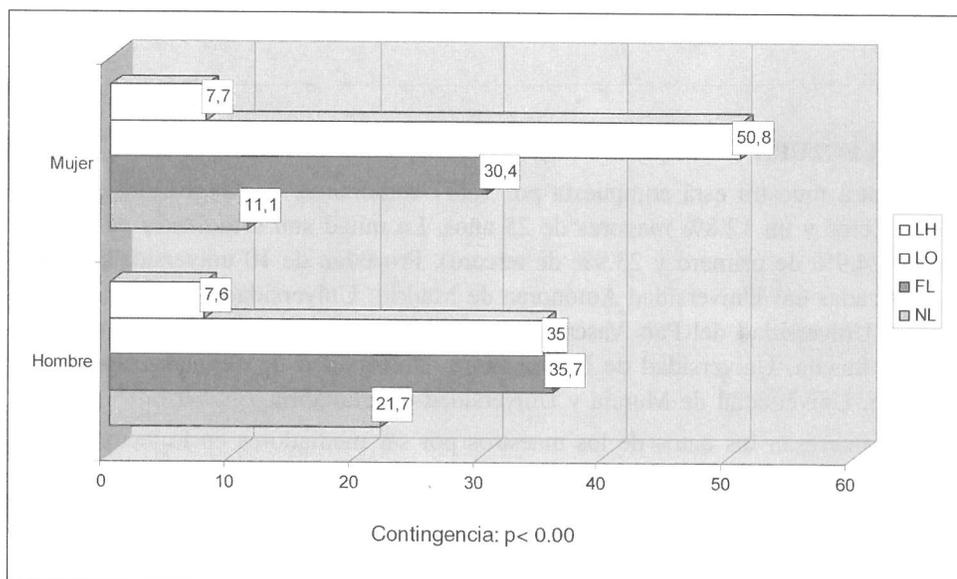
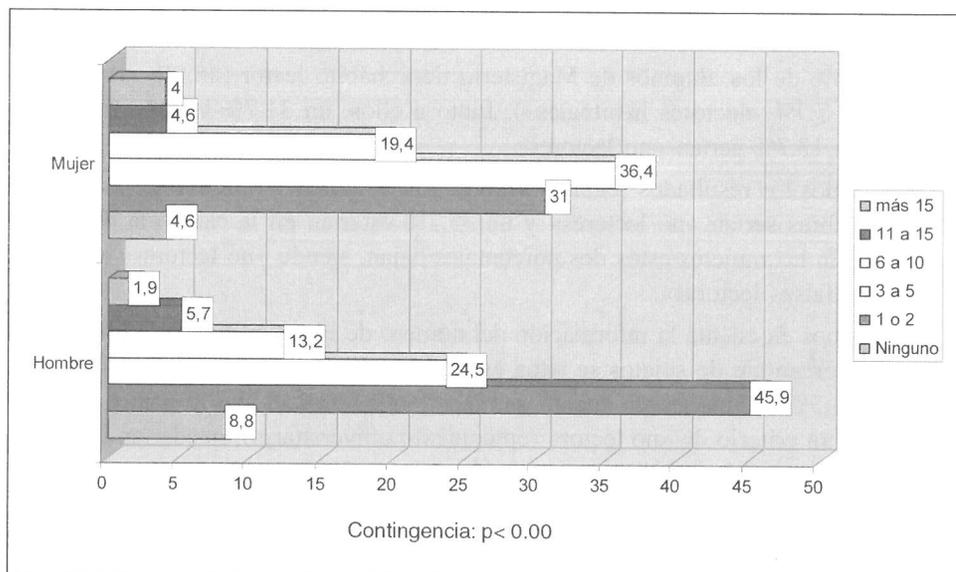


Gráfico 73: Número de libros leídos por maestros según sexo

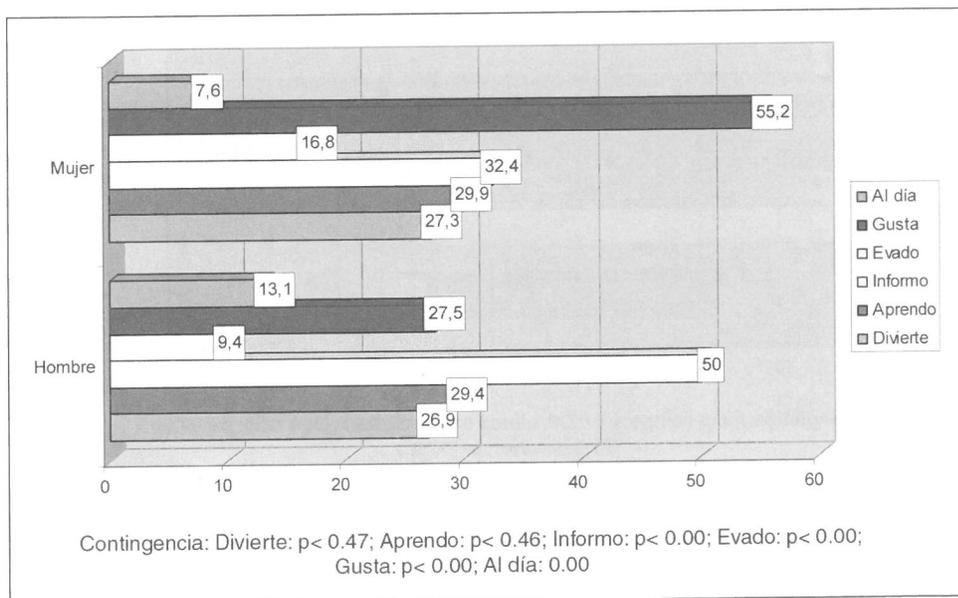


1.2. Factores motivacionales

Los estudiantes de Magisterio destacan dos motivos por lo que leen: porque les gusta (48.2%) y para informarse (36.8%). Las siguientes categorías son para aprender (29.8%) y para divertirse (27.2%).

La distribución por sexos (Gráfico 74) marca la diferencia motivacional de la lectura para hombres y mujeres. Los primeros la utilizan en mayor medida para informarse y estar al día, mientras que en las mujeres destaca en mayor medida el gusto por la lectura y para evadirse. Estos resultados coinciden con la distribución por sexos del comportamiento lector: los hombres llevan a cabo con mayor frecuencia lectura instrumental y las mujeres lectura ociosa.

Gráfico 74: Motivos de lectura en maestros según sexo



Los estudiantes de Magisterio justifican no leer más por falta tiempo (71.7%), destacando en este factor más las mujeres (Gráfico 75).

Más de la cuarta parte de los estudiantes de Magisterio prefiere otro ocio a la lectura (28.7%), destacando que entre los hombres alcanza el 49.4%.

La misma situación queda reflejada en la valoración del gusto por la lectura. Prácticamente, solo a la mitad de los futuros maestros les gusta la lectura (56.6%: Bastante: 38.6%; Mucho: 18%). Un 11% afirma que no les gusta la lectura y los demás se ubican en el nivel de respuesta regular. Las mujeres reflejan mayor acercamiento a la lectura ociosa que los hombres (Gráfico 76).

2. HÁBITO LECTOR Y CONTEXTO UNIVERSITARIO

Nuestro objetivo en este punto es analizar la influencia de la formación del contexto universitario en el hábito lector del sujeto. Nos centramos en el análisis de los hábitos lectores de los estudiantes de Magisterio en el momento de acceso a la universidad (1º curso) y en el período de finalización de la carrera (3º curso). La finalidad es poder conocer si se producen diferencias con la inserción en este contexto.

Para llevar a cabo los contrastes se analizan separadamente la distribución de las variables de comportamiento lector y las variables motivacionales en estos cursos, estudiando la contingencia en cada una de ellas.

Gráfico 75: Justificación para no leer en maestros según sexo

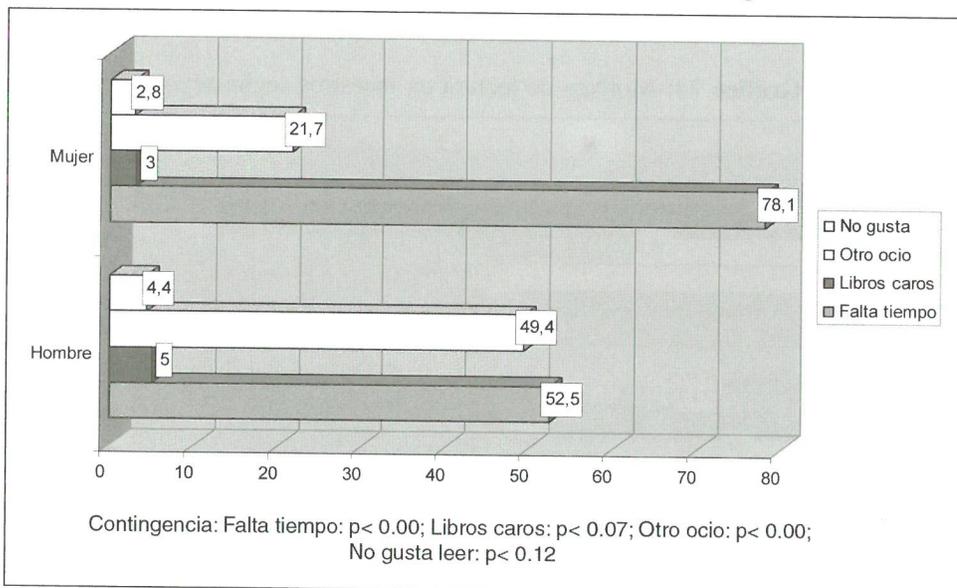
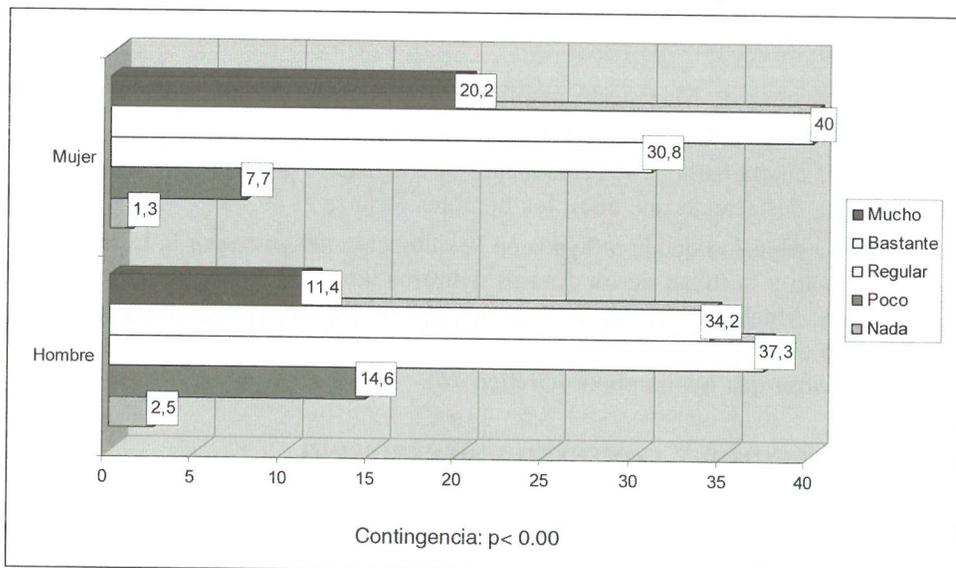


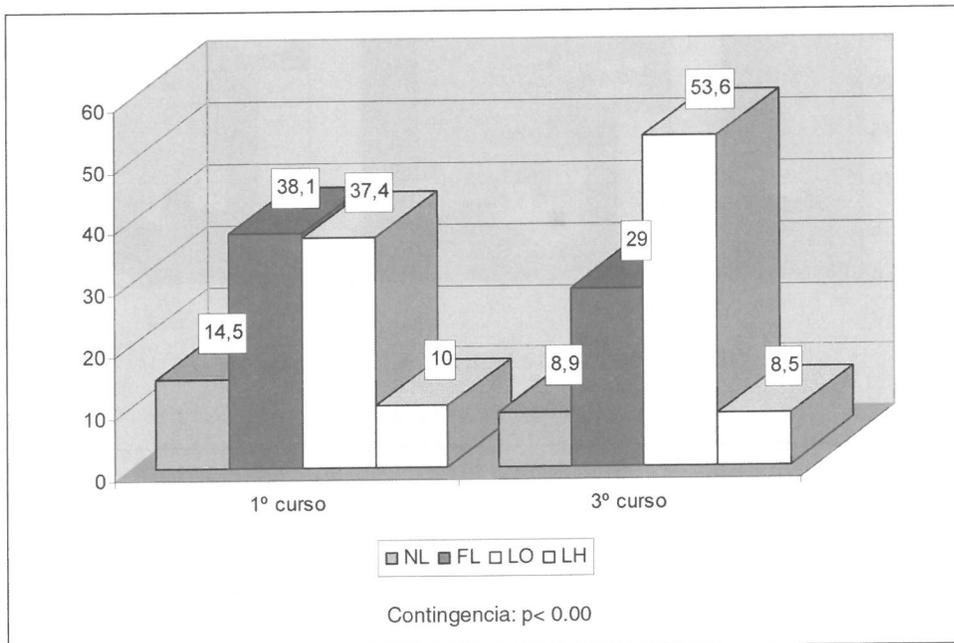
Gráfico 76: Gusto por la lectura en maestros según sexo



2.1. Comportamiento lector

En la comparación entre los estudiantes de Magisterio de primer curso y de tercero se observa una ligera reducción de los «no lectores» y de los «falsos lectores», con un incremento de «lectores ocasionales», que pasan a ser más de la mitad (Gráfico 77).

Gráfico 77: Distribución de los grupos lectores en maestros según curso



En el número de libros leídos se produce un trasvase hacia las categorías de 3 a 10 libros (Gráfico 78), que se corresponden con los niveles de lectura que hemos marcado para el «lector ocasional». Esto implicaría un ligero incremento de la actividad lectora, pero sin llegar a modificarse los niveles superiores de lectura.

2.2. Factores motivacionales

Un factor motivacional parece modificarse con la inserción en el contexto universitario: el incremento de los motivos intrínsecos que dirigen a la lectura (Gráfico 79). De hecho, analizados conjuntamente los motivos lectores, se mantiene un 11.7% de estudiantes de tercero de Magisterio que se dirigen a la lectura, exclusivamente, con motivación extrínseca.

Aún así, al finalizar los estudios de Magisterio se mantiene más de una tercera parte de los estudiantes que ni les gusta ni se sienten atraídos hacia la lectura (Gráfico 80).

Gráfico 78: Número de libros leídos por maestros según curso

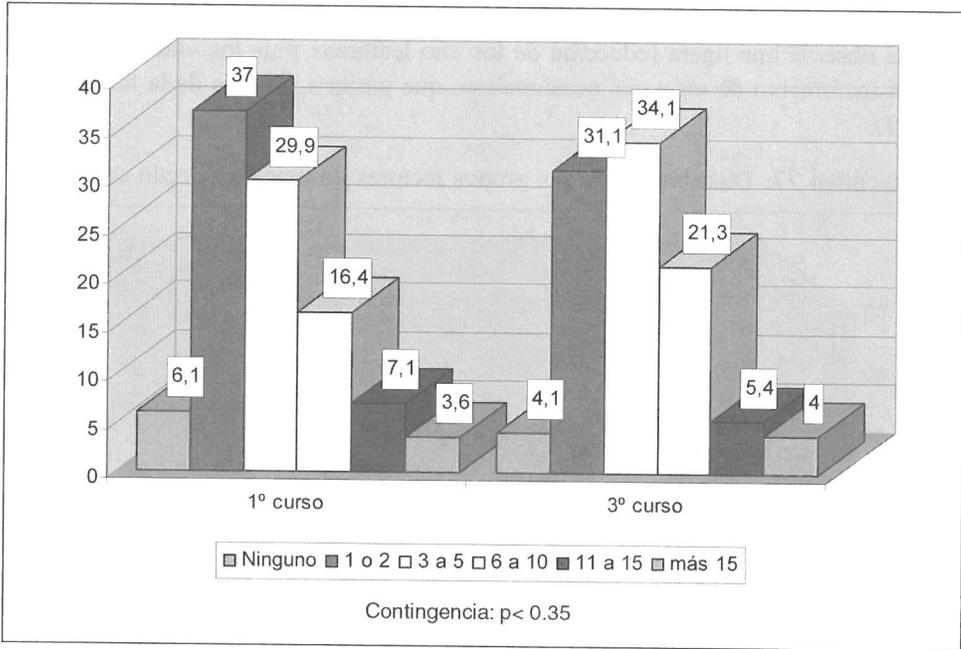


Gráfico 79: Motivación para la lectura en maestros según el curso

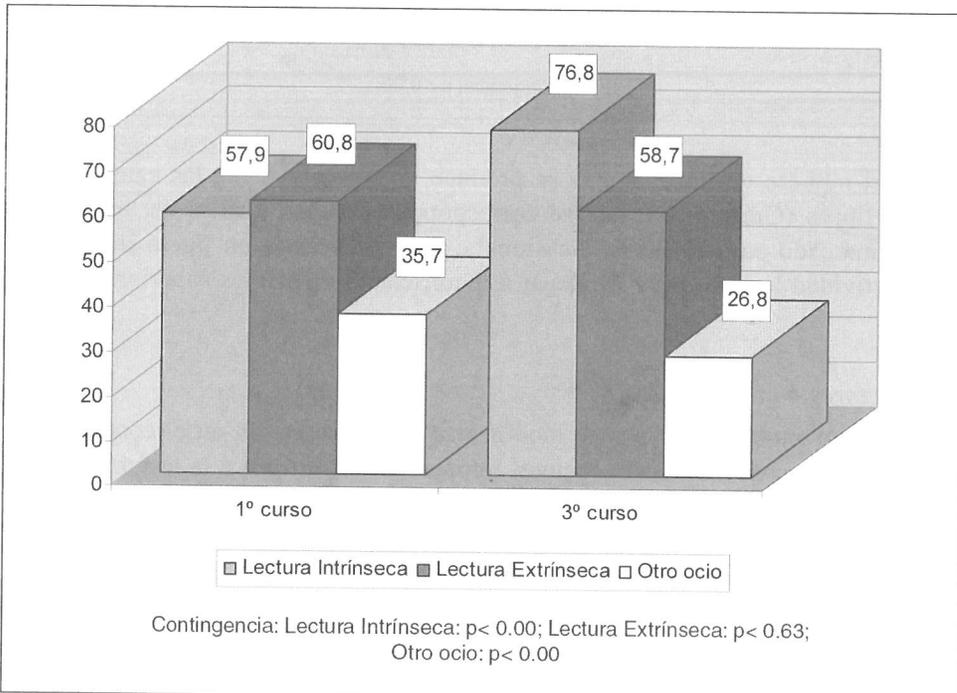
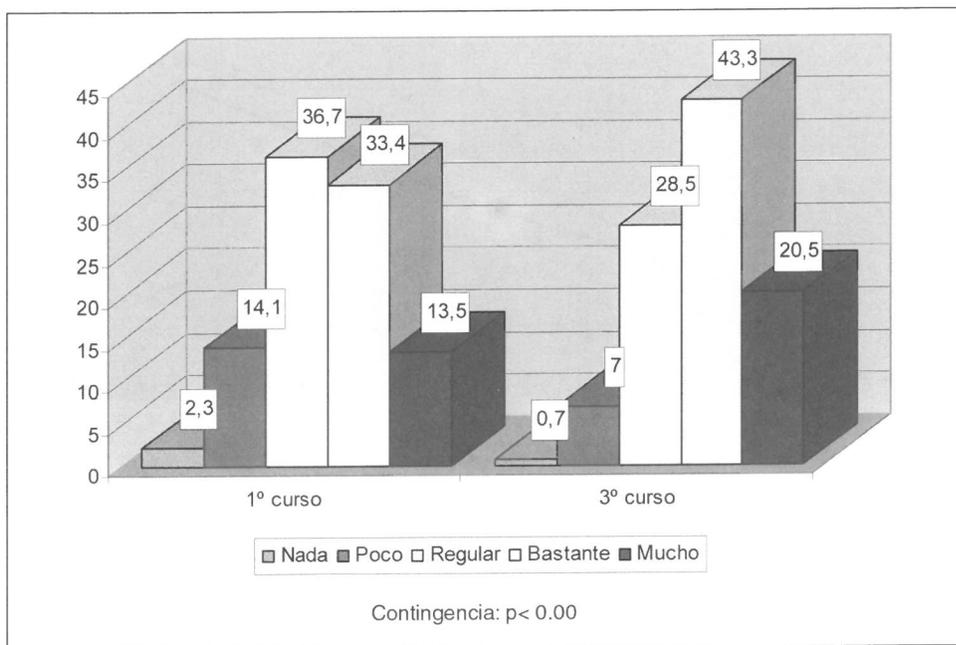


Gráfico 80: Gusto por la lectura en maestros según curso

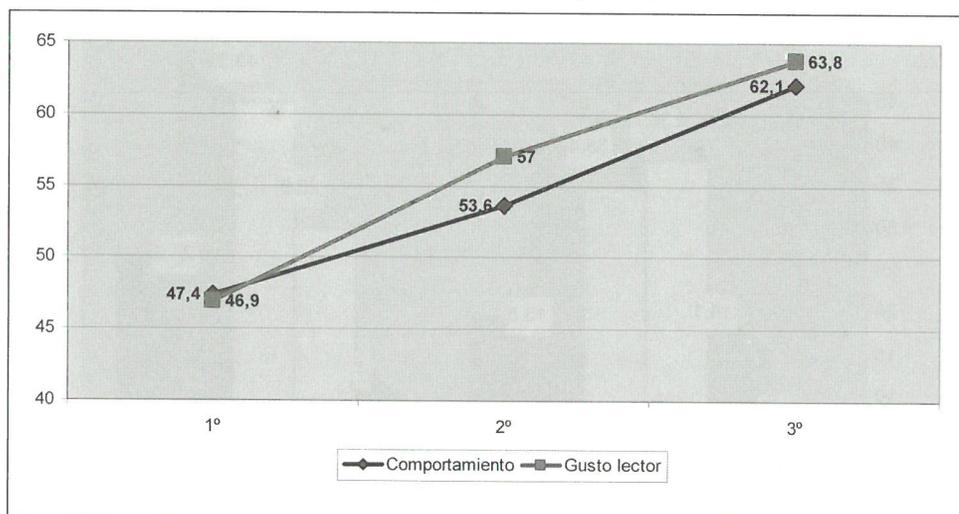


Al iniciar los estudios universitarios, los alumnos de Magisterio tienen unos niveles de lectura superiores a la media de los alumnos de secundaria. Si comparamos los niveles de lectura, según la segmentación de los informes de la Federación de Gremios de Editores de España (2007), los niveles de lectura se sitúan en un 46.5% de «lectores frecuentes», 19.5% de «lectores ocasionales» y 33.8% de «no lectores». Los alumnos de primero de Magisterio, siguiendo la misma categorización, en función del tiempo dedicado a la lectura voluntaria, se sitúan en un 50.9% de «lectores frecuentes», 24.8% de «lectores ocasionales» y 24.2% de «no lectores». La franja del gusto por la lectura pasa del 46.9% en primer curso, a un 63.8% en tercer curso, mientras que el comportamiento lector al finalizar los estudios de Magisterio se encuentra en el 62% (Gráfico 81).

3. RESUMEN

- Solo un 7.7% de los futuros maestros son «lectores habituales» y un 48.9% «leen ocasionalmente», lo que supone que solo un 56.6% son «lectores». Un 31.7% de los alumnos de Magisterio entrarían en la categoría de «falsos lectores».
- El porcentaje de «lectores habituales» es semejante para hombres y mujeres, pero estas últimas son en mayor medida «lectoras ocasionales» (50.8%).
- Respecto al número de libros leídos en el último año, un 59.7% de los estudiantes puede considerarse «lector» (han leído más de 2 libros), un 26.2% han leído más de 5 libros, y un 3.5% supera la lectura de 15 libros, en el último año.

Gráfico 81: Evolución del comportamiento y del gusto lector por cursos



- Las estudiantes de Magisterio leen por entretenimiento (55.2% les gusta, 27.3% se divierte y 16.8% se evade), mientras que los hombres llevan a cabo la lectura como actividad instrumental (se informan: 50%; aprenden: 29.4% y estar al día: 13.1%). Estos estudiantes justifican no leer más porque les falta tiempo (78.1% de las mujeres; 52.5% de los hombres), y la mitad de los hombres (49.9%) prefiere otro tipo ocio a la lectura.
- La inserción en el contexto universitario produce una ligera mejoría de la situación lectora de los futuros maestros. Un 62.1% de los alumnos de tercer curso son «lectores», un 29% «falsos lectores» y casi el 9% «no lectores». El gusto por la lectura pasa a ser informado por un 63.8% de los estudiantes del último curso.

7

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en la primera fase de la investigación confirman los datos proporcionados por las encuestas nacionales, en las que se da una frecuencia superior en la conducta lectora de los estudiantes respecto al resto de la población. De la misma manera, se encuentran porcentajes superiores de lectura en las mujeres universitarias que en los varones.

Entre los estudiantes universitarios predominan los que leen alguna vez a la semana, incluyendo libros de lectura propios de su formación universitaria. En el tipo de libro de lectura que seleccionan predomina la novela (*best-sellers*), como reproducen también los datos nacionales.

En general, los estudiantes se dirigen hacia la lectura porque les gusta, aunque también destaca la lectura instrumental, en mayor medida en los hombres. Encontramos diferente comportamiento lector según los estudios cursados, pero parece que este hecho depende más de los intereses y valores personales del sujeto.

El análisis del patrón de lectura confirma que ser o no ser lector es algo más que llevar a cabo el comportamiento de leer. Lo que define a la persona sin hábito de lectura no es exactamente no leer, sino leer solo por obligación y con una motivación instrumental, restringiendo la actividad lectora al mínimo requerido. La selección de libros de lectura voluntaria se dirige, casi exclusivamente, a las novelas; en la lectura de prensa destaca la deportiva.

Los estudiantes universitarios perciben su relación con la lectura como regular pero consideran que su nivel lector es normal. Esto refleja estilos de vida en los que la lectura voluntaria no suele aparecer. Entendemos que se trata de sujetos sin hábito lector, con independencia de que puedan haber leído esporádicamente alguna novela, lo que les puede servir como justificación social. El patrón de lectura de los sujetos lectores queda definido por la realización de la conducta voluntaria de leer y por el interés hacia los libros. Pero no se trata solo de que lean más, sino de las diferencias en la propia conducta lectora. Estas personas se dirigen hacia la lectura por una motivación intrínseca: les gusta y se entretienen leyendo. Este tipo de motivación también queda reflejada en el acceso a los libros, cuando afirman que les apetece, les gusta tenerlos, les gusta regalar libros, ser obsequiados con ellos y acceder al préstamo bibliotecario y entre amigos. Estos estudiantes valoran positivamente su relación con la lectura y se perciben con un buen nivel lector.

Si acudimos al patrón de lectura de los «lectores habituales», se confirma la importancia que posee que la actividad lectora se encuentre insertada dentro de las actividades cotidianas y entre a formar parte del estilo de vida, destacando la compra y el obsequio de libros. Los datos reflejan la importancia de las variables motivacionales que dirigen el acto lector, tanto en la conducta lectora como en el acceso a los libros, destacando básicamente la motivación intrínseca de leer por gusto.

Las personas de nuestro estudio son alumnos universitarios, que llevan asociada a su imagen social la práctica de la actividad lectora en relación a las dos categorías sociales que representan: estudiantes y universitarios. Este hecho, unido a la representación social positiva del lector, provoca que algunos sujetos distorsionen su imagen lectora para obtener la deseabilidad social. Esta circunstancia nos ha llevado a situar a estos sujetos en un grupo independiente de estudio, al que hemos denominado «falsos lectores». Este grupo presenta características diferenciales, que vienen reflejadas tanto en su conducta de lectura, como en las variables motivacionales de la misma. Los falsos lectores se ubican en un patrón lector intermedio. Leen alguna vez, pero esta conducta no está insertada en su estilo de vida. Su acercamiento a la lectura es esporádico y, aunque no les disgusta esta actividad, no han conseguido incluirla de forma sistemática en su tiempo de ocio. Leen, generalmente, para estar informados y recurren a la falta de tiempo para justificar su nivel de lectura que, por otra parte, valoran como adecuado. Pueden llegar a percibirse como lectores, aunque realmente no tienen desarrollado el hábito de leer.

La justificación que hacen los falsos lectores de no leer puede reflejar la configuración sociocultural del ocio y la baja motivación social que se tiene hacia la lectura en nuestro contexto. Acuden a pretextos como la falta de tiempo, cuando en nuestro estilo de vida actual se dispone de más tiempo libre que en ninguna otra época. En la actualidad, se perciben dos fenómenos: el primero es la escasa relevancia social del tiempo dedicado a la lectura. El ocio se define culturalmente con la realización de otras actividades, principalmente consumistas, con lo que el tiempo de lectura no entra en esta configuración. El segundo, la no disponibilidad de tiempo libre marca, de alguna forma, una imagen social de prestigio. Unidos ambos fenómenos, parece que la mejor opción para justificar que no se lee es apelar a la no disposición de tiempo libre para ser lectores. Con ello se encuentra justificación para no realizar una conducta socialmente valorada y que el estudiante universitario debería llevar a cabo, para mantener su estatus. De hecho, estas personas perciben que mantienen una relación positiva con la lectura y se consideran a sí mismos como sujetos lectores.

El paralelismo que se encuentra entre el gusto por la lectura y el comportamiento lector lleva a la consideración de que lo fundamental en la creación de los hábitos lectores es desarrollar el gusto lector. Pero el gusto lector no es innato, hay que despertarlo y modelarlo desde la primera edad, siendo fundamental la acción del entorno social para su desarrollo. Debemos tener en cuenta que el gusto por la lectura se genera sobre la base de una motivación intrínseca por leer, unido al disfrute de la actividad lectora. Lo que hace imprescindible que los maestros, como mediadores entre los niños y la lectura, lean y les guste leer, para que puedan ser modelos que despierten la motivación por la lectura. Se trata de que los maestros no solo proporcionen el instrumento (el aprendizaje del lenguaje escrito), sino que construyan conjuntamente con el niño la capacidad de utilizarlo. Por ello hemos destacado los datos de los estudiantes de Magisterio, por la implicación que puede tener en su vida laboral y en el futuro de sus alumnos.

La lectura es un artículo de primera necesidad para el desarrollo cultural, indispensable para lograr un adecuado desarrollo individual y una adaptación plena del individuo a una sociedad letrada (Solé, 1997). Pero, además, la lectura también es una actividad lúdica, que nos puede posibilitar pasarlo bien. El objetivo es descubrir la lectura como una alternativa de actividad social más, que se puede seleccionar libremente. Pero un alumno solo se hará lector si siente interés por los libros y por la lectura. La motivación infantil está influida por lo que ven y oyen habitualmente. Y, lo que es más importante, activamos la motivación hacia la lectura con una inmersión placentera en el mundo lector, a través de imitar y ver disfrutar a los lectores, lo que refuerza la importancia del modelado de los maestros.

Sin duda, los mediadores que consideran la lectura solo por su valor instrumental no llegan a construir lectores. El problema de los maestros que son lectores instrumentales («falsos lectores»), es que pueden llevar a programar solo actividades de instrumentalización de la lectura y, con ello, olvidar el valor de la propia lectura por sí misma (Díaz Rönnner, 2001; Orquín, 1988). No podemos obviar que la verdadera literatura no se propone, *a priori*, enseñar nada. El autor escribe por el placer de escribir y el verdadero lector lee el libro por el placer de leerlo. El objetivo debe ser que leer se convierta en un placer, primando la gratuidad y la libertad de la acción. Es necesario alejar el rol de lector y el de la lectura de la obligatoriedad y de la instrumentalidad curricular, tratando de insertar el comportamiento lector en el tiempo de ocio.

Los datos del *Barómetro de Hábitos de Lectura* (2007) encuentran los niveles más elevados de lectura en la franja de 10 a 14 años, pero si esa lectura es obligatoria no se consolidará en hábitos lectores permanentes. La obligatoriedad puede llevar, en principio, a altos índices de lectura, pero que no van a ir unidos al hábito lector. Tendremos que esperar unos años a que estos niños se conviertan en adultos, para comprobar su evolución lectora.

En el contexto universitario parece que se produce algún cambio en la actividad lectora voluntaria de los sujetos, con un ligero incremento de la actividad lectora y de las variables motivacionales hacia la lectura. No obstante, sigue habiendo un porcentaje importante de estudiantes universitarios no lectores y falsos lectores, incluso en carreras universitarias como Magisterio. La situación que encontramos refleja que en torno al 40% de los futuros maestros, cuando están en situación de incorporarse al mercado de trabajo, no son lectores, y una tercera parte no muestra un patrón motivacional de acercamiento y disfrute de la lectura.

Tenemos un apasionante reto en un futuro inmediato, la adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior, lo que nos exige trabajar no solo el conocimiento, sino desarrollar y potenciar también las aptitudes y competencias para los futuros profesionales. En este ámbito, resulta imprescindible incluir la lectura y potenciar los hábitos lectores de los futuros maestros y de todos aquellos profesionales que se van a insertar en el campo educativo.

BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

- ADLER, M., *Cómo leer un libro*. Madrid, Debate, 1996.
- ALBANELL, P., «Contagiar», en AA. VV., *Hablemos de leer*. Madrid, Anaya, 2002, pp. 11-19.
- BANDURA, A., *Teoría del aprendizaje social*. Madrid, Espasa Calpe, 1982.
- BETTELHEIM, B. y ZELAN, K., *Aprender a leer*. Barcelona, Grijalbo-Mondadori, 1998.
- CERRILLO, P. C., (1995). «Ver, oír y ... leer», en P. C. CERRILLO y J. GARCÍA PADRINO (coord.), *El niño, la literatura y la cultura de la imagen*. Cuenca, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 1995, pp. 9-13.
- CERRILLO, P. C., LARRAÑAGA, E. y YUBERO, S., *Libros, lectores y mediadores*. Cuenca, Servicio de Publicaciones Universidad de Castilla-La Mancha, 2002.
- CERRILLO, P. C., LARRAÑAGA, E. y YUBERO, S., «Libros, lectores y mediadores», en P. C. CERRILLO y S. YUBERO (Coord.), *La formación de mediadores para la promoción de la lectura*. Cuenca, CEPLI/SM, 2007, pp. 277-284.
- CLEMENTE, M. y DOMÍNGUEZ, A. B., *La enseñanza de la lectura*. Madrid, Pirámide, 1999.
- CONTRERAS, J., «La lectura y sus circunstancias», en J. A. MILLÁN (coord.), *La lectura en España*. Madrid, Federación de Gremios de Editores, 2002, pp. 165-209.
- DÍAZ RÖNNER, A., *Cruz y cara de la literatura infantil*. Buenos Aires, Lugar Editorial, 2001.
- ECHEBARRÍA, A. y PÁEZ, D., *Emociones. Perspectivas psicosociales*. Madrid, Fundamentos, 1989.
- FERNÁNDEZ PAZ, A., «Como quien bebe agua», en AAVV, *Hablemos de leer*. Salamanca, Anaya, 2002, pp. 77-88.
- GIL CALVO, E., «El destino lector», en AAVV, *La educación lectora*. Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2001, pp. 12-26..
- LARRAÑAGA, E., *La lectura en los estudiantes universitarios: variables psicosociales en la formación de los hábitos lectores*. Tesis doctoral, 2004.
- LONDOÑO, L. O. (comp.), *El analfabetismo funcional*. Madrid, Popular, 1990.
- MACHADO, A. M. (2002). *Lectura, escuela y creación literaria*. Salamanca: Anaya.
- MILLÁN, J. A., *La lectura y la sociedad de conocimiento*. Madrid, Federación de Gremios de Editores, 2001.
- MONTES, G., «Elogio a la perplejidad», en AAVV, *Leer en plural*. Salamanca, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2000, pp. 67-81.
- ORQUÍN, F., «La madrastra pedagógica», en *CLIJ* 1 (1988), pp. 20-23.

- PENNAC, D., *Como una novela*. Barcelona, Anagrama, 1993.
- SOLÉ, I., «La lectura un proceso estratégico», en *Aula de Innovación Educativa* 59, (1997), pp. 23-27.
- YUBERO, S., LARRAÑAGA, E. y CERRILLO, P. C. (2004). *Valores y lectura. Estudios multidisciplinares*. Cuenca, Servicio de Publicaciones Universidad Castilla-La Mancha, 2004.

ANEXO I: Cuestionario

CUESTIONARIO DE HÁBITOS LECTORES

Centro de Estudios para la Promoción de la Lectura -CEPLI- (UCLM)

Sexo: Hombre Mujer Edad: _____

Estudios que cursas:

Carrera _____ Curso _____

Universidad _____

Ciudad _____

Aparte de tus lecturas para estudiar, ¿cuánto lees, como *lectura voluntaria*, en tu tiempo libre?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Todos o casi todos los días | <input type="checkbox"/> Alguna vez al trimestre |
| <input type="checkbox"/> Una o dos veces por semana | <input type="checkbox"/> Casi nunca |
| <input type="checkbox"/> Alguna vez al mes | <input type="checkbox"/> Nunca |

Si lees, ¿por qué lees? (señala dos opciones)

- | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Me divierte | <input type="checkbox"/> Me evado |
| <input type="checkbox"/> Aprendo | <input type="checkbox"/> Me gusta |
| <input type="checkbox"/> Me informo | <input type="checkbox"/> Estoy al día |

Otros _____

¿Cuántos libros has leído en el último año?

- | | | | |
|----------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ninguno | <input type="checkbox"/> de 3 a 5 | <input type="checkbox"/> de 11 a 15 | <input type="checkbox"/> de 21 a 50 |
| <input type="checkbox"/> 1 o 2 | <input type="checkbox"/> de 6 a 10 | <input type="checkbox"/> de 16 a 20 | <input type="checkbox"/> más de 50 |

¿Con qué frecuencia lees la prensa periódica?

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Todos los días | <input type="checkbox"/> Un día a la semana | <input type="checkbox"/> Casi todos los días |
| <input type="checkbox"/> De vez en cuando | <input type="checkbox"/> Nunca | |

¿Qué periódicos?

- | | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Nacionales | <input type="checkbox"/> Deportivos | <input type="checkbox"/> Locales |
|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|

Señala los títulos y autores de los últimos libros que hayas leído voluntariamente:

¿Estás leyendo algún libro en este momento? Sí No

¿Cuál? _____

¿A qué se debe que no lees con mayor frecuencia?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Falta de tiempo | <input type="checkbox"/> Los libros son caros |
|--|---|

¿Te gusta leer?

- Nada Poco Regular Bastante Mucho

Si eres lector habitual, ¿cuánto tiempo dedicas a leer a la semana?

- 1 hora 4-5 horas más de 10 horas
 2 horas 6-7 horas No leo habitualmente
 3 horas 8-10 horas

Desde tu infancia hasta hoy, ¿cómo crees que ha sido tu relación con la lectura?

- Muy buena Buena Indiferente Regular Mala

En función de tu comportamiento lector, ¿cuál crees que es tu nivel lector?

- Malo Regular Normal Bastante bueno Muy bueno

¿Cuántos libros de *lectura voluntaria* compras al año?

- Ninguno de 3 a 5 de 11 a 15 de 21 a 25
 1 o 2 de 6 a 10 de 16 a 20 más de 25

¿Por qué compras los libros? (señala dos opciones como máximo)

- Los necesito Me gusta regalarlos
 Me apetece Me gusta tenerlos en casa
 Está de moda Otros _____

¿Cuántos libros de *lectura voluntaria* te han regalado en el último año?

- Ninguno De 3 a 5
 1 o 2 Más de 5

¿Cuántos libros de *lectura voluntaria* has sacado como préstamo bibliotecario en el último año?

- Ninguno De 3 a 5
 1 o 2 Más de 5

¿Cuántos libros de *lectura voluntaria* has leído a través de préstamos de amigos?

- Ninguno De 3 a 5
 1 o 2 Más de 5

¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

- Diariamente Casi todos los días Alguna vez al mes
 Alguna vez a la semana Nunca o casi nunca

¿Para qué utilizas Internet?

- Comprar Buscar información Leer
 Chatear Navegar Pasar el rato
 Descargar cine y música Otros _____

