

## *Reading habits and information consumption of adolescents in the digital environment*

### *Hábitos de lectura y consumo de información de los adolescentes en el ámbito digital*

**Rosa Tabernero Sala**

rosatab@unizar.es

Universidad de Zaragoza

**ORCID ID:** <https://orcid.org/0000-0002-2332-5807>

**Fecha de recepción:** 11/02/2020

**Fecha de aceptación:** 26/04/2020

**Eva Álvarez Ramos**

evamaria.alvarez.ramos@uva.es

Universidad de Valladolid

**ORCID ID:** <https://orcid.org/0000-0001-7812-6592>

**Hugo Heredia Ponce**

hugo.heredia@uca.es

Universidad de Cádiz

**ORCID ID:** <https://orcid.org/0000-0003-3657-1369>

---

Tabernero Sala, R., Álvarez Ramos, E., & Heredia Ponce, H. (2020). Reading habits and information consumption of adolescents in the digital environment. *Investigaciones Sobre Lectura*, 13, 72-89.

**DOI:** <https://doi.org/10.37132/isl.v0i13.302>

---

Tabernero Sala, R., Álvarez Ramos, E. y Heredia Ponce, H. (2020). Hábitos de lectura y consumo de información de los adolescentes en el ámbito digital. *Investigaciones Sobre Lectura*, 13, 90-107.

**DOI:** <https://doi.org/10.37132/isl.v0i13.302>

---

## *Reading habits and information consumption of adolescents in the digital environment*

**Abstract:** The present work tries to echo how the communicative metamorphoses occurred in the last years, inferring in the reading habits and in the consumption of information in a general way and more specifically in adolescents. The analysis will start from the report prepared by the writers' guild 2018 (2019), since it allows us to monitor the state of reading habits and book purchases in a generalized way in Spain. Then, apply what has been poured out to young people extensively and, finally, materializing by extrapolating all the data analyzed to the geographical area of Cádiz adolescents and their position in relation to the rest of Spanish adolescents. Gender variables will also be taken into account in a very special way, to see if there is a certain preference depending on the sex of the reader in the choice of medium (digital or analogue) and if within the digital medium there are discrepancies in the type of text read. We will also check whether digital reading by young people is reduced exclusively to short texts and whether this choice can be derived from the very nature of digital. In the same way, we will pay special attention to the preferences of analogical reading versus digital reading, when we talk about long texts, again due to the personal nature of paper reading. We will analyze the reading frequency of the different digital media, as well as the choice of other shorter texts, categorized within the taxonomy of digital reading. Finally, we will take into account what types of readers with respect to reading frequency become from digital media. The idea is to draw up a panorama that shows how reading occurs among adolescents in the digital world, by definition, closer to their thoughts and feelings.

**Keywords:** Reading habits; Consumption of information; Adolescents; Digital reading; Gender variables.

---

Tabernero Sala, R., Álvarez Ramos, E., & Heredia Ponce, H. (2020). Reading habits and information consumption of adolescents in the digital environment. *Investigaciones Sobre Lectura*, 13, 72-89.

**DOI:** <https://doi.org/10.37132/isl.v0i13.302>

---

## Introduction

With the arrival and exponential development of the Internet, the definitive end of “The Gutenberg Galaxy” seems much closer, which McLuhan (1962) placed at the end of the 19th century, when the telegraph modified, from the root and forever, the means of human communication. The cybernetic gurus have long prophesied the end of the book. Still far from the sponsored outcome, readers have seen their reading routines changed and the texts have been supported by hypermedia resources, gaining in depth. There is a paradigm shift. Now language is not only configured as something verbal, but has been inserted into a multimodal environment, “because the idea of language or even text has become subordinate to the idea of medium” (Sánchez Mesa & Baetens, 2017, p. 6). But the systems of transmission and reception of information have also been modified, no matter its nature: literary, social or cultural. Internet has made possible the horizontalization of communication (Piscitelli, 2002) due to its parity between emission and reception and, evidently, to its massive essence. As a space of expression “it explores a wide range of possibilities that makes it possible to hear many voices” (Crovi, 2006, p. 6). But it also imposes its guidelines promoting hyperconnectivity, social networks, ubiquity and also globalization. These facts pertain to a greater or lesser extent the reading habit and especially the consumption of information.

Consequently, and as we have already mentioned, we face transformations in reading and writing. Roger Chartier (2005) summarizes the changes that have occurred and reinforces, among other elements, the following: social reading, the editorialization of the web, connected reading and new forms of reading consumption, without forgetting those changes that directly affect the editorial market and the hardware of the new reading devices.

The advance of technologies, which allow the characters of digital reading, also brings with it the birth of new reading devices (computer, electronic book, tablet or mobile...) and there are many studies that contextualize their use (Unsworth, 2006; Cordón, Gómez & Alonso, 2011; Cordón, Carbajo & Alonso, 2012 or López, 2017, among others). The electronic mechanisms not only allow to emulate the analogical reading, but also encourage (and this is the great variation) “to introduce changes in the very nature of the text, which gives rise to new textualities” (García Roca, 2019, p. 75).

We must bear in mind, therefore, how these changes have had a profound effect on the gears of the cultural industry, on the transmission and reception of information and take into account the influence on young people today. The book, as Cordón & Jarvio (2015) recognize, has ceased to be a container of texts, mutating into a “shared interface that occupies other spaces such as blogs or the exchange of information through platforms such as Open Bookmarks” (p. 139).

### *The new reading modes of the digital age*

The digital reader consciously faces a fragmented and non-hierarchical reading, as opposed to traditional analogue reading, where we physically mark the beginning and the end. The legal practices of the new electronic textualities are developed under the philosophical concept of rhizome established by Deleuze and Guattari in 1972. Thus, following the principle of connection

and heterogeneity of the rhizomatic model, the peculiar idiosyncrasy of the digital text allows the rupture of the lines of hierarchical subordination and any element of the reading can influence and affect any other (Deleuze and Guattari, 2004). When a book, a newspaper or a fanzine is opened, for example, the reader is aware of where the reading begins and ends. He may not do it in a linear way and jump from one content to another. But the reading itself is finite a priori and is conceived as straight and flat. It is precisely the physical format that gives it this characteristic. These particularities of the analogical, disappear in the digital reading, fundamentally, by the principles of the rhizomatic model. To the already mentioned connection and heterogeneity, there are added the cartography and the decal (the reading is not always the same, it is constructed as it is read), the multiplicity (there does not exist a unicity of reading, this is plural and composed) and the assigning ruptures (we can leave at any moment the reading of a subject and pass to another) (Deleuze & Guattari, 2004).

The hypertext is one of the main managers of the model. Lluís Codina, based on what has already been said by Nielsen (1995), Canals (1990) or Woodhead (1991), among others, defines it as an alternative way of organizing information in the form of a network or rhizome, composed of: “a set of nodes, which are the elements that contain the information; plus the links between such nodes, which implies: the set of anchors that identify the start and destination of each link, or what connects with what” (1998, p. 174).

Thanks to the hypertext links, the reader, who so wishes, is taken to other pages. It is a voluntary act that allows for more information and access to parallel topics and issues. This breaks up the closed and single reading, while promoting the connection between different documents. The information is thus structured in layers, which are difficult to finalize. There is a clear parallelism with the functioning of the brain, in this case the synapse is produced between pages, texts, audios, images...

Multimodality is another element that contributes to mutate the analogical reading. The digital support and its location in the Internet enable the coexistence of different languages, of multiple information morphologies (Vouillamoz, 2000). In this way, three of the basic methods of human expression can be integrated: image, text and sound and their combination in a varied repertoire of derived forms (Codina, 1997).

The act of reading becomes a hypermedia, multimedia, infinite process; it becomes an act in which the roles of reader and receiver are instantly interchangeable; it results in a more Barthesian turn of the screw and the metaphorical death of the author (1994); in a reader who constructs and reconstructs his own text, who articulates it by weaving his wefts, a clear and very representative example of the Latin metaphor *texere* (to weave) and its interferences and concomitances with the late term *textus* (Segre, 1985).

It maintains with the analogical process, this know-how, this feasible act as far as the pragmatics of reading are concerned. This process involves not only motor skills (those necessary to hold a book and turn the pages), but also other cognitive skills that are far removed from those related to reading comprehension. We are talking about the concept of ‘usability’. The ease with which we access certain information on web pages or how texts are presented to us on certain devices directly affects the reading experience and determines the time spent on it, as well as the number of times we go back to that page, company, blog... or use that terminal.

*Young people and digital reading*

Youth reading and writing practices have been the subject of research in recent years. From the virtual communication spaces in which they immerse themselves to share their reading experience to the analysis of the web ecosystem with their blogs, forums, social networks or audiovisual platforms such as YouTube (Taberbero, 2013; Lluch, 2014, 2017; Merga, 2015; Rovira, 2017; Álvarez, Heredia & Romero, 2019). But they have also been analyzed in the light of their impact on the teaching-learning processes, since the influence of learning and knowledge technologies (LKT) has deeply affected the teaching context both from emission and reception (Coiro, 2007; Tseng, 2010; Alejaldre & Álvarez, 2018; Heredia & Romero, 2019).

Nowadays, adolescents, baptized as ‘digital natives’, belong to the so-called Generation Z, a group characterized, among many other elements, by their profound preference for the visual and the iconic, a fact that results in their love for digital media, where they know how to function without problems and where the word is often accompanied by the image and many times replaced by it. To this multimedia bombardment, we must add the continuous use of PR, which leads them to be in continuous interaction (fast and immediate) with other cybernauts (Alvarez, Heredia & Romero, 2019) to either receive information or provide it.

In digital youth reading, essentially in that which is carried out on the Internet, it is necessary to differentiate between occupation and leisure, since the readings undertaken are quite different due to their object, purpose or cause. An academic reading practice, surely, will be similar to the analogical activity, because what is demanded is something that does not require an exacerbated use of hypermediality to gain in depth, quite the contrary (at least in these ages and with few exceptions). An unlettered reading will be guided by the drive (in a more or less lacanian sense) of the reader and his or her circumstances.

The vernacular readings (Cassany, 2012), those carried out behind the school’s back and that arise from the very interaction with the media, are constituted following the principles of all digital reading. Thus, “when contemporary students leave school every day, they are introduced to a learning scenario organized in a radically different way” (Pérez, 2012, p. 47-48). The parameter under which this reading practice is based is characterized by its brevity and fragmentation, following the guidelines in these “new ways of reading”, pointed out by Roger Chartier: “discontinuous, fragmented, segmented” (Peña, 2010, p. 3). Something inherent to the character of adolescent readers, whose profile is established as individuals “multitasking, with specific neuronal structures [...], because their minds have developed in a parallel way to hypertext, that is, in a non-linear way and based on an audiovisual culture” (Martínez y González, 2010, p. 7). This digital youthful assumption leads them to jump from one topic to another without going too deep into any of them. Unless, consciously, it awakens a certain interest. What we have called ‘culture of the headline’, with all that this journalistic metaphor entails. They configure thought in informative, simple, striking, direct neons. A single message is optimal for developing an opinion, acquiring a point of view or arousing a like, a retuit or getting a follower or a hater. Informative minimalism leads them not to go beyond the first glance, not to squeeze the digital rhizomatic warp to the maximum.

We are not only talking about the immediate pleasure derived from direct and quick knowledge, but also about its transmission (retuits, comments, shared Facebook posts, etc.), that emotional component of the interaction in the networks cannot be ignored. It is one of the most

hedonistic generations in history in that search of every prosumer (perhaps, in this case, behaviouralist) for instantaneous enjoyment (stimulus-response-reward). This fact, together with the digital vortex, can only make influence in the acts of reading.

*Reading habits and information consumption*

The reports produced by the writers’ guild (2018; 2019) allow us to monitor the state of reading habits in Spain. Undoubtedly, an optimal basis for contextualizing the data obtained in our research.

Digital reading seems to have been gradually gaining ground and is an indissoluble part of adolescent reading. Thus, among the data obtained in the age group (10-14 years) analyzed in this report (the most relevant for our research) we must highlight the following aspects:

- The digital readout has increased by just over two points in the last year. Although the gap with paper-based reading is still considerable, the progressive increase initiated in previous years is maintained.
- A more noteworthy fact is the progress made by readers of books in digital format. Thus, compared to the 9.7 % that recognized reading them in 2017, we find 27 % in the last year studied (2018). The increase can be extended to the rest of the readership:

**Table 1.** *Adolescent reading in digital media. Comparison 2017-2018*

	2017	2018	Aumento
<b>Total Readers</b>	58.5 %	60.7 %	2.2 %
<b>Books</b>	13.4 %	37.6 %	24.2 %
<b>Books for leisure</b>	9.7 %	27.0 %	17.3 %
<b>Newspapers</b>	3.7 %	4.7 %	1.0 %
<b>Magazines</b>	1.1 %	3.3 %	2.2 %
<b>Comics</b>	2.3 %	2.4 %	0.1 %
<b>Webs, blogs, forums</b>	42.0 %	67.7 %	25.7 %
<b>RR. SS.</b>	28.2 %	39.0 %	10.8 %

Source: Own elaboration based on the Report prepared by the Writers Guild (2018; 2019)

- The content provided on the Internet is the main competitor to the digital book. This is due to the fact that, for the time being (although in continuous transformation as we have indicated), the analogical book continues to occupy a position of strength among adolescents and the reading public in general. But we must also bear in mind that the changes that the communication and information society have produced in Generations such as the Millennial in the first extreme and the Zeta in the second are the main protagonists. Even more so if we bear in mind that the latter, those that are a direct part of our study, are called the Screenagers (Gama, 2003). The technological advances “have(n) supposed a true revolution that is conditioning the way in which discourses are constructed and distributed in the new millennium” (Álvarez & Romero, 2018, p. 73).
- As a general fact we can add that the profile of the digital reader points to an individual much younger than the one who opts exclusively for paper. There is no substantial difference according to sex. This last fact is important for our research. Similarly, we see



that the segment with the highest readership of long texts on web pages or in PR is young people between 15 and 18 years old.

For the consumption of information (in journalistic media) by young people, we have preferred to take as a basis the Report Spanish Youth between two centuries (1984-2017) by the FM Foundation (González Anleo & López Ruiz, 2017), as it visually shows the evolution that has taken place in the reading of adolescents in printed and digital media –*vid.* Figure 1–.

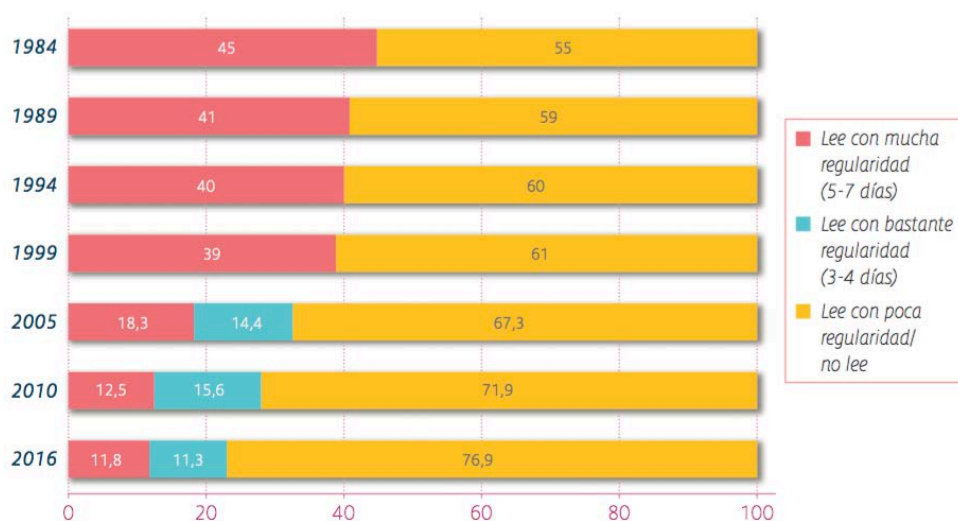


Figure 1. Evolution of press reading (printed or digital editions) among young people (González Anleo & López Ruiz, 2017, p. 207)

The drop is very significant. In the last 32 years (those reflected in the research), newspaper and magazine reading has been reduced by just over 33 points. The most revealing drop is now in the 21<sup>st</sup> century and is closely related to Internet use. Its configuration as an easily accessible medium, fast in searches and plural in terms of diversity, directly affects the reading of media dedicated exclusively to information, whether digital or analogical (González Anleo & López-Ruiz, 2017). We can see the rise in the use of the Internet in the following figure –*vid.* Figure 2–:



Figure 2. Evolution of internet access (González Anleo & López Ruiz, 2017, p. 212)

## Method

### *Methodological foundations*

In this research, which is part of the project ‘Determining factors in the reading habits of secondary education students. A study from the variables of the educational’ context tries to establish a revealing panorama about which are the reading habits, in the digital environment, of the first-year students of Secondary Education. We will take the province of Cadiz as the context of reference in order to be able to replicate it, later, in other educational centers in Spain.

In this sense, it is framed within the non-experimental research, specifically, comparative (McMillan & Schumacher, 2005) between the province of Cadiz and the rest of Spain. It is a descriptive research, where the quantitative aspect is integrated through an instrument such as the questionnaire in order to achieve the following objectives:

- Objective 1. Analyze if there is a certain preference between digital or analog reading.
- Objective 2. Study whether students select texts in digital format according to their size.
- Objective 3. Observe if there are generic differences with respect to objectives 1 and 2

### *Participants*

A total of N= 856 students from the first year of Obligatory Secondary Education of the 2017/2018 academic year participated in this research. The largest sample is in Cadiz with 664 students. The other part is distributed in the following provinces: Almeria (n=30), Barcelona (n= 21), Cuenca (n= 46), Granada (n= 48), Huesca (n=18) and Valladolid (n= 29). We will group these under the name of the rest of Spain. In this sense, the sample would be as follows –*vid.* Table 2–.

**Table 2.** *Sample between contexts*

Contexts	Percentages
Cádiz	77.6
Rest of Spain	22.4

In terms of gender, we can indicate that there are 427 men versus 429 women. Therefore, we observe that the distribution in both is similar. If we observe this distribution between the contexts, we can see that in Cadiz there are 50.2 % men and 49.8 % women, compared to the other context where 49 % are men and 51 % women

**Table 3.** *Sample in terms of sex between contexts*

Contexts	Percentages	
	Man	Woman
Cádiz	50.2	49.8
Rest of Spain	49	51



### *Instrument*

In order to achieve the objectives set out above, the questionnaire The reading habits of Spanish adolescents prepared by the Ministry of Education, Culture and Sport in 2003 was used. This questionnaire aimed to analyse the reading habits of students in the first year of Obligatory Secondary Education, to observe the figure of the teacher as a mediator in adolescent reading and to investigate the educational context and its influence on reading habits. It consists of 37 questions grouped into four dimensions of analysis:

**Table 4.** *Relations between the dimensions and items of the*

<b>DIMENSIONS</b>	<b>ITEMS</b>
Reading habits	1, 4, 5, 20, 21, 27, 28
Reading preferences	2, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13,14, 15, 16, 17, 19, 27, 29, 30
Reading beliefs	3, 18, 27, 31, 32
Reading mediation	6, 22, 23, 24, 25, 27

The questions were mostly closed questions of the Likert scale or ranking type, as opposed to open questions of the short answer or response rate type.

### *Procedure*

In this regard, in order to obtain all the results that will be presented later, four phases were established:

- **PHASE I.** Initially, the questionnaire was passed to 20 schools in the province of Cadiz. Once the questionnaires had been completed, the data was entered into a Google Drive and from there, a statistical study was carried out with the quantitative application Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).
- **PHASE II.** In a second place, to carry out the comparative study with Cadiz, the questionnaire was replicated in 10 educational centers in some provinces of Spain: Almeria, Barcelona, Cuenca, Granada, Huesca and Valladolid. For the procedure of the data, the same patterns were followed as in the first phase.
- **PHASE III.** In a third phase, a comparative study was carried out between both contexts based on the data extracted in phases I and II.
- **PHASE IV.** In this phase, the data we were interested in were chosen in order to achieve the objectives we had established. We therefore looked at reader preferences, specifically in the field of digital reading.

## Results

As a starting point, we wanted to know whether the participants read more on paper or in digital form so that we could evaluate the remaining data more thoroughly. In the first place, 61.7 % indicate that they read more in paper format than in digital, as the latter only uses 20 %. 18.3 % said that they were indifferent.

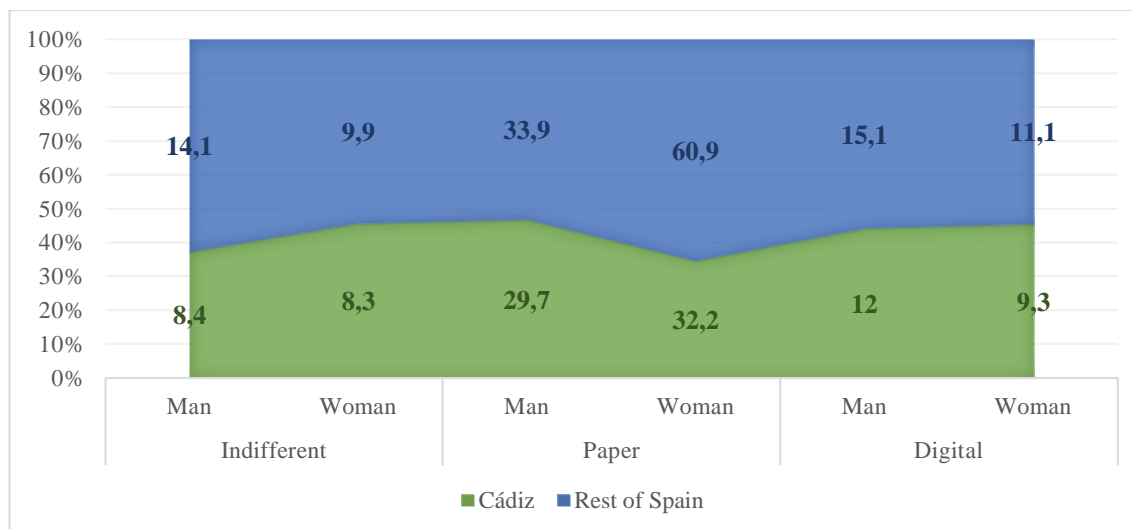


Figure 3. Gender Preference Format and Reading Zones

Although in both areas –*vid.* Figure 3–, the highest percentages are concentrated on paper, we observe that in the rest of Spain (26.2 %) there is a greater predilection for digital compared to Cadiz (21.3 %). As regards sex, we see that women from the rest of Spain (60.9 %) are the ones who prefer paper and men from this area are also the ones who choose digital (15.1 %) with respect to Cadiz.

If we go into the analysis of which digital format they read the most, we have decided to differentiate between long texts (online newspaper, digital books, free online encyclopedias, thematic blogs) and short ones (news or articles linked to Facebook walls, Twitter, Google+ and other social networks, literary applications, magazine applications and public or private forums and chats). As for long texts, we observe that 68.4 % indicate that they ‘never’ or ‘almost never’ read these compared to 5.9 % who affirm that they do so ‘very frequently’ –*vid.* Table 5–.

Table 5. Preferences for long digital texts

	N	Percentage	Percentage of cases
Never	1723	50.3 %	201.3 %
Hardly ever	621	18.1 %	72.5 %
Sometimes	574	16.8 %	67.1 %
Often	303	8.8 %	35.4 %
Very often	203	5.9 %	23.7 %

If we make the comparison between Cadiz and the rest of Spain and between sexes, we see that the results between the different areas are very equal, –*vid.* Figure 4– If we focus on the differences between sexes, we see that men are the ones who ‘very frequently’ approach this type of text (3.3 % Cadiz and 4 % the rest of Spain), although not with a high percentage, since most of them concentrate on the item ‘never’.

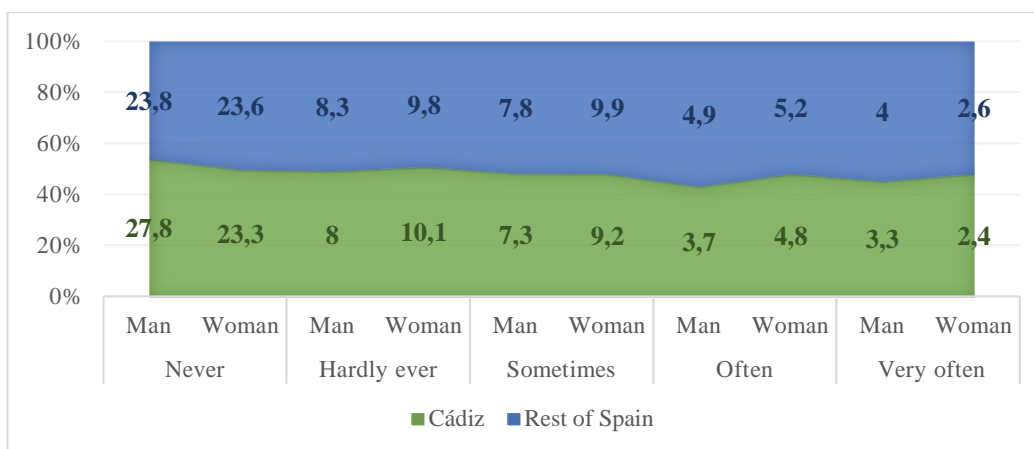


Figure 4. Gender and area preferences for long digital texts

Next, we think it is pertinent to focus on the analysis of the types that encompass long texts following the comparison between areas and sex.

- Digital newspaper

Table 6. Online newspaper reading by gender and area

		Never	Hardly ever	Sometimes	Often	Very often
Cádiz	Man	34.4 %	6.9 %	4.8 %	1.7 %	2.7 %
	Woman	36.1 %	8.0 %	4.5 %	0.6 %	0.6 %
Rest of Spain	Man	28.6 %	7.8 %	5.2 %	3.6 %	3.6 %
	Woman	34.9 %	8.3 %	5.7 %	1.6 %	0.5 %
Total		68.7 %	15.2 %	9.7 %	2.9 %	3.5 %

*A priori* we can say that 68.7 % of the respondents indicate that they have ‘never’ read an online newspaper and only 3.5 % say that they ‘very often’. If we focus on the variable of sex, we observe that there are discrepancies between the different areas, because 34.4 % of the men from Cádiz indicate that they ‘never’ read this text and 2.7 % say that they ‘very frequently’. On the other hand, 34.9 % of women in the rest of Spain affirm that they would ‘never’ read the online newspaper compared to 3.6 % of men who do it ‘very frequently’ –*vid.* Table 6–. In this case we have a distinctive gender variable in the choice of a certain medium.

- Digital books

**Table 7.** Digital book reading by gender and area

		Never	Hardly ever	Sometimes	Often	Very often
Cádiz	Man	31.5 %	7.8 %	6.8 %	1.8 %	2.3 %
	Woman	22.6 %	8.9 %	9.2 %	5.6 %	3.6 %
Rest of Spain	Man	27.1 %	10.9 %	6.3 %	3.1 %	1.6 %
	Woman	19.3 %	10.9 %	10.4 %	5.7 %	4.7 %
Total		52.3 %	17.9 %	16.1 %	7.7%	6.0 %

Although 52.3 % of people still do not read digital books, 6 % do so ‘very often’, twice as often as the digital press. In this case, it is the men from Cádiz (31.5 %) and the rest of Spain (27.1 %) who indicate that they have never read digital books. Only 3.6 % of women in Cádiz and 4.7 % in the rest of Spain affirm that they do so ‘very frequently’ –*vid.* Table 7–.

- Free online enciclopedias (Wikis)

**Table 8.** Online reading of free encyclopaedias by gender and area

		Never	Hardly ever	Sometimes	Often	Very often
Cádiz	Man	17.9 %	7.7 %	11 %	7.1 %	6.5 %
	Woman	13.6 %	10.5 %	14.2 %	8.1 %	3.5 %
Rest of Spain	Man	14.1 %	6.8 %	12 %	8.3 %	7.8%
	Woman	17.2 %	8.3 %	12 %	9.4 %	4.2 %
Total		31.4 %	17.5 %	24.9 %	15.8 %	10.4 %

Regarding the reading of encyclopedias, it can be seen that 31.4 % maintain that they ‘never’ read free encyclopedias online, you can see that the percentage is lower and there are 24.9 % who say ‘sometimes’ and 10.4 % ‘very frequently’. The proportions between the two areas and in terms of sex are very equal, but we could say that with 6.5 % in Cadiz and 7.8 % in the rest of Spain it is men who read ‘very frequently’ this type of text with respect to women –*vid.* Table 8–.

- Thematic blogs

**Table 9.** Reading of thematic blogs according to sex and areas

		Never	Hardly ever	Sometimes	Often	Very often
Cádiz	Man	27.9 %	9.6 %	6.6 %	4.2 %	1.8 %
	Woman	21.1 %	13.1 %	8.9 %	4.8 %	2.0 %
Rest of Spain	Man	25.5 %	7.8 %	7.8 %	4.7 %	3.1 %
	Woman	22.9 %	11.5 %	11.5 %	4.2 %	1.0 %
Total		48.8 %	22.0 %	16.4 %	9.0 %	3.9 %

Almost half of the sample (48.8 %) allege that they ‘never’ read the thematic blogs. Although there are not very big differences, the women from Cádiz (2.0 %) are the ones who do it ‘very frequently’ and in the rest of Spain it is the men (3.1 %) –*vid.* Table 9–.

Therefore, of all the long texts the ones that come closest to ‘very frequently’ are the online encyclopedias (wikis) and the least, the online newspapers. The consultation of wikis makes us see that this reading fact is framed within the academic readings away from non-vernacular ones more related to leisure, as it would be the case of the press.

After analyzing the so-called long texts, we focused on the short ones and observed that 44.6 % affirm that they ‘never’ approach them and 10.9 % say that they ‘very frequently’. If we make a comparison with the long ones, –*vid.* Figure 5–, we check that a greater inclination towards reading short texts.

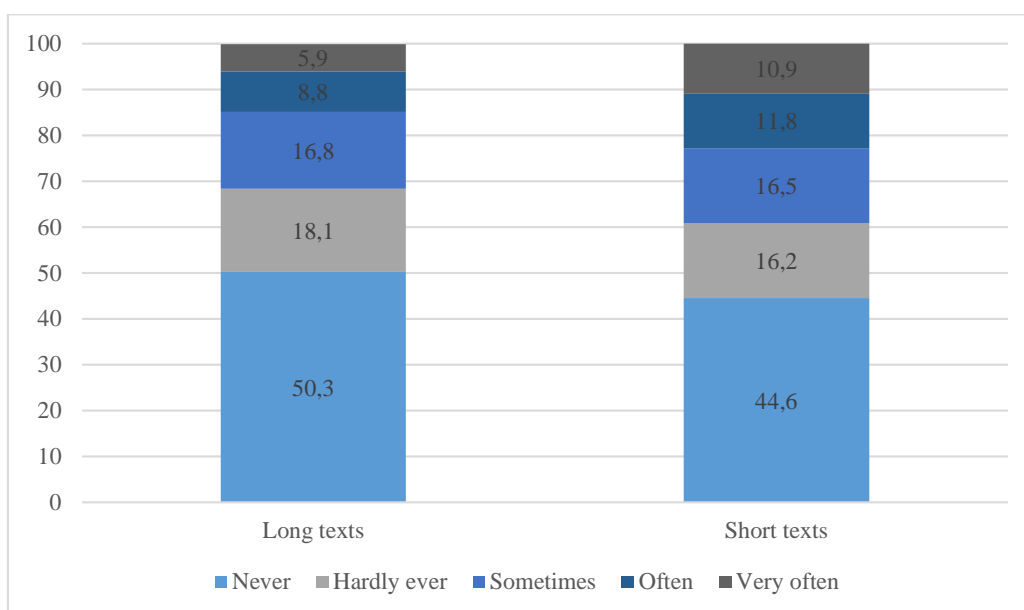


Figure 5. Preferences between long and short digital texts

If we carry out an analysis on the differences that may exist between Cadiz and the rest of Spain –*vid.* Figure 6–, it can be seen that the same percentage of men (5.3 %) read ‘very frequently’ short texts, as opposed to women where there is a difference of 1.3 % between both areas. The percentage of women from Cádiz (18 %) that indicates that they ‘never’ read this type of text is lower than the others.

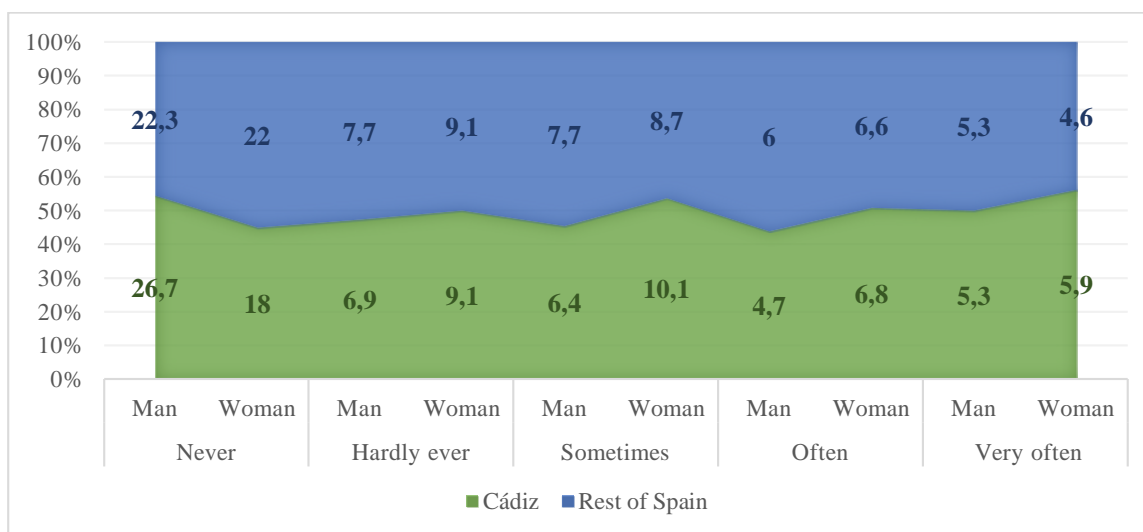


Figure 6. Preferences by gender and areas of short digital texts

Next, we will analyze the different short texts that this category includes and be able to make the different comparisons:

- News or articles linked to walls on Facebook, Twitter, Google+ and other social networks

Table 10. Reading news or articles linked to walls on Facebook, Twitter, Google+ and other social networks by gender and area

		Never	Hardly ever	Sometimes	Often	Very often
Cádiz	Man	20.0 %	6.6 %	9.5 %	6.2 %	7.8 %
	Woman	11.0 %	6.2 %	14.6 %	10.2 %	7.8 %
Rest of Spain	Man	16.7 %	9.4 %	7.8 %	9.9 %	5.2 %
	Woman	14.6 %	13.5 %	8.3 %	6.8 %	6.8 %
Total		31.1 %	15.1 %	22.3 %	16.7 %	14.8 %

We found that 53.8 % read this type of text ‘sometimes’, ‘frequently’ or ‘very frequently’. Only 31.1 % say ‘never’ and 15.1 % ‘hardly ever’. We can point out a generic divergence, since men from Cádiz as well as from the rest of Spain are the ones who, with a higher percentage with respect to women, are in the ‘never’ or ‘almost never’. As far as ‘very often’ is concerned, in Cádiz there are no differences and in the other areas there are, with a 1.6 % discrepancy between both sexes leaning towards women –*vid.* Table 10–.

- Literary applications

Table 11. Reading of literary applications according to gender and areas

		Never	Hardly ever	Sometimes	Often	Very often
Cádiz	Man	27.7 %	10.2 %	5.0 %	4.4 %	2.9 %
	Woman	20.3 %	12.0 %	8.4 %	5.6 %	3.5 %
Rest of Spain	Man	26.6 %	4.2 %	9.4 %	5.2 %	3.6 %
	Woman	25.5 %	8.3 %	8.9 %	5.2 %	3.1 %
Total		48.9 %	20.1 %	14.5 %	10.0 %	6.4 %



In this case almost half of the sample (48.9 %) indicates that they ‘never’ read literary applications and only 6.4 % say they ‘very often’. We observe that the women of Cádiz (3.5 %) are the ones who indicate that ‘very assiduously’ they read literary applications and on the other hand, in the rest of Spain they are the men with 3.6 %, although with some differences with respect to the women of 0.4 % –*vid.* Table 11–.

- Magazine applications

**Table 12.** Reading magazine applications by gender and area

		Never	Hardly ever	Sometimes	Often	Very often
Cádiz	Man	27.5 %	4.1 %	4.7 %	1.8 %	2.1 %
	Woman	25.9 %	10.7 %	7.7 %	4.2 %	1.4 %
Rest of Spain	Man	31.3 %	8.3 %	4.7%	3.1 %	1.6 %
	Woman	30.7 %	7.3 %	7.8 %	3.6 %	1.6 %
Total		63.1 %	15.0 %	12.4 %	6.2 %	3.4 %

Here 63.1 % say they ‘never’ read magazine applications. Here we observe a difference between both sexes, since women both in Cádiz and in the rest of Spain are the ones who are closer to this textual typology from ‘sometimes’ to ‘very frequently’, as opposed to men who place more in ‘never’ and ‘almost never’ –*vid.* Table 12–. It seems that the choice of the press is therefore ascribed to the female gender. Paradoxically, it was men who read the most news or articles linked to the walls of Facebook, Twitter...

- Public or private forums and chats

**Table 13.** Reading of public or private forums and chats by sex and area

		Never	Hardly ever	Sometimes	Often	Very often
Cádiz	Man	21.7 %	6.8 %	6.6 %	6.5 %	8.6 %
	Woman	14.6 %	7.5 %	9.6 %	7.2 %	10.8 %
Rest of Spain	Man	14.6 %	8.9 %	8.9 %	5.7 %	10.9 %
	Woman	17.2 %	16.1 %	18.8 %	15.6 %	17.7 %
Total		35.3 %	14.7 %	16.8 %	14.1 %	19.0 %

Here we see a change, as 50.1 % say they ‘never’ or ‘almost never’ read this type of text compared to 49.9 % who are somehow close to these, i.e. very close. The men from Cádiz (21.7 %) say that they ‘never’ read these texts compared to 14.6 % of the rest of Spain. Moreover, they are texts that are ‘very often’ read more by women from the rest of Spain than from Cádiz –*vid.* Table 13–. Therefore, we can say that, within the short texts, the most frequently read are the public or private forums and chats and never the magazine applications.

## Discussion and conclusions

After all that has been done so far, and bearing in mind the objectives of the investigation, we can draw the following conclusions by way of conclusion:

As for the choice of young people between one format and another (analogical–digital), we must affirm that reading on paper continues to dominate in the adolescent cosmos. The preference for the analogical is very significant and, although, its levels is lower than in adults, the supremacy is still very noticeable. Reading practices continue to have a deep love for books, for the physical and manipulable. However, it should be noted that perhaps digital reading is consumed in a much less conscious way than that carried out on paper. And that, after analysing the hours that adolescents spend on the internet, it is possible that they read much more than they admit to doing, but they do not relate these acts to a reading event as such. It would be convenient to investigate, later on, these unconscious reading processes and what the current adolescent receiver considers to be reading. Surely, this action is ascribed either to a leisure activity assumed as such –say a book read on vacation in less constant readers, or a book read habitually in frequent readers– or to an imposition derived from school practices. Reading represents an effort, and reading is associated with later obligations. The reading process is carried out under certain academically assumed parameters, which end up making a dent in adolescent thought. But there are many other readings, as many as there are readers and as many as there are messages (of any kind) that are made available to them.

With regard to the selection of digital texts according to their volume, we must say that, the length has a direct influence on it and is extensible to all adolescents, regardless of their geographical origin. There is no geographical or sexual difference in this item analysed. All respondents opt for minimum readings. Long readings are mostly done on paper, as opposed to shorter texts that are read digitally. It is true that the special characterisation of the web contributes to this choice. In other words, it no longer depends, univocally, on a free and open option, but is nuanced by questions relating to the digital offer, to the feelings and thoughts of these young people and, therefore, fully linked to what we have been saying, to the character and idiosyncrasies of Generations such as Z and Millennials. This disruptive reading, which we have already mentioned, is sheltered by the special rhizomatic configuration of the Internet. The conception of a non-passive reader, on the contrary, inspired by the activist feeling, of the one who consumes and produces (it is superfluous to return to the concept of the prosumer), prevents him from reading slowly, orderly and linearly, which, for example, a traditional book requires of us.

Congruent with this last assertion is the fact that, by instinct and education, adolescents relate quantity to academia, reducing the vernacular to the brief, fast and illustrated (in the sense of all the multimedia and attractive annexes that accompany the text). It seems that reading (except for regular readers) is not conceived as a leisure activity. At the same time, reading is only understood as that which has a conscious effort, either by the content or by the length of it.

As far as the existence of generic differences with respect to the previous objectives is concerned, it should be pointed out that men, at a national level, are those who choose digital reading the most. The superior choice of this digital format outside Cadiz should also be mentioned. This fact leads us to reflect on the possible causes of this disagreement. And if they are due to local preferences or is produced by lack of digital understanding. This aspect, without a doubt, also deserves more detailed attention. The rest of the parameters analyzed do not represent an outstanding variant to be echoed.

In any case, in light of what has been said, we only have to think about how adolescents read and inform themselves and what they consider to be reading and information, with all that this entails in terms of thought and philosophy.

## References

- Alejaldre, L., & Álvarez, E. (2018). Estrategias metacognitivas para la lectura en línea: estudio de caso de estudiantes tailandeses de ELE universitarios. *Aula de Encuentro: Revista de investigación y comunicación de experiencias educativas*, 20(2), 140-170. doi: 10.17561/ae.v20i2.8.
- Álvarez, E., & Romero, M. F. (2018). Epitextos milénicos en la promoción lectora: morfología multimedia de la era digital. *Letral*, 20, 71-85. doi: 10.30827/RL
- Álvarez, E., Heredia, H., & Romero, M. F. (2019). La Generación Z y las redes sociales. una visión desde los adolescentes en España. *Espacios*, 40(20), 9-21.
- Barthes, R. (1994). La muerte de un autor. *El susurro del lenguaje: Más allá de la palabra y de la escritura*. Barcelona: Paidós, 65-71.
- Canals, I. (1990). Introducción al hipertexto como herramienta general de información: concepto, sistemas y problemática. *Revista española de documentación científica*, 13(2), 685-709.
- Chartier, R. (2005). *El presente del pasado: escritura de la historia, historia de lo escrito*. México: Universidad Iberoamericana.
- Cassany, D. (2012). *En línea. Leer y escribir en la red*. Barcelona: Anagrama.
- Codina, L. (1997). *El llibre digital. Una exploració sobre la informació electrònica y el futur de l'edició*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació. Generalitat de Catalunya.
- Codina, L. (1998). H de Hypertext, o la teoría de los hipertextos revisitada. *Cuadernos de documentación multimedia*, 6-7, 173-186.
- Coiro, J. (2007). *Exploring changes to reading comprehension on the Internet: Paradoxes and possibilities for diverse adolescent readers*. Unpublished dissertation: University of Connecticut, s. p. Available in: <https://search.proquest.com/docview/304864761>
- Cordón, J. A., Gómez, R., & Alonso, J. (2011). *Gutenberg 2.0. La revolución de los libros electrónicos*. Gijón: Trea. doi: 10.17533/udea.rib.v38n2a05.
- Cordón, J. A., Carbajo, F. & Alonso, J. (Coords.) (2012). *Libros electrónicos y contenidos digitales en la sociedad del conocimiento: mercado, servicios y derechos*. Madrid: Pirámide.
- Cordón, J. A., & Jarvio, A. O. (2015). ¿Se está transformando la lectura y la escritura en la era digital? *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 38(2), 137-145.
- Crovi, D. M. (2006). ¿Es internet un medio de comunicación? *Revista digital universitaria*, 7(6), 2-9. Available at: [http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art46/jun\\_art46.pdf](http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art46/jun_art46.pdf)
- Deleuze G. & Guattari, F. (2004). *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: Pre-Textos.
- Gama, R. L. (2003). Jogos eletrônicos e violência: Desvendando o imaginário dos screenagers. *Revista da FAEEBA*, 18(11), 437-446.
- García-Roca, A. (2019). La lectura digital como actividad social y creativa: los fanfictions de Harry Potter. In J. M. de Amo Sánchez (Coord.), *Nuevos modos de lectura en la era digital* (pp. 75-96). Madrid: Síntesis.
- González-Anleo, J. M. & López-Ruiz, J. A. (2017). *Jóvenes españoles entre dos siglos 1984-2017*. Madrid: Fundación SM.

- Heredia, H. & Romero, M. F. (2019). Técnicas para la evaluación de la lectura y las TIC: tres cuestionarios para su diagnóstico. *Campo Abierto*, 38(1), 45-63.
- Lluch, G. (2014). Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red. *Ocnos*, 11, 7-20. doi: 10.18239/ocnos\_2014.11.01.
- Lluch, G. (2017). Los jóvenes y adolescentes comparten la lectura. In F. Cruces (Dir.), *¿Cómo leemos en la sociedad digital? Lectores, booktubers y prosumidores* (pp. 28-51). Madrid-Barcelona: Fundación Telefónica – Ariel.
- López, C. (2017). Entre la reproducción y la obsolescencia: investigaciones y prácticas con libros electrónicos y dispositivos de lectura en entornos educativos. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*, 7(12), 1-14.
- Martínez, E., & González, A. M. (2010). La comunicación digital: nuevas formas de lectura-escritura. *Revista Quaderns Digitals*, 63, 1-18.
- Merga, M. K. (2015). Are avid adolescent readers social networking about books? *New Review of Children's Literature and Librarianship*, 21(1), 1- 16.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- McMillan, J. H., & Schumacher, S. (2005). *Investigación educativa. Una introducción conceptual*. Madrid: Pearson Educación.
- Nielsen, J. (1995). *Multimedia and hypertext: The Internet and beyond*. Boston: Academic Press.
- Peña, M. (2010). Entrevista con Roger Chartier. Las revoluciones del libro y la lectura: del código al hipertexto. *Alabe*, 1, 1-7. doi: 10.15645/alabe.2010.1.8.
- Pérez, A. I. (2012). *Educarse en la era digital*. Madrid: Morata.
- Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós, Contextos.
- Rovira, J. (2011). Literatura infantil y juvenil en internet: de la Cervantes Virtual a la LIJ 2.0. Herramientas para su estudio y difusión. *Ocnos*, 7, 137-151. doi: 10.18239/ocnos\_2011.07.11.
- Sánchez Mesa, D., & Baetens, J. (2017). La literatura en expansión. Intermedialidad y transmedialidad en el cruce entre la literatura comparada, los estudios culturales y los new media studies. *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 27, 7-27.
- Segre, C. (1985). *Principios de análisis del texto literario*. Barcelona: Crítica.
- Taberner, R. (2013). El booktrailer en la promoción de la lectura del relato. *Quaderns de Filologia. Estudis Literaris*, 18, 211-222.
- Unsworth, L. (2006). *E-literature for children. Enhancing digital literacy learning*. New York: Routledge.
- Tseng, M. C. (2010). Factors that influence online reading: An investigation into EFL students' perceptions. *The Reading Matrix*, 10(1), 96-105.
- Vouillamoz, N. (2000). *Literatura e hipermèdia. La irrupción de la literatura interactiva: precedentes y crítica*. Barcelona: Paidós.
- Woodhead, N. (1991). *Hypertext and Hypermedia: theory and applications*. Boston: Addison Wesley.
- Varela, L., Gradañlle, R., & Teijeiro, Y. (2016). Ocio y usos del tiempo libre en adolescentes de 12 a 16 años en España. *Educação e Pesquisa* 42(4), 987-1000.

## *Hábitos de lectura y consumo de información de los adolescentes en el ámbito digital*

**Resumen:** El presente trabajo pretende hacerse eco de cómo las metamorfosis comunicativas sobrevenidas en los últimos años influyen en el hábito lector y en el consumo de la información de manera general y más concretamente en los adolescentes. Para llevar a cabo el análisis partiremos del informe elaborado por el gremio de escritores 2018 (2019), puesto que faculta monitorizar el estado de los hábitos de lectura y la compra de libros de manera generalizada en España para aplicar después lo vertido a los jóvenes de manera extensiva y, finalmente, materializar extrapolando todos los datos analizados al ámbito geográfico de los adolescentes gaditanos y su posición ante el resto de adolescentes españoles. Se tendrán igualmente en cuenta, de forma muy especial, las variables de género, para ver si existe una determinada preferencia dependiendo del sexo del lector en la elección del soporte (digital o analógico) y si dentro del soporte digital se observan discrepancias en la tipología de texto leído. Comprobaremos también si la lectura digital de los jóvenes se reduce en exclusiva a textos breves y si esta elección puede derivarse del carácter propio de lo digital. Del mismo modo prestaremos especial atención a las preferencias de lectura analógica frente a la digital, cuando hablamos de textos largos, nuevamente por la naturaleza personal de la lectura en papel. Analizaremos la frecuencia de lectura de los distintos medios digitales, así como la elección de otros textos más breves, categorizados dentro de la taxonomía de la lectura digital. Finalmente, se tendrán en cuenta qué tipos de lectores respecto a la frecuencia de lectura devienen de los medios digitales. La idea es trazar un panorama que ponga en evidencia cómo se producen los hechos lectores entre los adolescentes en el mundo digital, por definición, más próximo generacionalmente a su pensar y sentir.

**Keywords:** Hábito lector; Consumo de información; Adolescentes; Lectura digital; Variable de género.

---

Taberero Sala, R., Álvarez Ramos, E. y Heredia Ponce, H. (2020). Hábitos de lectura y consumo de información de los adolescentes en el ámbito digital, *Investigaciones Sobre Lectura*, 13, 90-107.

**DOI:** <https://doi.org/10.37132/isl.v0i13.302>

---

## Introducción

Con la llegada y el desarrollo exponencial de internet, parece mucho más cercano el fin definitivo de “The Gutenberg Galaxy”, que McLuhan (1962) ubicó a finales del siglo XIX, cuando el telégrafo modificó, desde la raíz y para siempre, los medios de comunicación humana. Tiempo ha que los gurús cibernéticos profetizaron el fin del libro. Lejos todavía del auspiciado desenlace, los lectores han visto mudadas sus rutinas lectoras y los textos se han visto apoyados por recursos hipermediales, ganando en profundidad. Hay una modificación de paradigma. Ahora el lenguaje no se configura solamente como algo verbal, sino que se haya inserto en un ámbito multimodal, “porque la idea de lenguaje o incluso de texto se ha vuelto subordinada a la idea de medio” (Sánchez-Mesa y Baetens, 2017, p. 6). Pero también se han modificado los sistemas de transmisión y recepción de la información, sea de la índole que sea: literaria, social o cultural. Internet ha posibilitado la horizontalización de la comunicación (Piscitelli, 2002) por su paridad entre emisión y recepción y, evidentemente, por su esencia masiva. Como espacio de expresión “explora una amplia gama de posibilidades que hace posible oír muchas voces” (Crovi, 2006, p. 6). Pero también impone sus pautas promoviendo la hiperconectividad, las redes sociales, la ubicuidad y, cómo no, la globalización. Hechos que atañen en mayor o menor medida al hábito lector y sobre todo al consumo de información.

Consecuentemente, y como ya hemos mencionado, nos enfrentamos a transformaciones en la lectura y la escritura. Roger Chartier (2005) resume los cambios acaecidos y refuerza entre otros elementos los siguientes: la lectura social, la editorialización de la web, la lectura conectada y nuevas formas de consumo lector, sin olvidar aquellos cambios que afectan directamente al mercado editorial y al *hardware* de los nuevos dispositivos de lectura.

El avance de las tecnologías, que permiten los caracteres de la lectura digital, trae aparejado también el nacimiento de nuevos dispositivos de lectura (ordenador, libro electrónico, tableta o móvil...) y son muchos los estudios que contextualizan su uso (Unsworth, 2006; Córdón, Gómez y Alonso, 2011; Córdón, Carbajo y Alonso, 2012 o López, 2017, entre otros). Los mecanismos electrónicos no solo permiten emular la lectura analógica, sino que fomentan (y esta es la gran variación) “introducir cambios en la propia naturaleza del texto, lo que da origen a nuevas textualidades” (García Roca, 2019, p.75).

Hay que tener presente, por lo tanto, cómo estas mudanzas han incidido profundamente en el engranaje de la industria cultural, en la transmisión y recepción de la información y tener en cuenta la influencia sobre los jóvenes actuales. El libro, tal y como reconocen Córdón y Jarvio (2015), ha dejado de ser un contenedor de textos mutando a una interfaz “compartida que ocupa otros espacios como los blogs o el intercambio de información a través de plataformas como Open Bookmarks” (p. 139).

### *Los nuevos modos de lectura de la era digital*

El lector digital se enfrenta de manera consciente a una lectura fragmentada y no jerarquizada, contrapuesta a la lectura tradicional analógica, donde físicamente marcamos el



principio y el final. Las prácticas letradas de las nuevas textualidades electrónicas se desarrollan al amparo del concepto filosófico de rizoma asentado por Deleuze y Guattari en 1972. Así, siguiendo el principio de conexión y heterogeneidad del modelo rizomático, la peculiar idiosincrasia del texto digital consiente la ruptura de las líneas de subordinación jerárquica y cualquier elemento de la lectura puede incidir y afectar a cualquier otro (Deleuze y Guattari, 2004). Cuando se abre un libro, un periódico o un fanzine, por poner algún ejemplo, el lector es consciente de dónde empieza y termina la lectura. Puede no hacerla de una manera lineal e ir saltando de un contenido a otro. Pero la lectura en sí es finita apriorísticamente y se concibe como recta y plana. Es, precisamente, el formato físico lo que le confiere dicho carácter. Estas particularidades de lo analógico, desaparecen en la lectura digital, fundamentalmente, por los principios del modelo rizomático. A la ya citada conexión y heterogeneidad, se le unen la cartografía y la calcomanía (la lectura no siempre es la misma, se va construyendo según se lee), la multiplicidad (no existe una unicidad de lectura, esta es plural y compuesta) y las rupturas asignificantes (podemos dejar en cualquier momento la lectura de un tema y pasar a otro) (Deleuze y Guattari, 2004).

El hipertexto es uno de los principales gestores del modelo. Lluís Codina, apoyándose en lo ya vertido por Nielsen (1995), Canals (1990) o Woodhead (1991) entre otros, lo define como una forma alternativa de organizar la información en forma de red o rizoma, compuesto por: “un conjunto de nodos, que son los elementos que contienen la información; más los enlaces entre tales nodos, lo que implica: el conjunto de anclajes que identifican el inicio y el destino de cada enlace, o qué conecta con qué” (1998, p. 174).

Gracias a los enlaces del hipertexto, el lector, que así lo desee, es llevado a otras páginas. Es un acto voluntario que permite ampliar la información y acceder a temas y asuntos paralelos. Se quiebra así la lectura cerrada y única, a la par que se promueve la conexión entre diferentes documentos. Se estructura, de este modo, la información en capas, difícilmente finitas. Existe un claro paralelismo con el funcionamiento cerebral, en este caso la sinapsis de produce entre páginas, textos, audios, imágenes...

La multimodalidad se constituye como otro de los elementos que contribuyen a mutar la lectura analógica. El soporte digital y su ubicación en internet faculta la coexistencia de distintos lenguajes, de múltiples morfologías de la información (Vouillamoz, 2000). De este modo se pueden integran tres de los métodos básicos de expresión humana: la imagen, el texto y el sonido y su combinación en un variado repertorio de formas derivadas (Codina, 1997).

El hecho lector se convierte en un proceso hipermedia, multimediativo, infinito; se transforma en un acto en el que los papeles de lector y receptor son intercambiables al instante; redundante, en una vuelta de tuerca más barthiana y su metafórica muerte del autor (1994); en un lector que construye y reconstruye su propio texto, que lo articula trenzando sus mimbres, un ejemplo claro y muy representativo de la metáfora latina *texere* (tejer) y sus interferencias y concomitancias con el término tardío *textus* (Segre, 1985).

Mantiene con el proceso analógico, ese saber hacer, ese acto factible en cuanto a pragmática de la lectura. En este proceso participan no solo habilidades motoras (las necesarias para sujetar un libro y pasar las páginas), sino que entran en juego otras cognoscitivas alejadas de las relativas a la comprensión lectora. Estamos hablando del concepto de ‘usabilidad’. La facilidad con la que accedemos a determinada información en páginas web o cómo se nos

presentan los textos en determinados dispositivos infiere directamente en la experiencia de lectura y determina el tiempo de esta, así como las veces que volvemos a consultar dicha página, empresa, blog... o a utilizar dicho terminal.

### *Los jóvenes ante la lectura digital*

Las prácticas lectoras y letradas juveniles han sido objeto de investigación en los últimos años. Desde los espacios virtuales de comunicación en los que se sumergen para compartir su experiencia lectora hasta el análisis del ecosistema de la web con sus blogs, foros, redes sociales o plataformas audiovisuales como YouTube (Taberner, 2013; Lluch, 2014 y 2017; Merga, 2015; Rovira, 2017; Álvarez, Heredia y Romero, 2019). Pero también han sido analizadas a la luz de su incidencia en los procesos de enseñanza-aprendizaje, pues la influencia de las tecnologías del aprendizaje y el conocimiento (TAC) ha afectado profundamente al contexto docente tanto desde la emisión como de la recepción (Coiro, 2007; Tseng, 2010; Alejaldre y Álvarez, 2018; Heredia y Romero, 2019).

Los adolescentes actuales, bautizados como ‘nativos digitales’, pertenecen a la denominada Generación Z, una filiación caracterizada, entre otros muchos elementos, por su profunda preferencia por lo visual e icónico, hecho que redundará en su querencia por los medios digitales, donde saben desenvolverse sin problema y donde la palabra se ve acompañada muchas veces por la imagen y otras tantas, sustituida por ella. A este bombardeo multimediático, hay que añadirle el uso continuo de las RR. SS., que les lleva a estar en continua interacción (rápida e inmediata) con otros cibernautas (Álvarez, Heredia y Romero, 2019) para bien recibir información o bien proporcionarla.

En la lectura juvenil digital, esencialmente en aquella que se realiza en internet, es necesario diferenciar entre la ocupación y el ocio, pues las lecturas acometidas son harto diferentes por el objeto, la finalidad o la causa de estas. Una práctica académica lectora, seguramente, se asemejará a la actividad analógica, debido a que lo que se demanda es algo pautado que no exige un empleo exacerbado de la hipermedialidad para ganar en profundidad, todo lo contrario (al menos en estas edades y salvo contadas excepciones). Una lectura no letrada, se verá guiada por la pulsión (en sentido más o menos lacaniano) del lector y sus circunstancias.

Las lecturas vernáculas (Cassany, 2012), aquellas realizadas a espaldas de la escuela y que surgen de la propia interacción con los medios, se constituyen siguiendo los principios de toda lectura digital. Así, “cuando los estudiantes contemporáneos abandonan cada día la escuela se introducen en un escenario de aprendizaje organizado de forma radicalmente diferente” (Pérez, 2012, p. 47-48). El parámetro bajo el que se asienta esta práctica lectora se caracteriza por su brevedad y fraccionamiento, siguiendo lo pautado en esas “nuevas maneras de leer”, señaladas por Roger Chartier: “discontinuas, fragmentadas, segmentadas” (Peña, 2010, p. 3). Algo inherente al carácter de los lectores adolescentes, cuyo perfil se establece como individuos “multitarea, con estructuras neuronales específicas [...], debido a que sus mentes se han desarrollado de manera paralela al hipertexto, es decir, de forma no lineal y basada en una cultura audiovisual” (Martínez y González, 2010, p. 7). Esta asunción digital juvenil les lleva a saltar de un tema a otro sin profundizar demasiado en ninguno. Salvo que, de manera consciente, despierte un determinado interés. Lo que hemos dado en llamar, ‘cultura del titular’, con todo lo que, esta

metáfora periodística, lleva aparejado. Configuran el pensamiento en *neones* informativos, simples, llamativos, directos. Un solo mensaje es óptimo para desarrollar una opinión, adquirir un punto de vista o suscitar un *like*, un retuit o conseguir un *follower* o un *hater*. El minimalismo informativo les lleva a no ir más allá del primer vistazo, a no expresar al máximo la urdimbre rizomática digital.

No solo estamos hablando del placer inmediato derivado del conocimiento directo y raudo, sino de su transmisión (retuits, comentarios, entradas compartidas de Facebook, etc.), no puede obviarse ese componente emocional de la interacción en las redes. Es una de las generaciones más hedonistas de la historia en esa búsqueda de todo prosumidor (quizá, en este caso, conductista) del goce instantáneo (estímulo-respuesta-recompensa). Hecho que unido a la vorágine digital no puede más que influir en los actos lectores.

### *Hábitos de lectura y consumo de información*

Los informes elaborados por el gremio de escritores (2018 y 2019) nos permiten monitorizar el estado de los hábitos de lectura en España. Sin duda, una base óptima para contextualizar los datos obtenidos en nuestra investigación.

La lectura digital parece que ha ido haciéndose hueco paulatinamente y se constituye como parte indisoluble del hecho lector adolescente. Así, de entre los datos obtenidos en la franja de edad (de 10 a 14 años) analizada en dicho informe (la más pertinente para nuestra investigación) hemos de destacar los siguientes aspectos:

- La lectura digital aumenta algo más de dos puntos en el último año. Aunque la distancia con la lectura en papel es todavía considerable, se mantiene el ascenso progresivo iniciado en años anteriores.
- Un dato más reseñable es el relativo al progreso de lectores de libros en formato digital. Así frente al 9.7 % que reconocía leerlos en 2017, nos encontramos con un 27 % en el último año estudiado (2018). La subida es extensible al resto de lecturas:

**Tabla 1.** *Lectura en adolescentes en soporte digital. Comparación 2017-2018*

	2017	2018	Aumento
<b>Lectores totales</b>	58.5 %	60.7 %	2.2 %
<b>Libros</b>	13.4 %	37.6 %	24.2 %
<b>Libros por ocio</b>	9.7 %	27.0 %	17.3 %
<b>Periódicos</b>	3.7 %	4.7 %	1.0 %
<b>Revistas</b>	1.1 %	3.3 %	2.2 %
<b>Cómics</b>	2.3 %	2.4 %	0.1 %
<b>Webs, blogs, foros</b>	42.0 %	67.7 %	25.7 %
<b>RR. SS.</b>	28.2 %	39.0 %	10.8 %

Fuente: Elaboración propia tomando como base el *Informe elaborado por el gremio de escritores* (2018 y 2019)

- Los contenidos proporcionados en internet se sitúan como los principales competidores frente al libro digital. Este hecho es debido a que, de momento (aunque en continua transformación como hemos indicado), el libro analógico sigue ocupando una posición de fuerza entre los adolescentes y el público lector en general. Pero también hay que tener presente que los cambios que la sociedad de la comunicación y la información han producido en Generaciones como la Milénica, en primer extremo, y la Zeta, en segundo, sean los protagonistas. Más si tenemos presente que estos últimos, los que forman parte directa de nuestro estudio, son denominados como los *Screenager* (Gama, 2003). Los avances tecnológicos “ha(n) supuesto una verdadera revolución que está condicionando la manera en la que se construyen y distribuyen los discursos en el nuevo milenio” (Álvarez y Romero, 2018, p. 73).
- Como dato general podemos añadir que el perfil del lector digital apunta a un individuo mucho más joven que aquel que opta en exclusiva por el papel. No se observa, una diferencia sustancial en función del sexo. Dato, este último, importante para nuestra investigación. Del mismo modo, vemos cómo el segmento con mayores lectores de textos largos en páginas web o en RR. SS., son los jóvenes de entre 15 y 18 años.

Para el consumo de información (en medios periodísticos) en jóvenes, hemos preferido tener como base el *Informe Jóvenes españoles entre dos siglos (1984–2017)* de la fundación FM (González Anleo y López Ruiz, 2017), por mostrar visualmente la evolución que se ha producido en la lectura en los adolescentes de medios de comunicación impresos y digitales –*vid.* Figura 1–

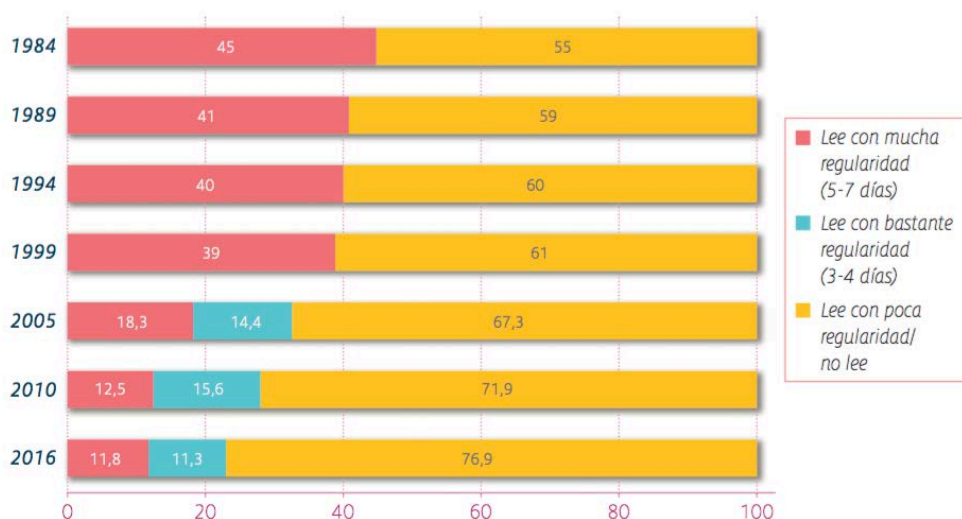


Figura 1. Evolución de la lectura de prensa (ediciones impresas o digitales) entre los jóvenes (González Anleo y López Ruiz, 2017, p. 207)

El descenso es muy significativo. En los últimos 32 años (los reflejados en la investigación), la lectura de periódicos y revistas se ha visto reducida en algo más de 33 puntos. La caída más reveladora se produce ya iniciado el siglo XXI y guarda una estrecha relación con el uso de internet. Su configuración como un medio de fácil acceso, rápido en las búsquedas y plural en cuanto a la diversidad, afectan directamente en la lectura de medios dedicados en

exclusiva a la información, ya sea digital o analógica (González Anleo y López Ruiz, 2017). Podemos ver el ascenso del uso de internet en la siguiente figura –*vid.* Figura 2–:



Figura 2. Evolución del acceso a internet (González Anleo y López Ruiz, 2017, p. 212)

## Método

### *Fundamentos metodológicos*

En esta investigación, que se enmarca en el proyecto *Factores determinantes en los hábitos lectores de los estudiantes de educación secundaria. Un estudio desde las variables del contexto educativo* pretende establecer un panorama revelador sobre cuáles son los hábitos lectores, en el ámbito de lo digital, de los estudiantes de primero de Educación Secundaria. Tomaremos la provincia de Cádiz como el contexto de referencia para poder replicarla, después, en otros centros educativos de España.

En este sentido se encuadra dentro la investigación no experimental, concretamente, comparativa (McMillan y Schumacher, 2005) entre la provincia de Cádiz y el resto de España. Es una investigación de corte descriptivo, donde se integra lo cuantitativo a través de un instrumento como es el cuestionario para poder alcanzar los siguientes objetivos:

- Objetivo 1. Analizar si existe una determinada preferencia entre la lectura en digital o analógico.
- Objetivo 2. Estudiar si los estudiantes seleccionan los textos en formato digital en función de su tamaño.
- Objetivo 3. Observar si existen diferencias genéricas con respecto a los objetivos 1 y 2.

### *Participantes*

En esta investigación participaron un total de N= 856 estudiantes de primero de Educación Secundaria Obligatoria del curso académico 2017/2018. La mayor muestra está en

Cádiz con 664 estudiantes. La otra parte se distribuye en las siguientes provincias: Almería (n=30), Barcelona (n= 21), Cuenca (n= 46), Granada (n= 48), Huesca (n=18) y Valladolid (n= 29). Estas las vamos a agrupar bajo el nombre de resto de España. En este sentido, la muestra quedaría de la siguiente forma –*vid.* Tabla 2–.

**Tabla 2.** *Muestra entre contextos*

Contextos	Porcentaje
Cádiz	77.6
Resto de España	22.4

En cuanto al sexo, podemos indicar que hay 427 hombre frente a 429 que son mujeres. Por lo tanto, observamos que la distribución en ambos es parecida. Si observamos esta distribución entre los contextos, apreciamos que en Cádiz hay un 50.2 % que son hombres y un 49.8 % que son mujeres, frente al otro contexto que el 49 % son hombres y el 51 %, mujeres.

**Tabla 3.** *Muestra en cuanto al sexo entre los contextos*

Contextos	Porcentaje	
	Hombre	Mujer
Cádiz	50.2	49.8
Resto de España	49	51

### *Instrumento*

Para poder alcanzar los objetivos planteados anteriormente, se utilizó el cuestionario *Los hábitos lectores de los adolescentes españoles* elaborado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en el 2003. Este cuestionario pretendía analizar los hábitos lectores de los estudiantes de primero de Educación Secundaria Obligatoria, observar la figura del docente como mediador en la lectura adolescente e indagar sobre el contexto educativo y su influencia en los hábitos lectores. Se compone de 37 preguntas agrupadas en cuatro dimensiones de análisis:

**Tabla 4.** *Relaciones entre las dimensiones y los ítems del cuestionario*

DIMENSIONES	ITEMS
Hábitos lectores	1, 4, 5, 20, 21, 27, 28
Preferencias lectoras	2, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13,14, 15 17, 19, 27, 29, 30
Creencias ante la lectura	3, 18, 27, 31, 32
Mediación lectora	6, 22, 23, 24, 25, 27

Las preguntas eran mayoritariamente cerradas del tipo escala Likert o *ranking*, frente a preguntas abiertas del tipo respuestas breves o índice de respuestas.



## Procedimiento

En este sentido, para recabar todos los resultados que se expondrán más adelante, se establecieron cuatro fases:

- **FASE I.** En un primer lugar, en un primer momento se pasó el cuestionario a 20 centros educativos de la provincia de Cádiz. Una vez que se habían realizado los cuestionarios, se introdujeron los datos en un *Google Drive* y a partir de ahí, se realizó un estudio estadístico con el programa cuantitativo Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).
- **FASE II.** En un segundo lugar, para realizar el estudio comparativo con Cádiz, se replicó el cuestionario en 10 centros educativos de algunas provincias de España: Almería, Barcelona, Cuenca, Granada, Huesca y Valladolid. Para el procedimiento de los datos, se siguió los mismos patrones que en la primera fase.
- **FASE III.** En un tercer momento, se efectuó un estudio comparativo entre ambos contextos a partir de los datos que se extrajeron en las fases I y II.
- **FASE IV.** En esta fase se escogieron los datos que nos interesaban para poder alcanzar los objetivos que hemos establecido. Por lo tanto, nos fijamos en las preferencias lectoras, concretamente, en el ámbito de la lectura digital.

## Resultados

Como punto de partida quisimos saber si los participantes leían más en papel o en digital para poder evaluar con mayor profundidad los datos restantes. En un primer lugar, el 61.7 % indica que lee más en formato papel que en digital, pues este último solo recurre un 20 %. Un 18.3 % expresa que le es indiferente.

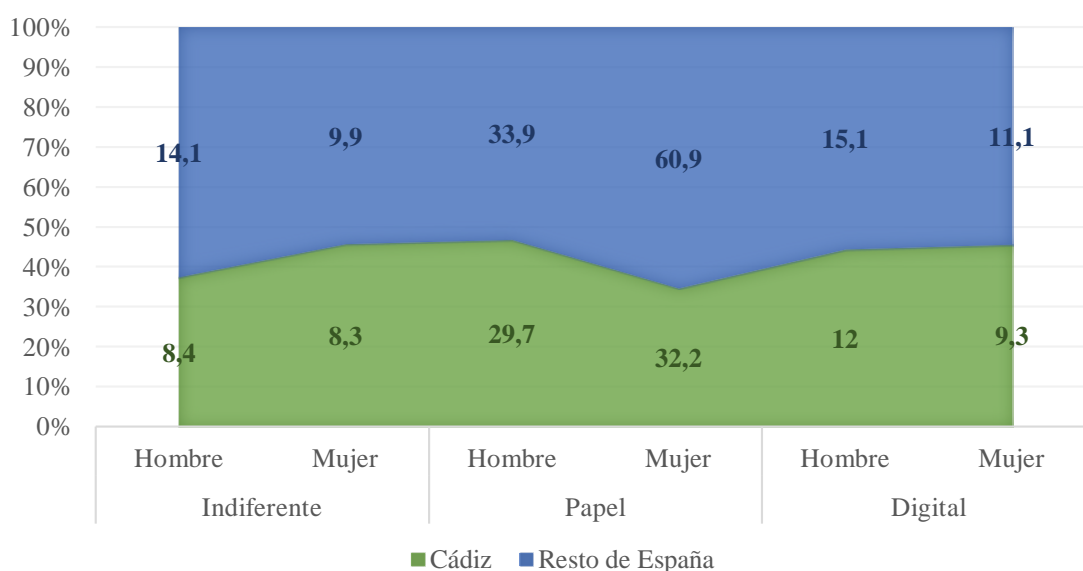


Figura 3. Formato de preferencia por sexo y zonas para la lectura

Aunque en ambas zonas –*vid.* Figura 3–, los porcentajes más altos se concentran en el papel, observamos que en el resto de España (26.2 %) hay una mayor predilección por el digital frente a los de Cádiz (21.3 %). En cuanto al sexo, vemos que las mujeres del resto de España (60.9 %) son las que más eligen el papel y los hombres de esta zona son también los que más prefieren lo digital (15.1 %) con respecto a Cádiz.

Si nos adentramos a analizar en qué formato digital leen más, hemos decidido diferenciar entre textos largos (periódico *on line*, libros digitales, enciclopedias libres en línea, blogs temáticos) y cortos (noticias o artículos enlazados a muros de Facebook, Twitter, Google+ y otras redes sociales, aplicaciones literarias, aplicaciones de revista y foros y chats públicos o privados). En cuanto a los textos largos, observamos que el 68.4 % afirma que ‘nunca’ o ‘casi nunca’ lee estos frente al 5.9 % que indica que lo hace ‘muy frecuentemente’ –*vid.* Tabla 5–.

**Tabla 5.** Preferencias por los textos digitales largos

	N	Porcentaje	Porcentaje de casos
Nunca	1723	50.3 %	201.3 %
Casi nunca	621	18.1 %	72.5 %
Algunas veces	574	16.8 %	67.1 %
Frecuentemente	303	8.8 %	35.4 %
Muy frecuentemente	203	5.9 %	23.7 %

Si realizamos la comparativa entre Cádiz y el resto de España y entre sexo observamos que los resultados entre las diferentes zonas están muy igualados –*vid.* Figura 4–. Si nos centramos en las diferencias entre sexo, vemos que los hombres son los que ‘muy frecuentemente’ se acercan a este tipo de texto (3.3 % Cádiz y 4 % resto de España), aunque no con un alto porcentaje, pues la mayoría se concentra en el ítem ‘nunca’.

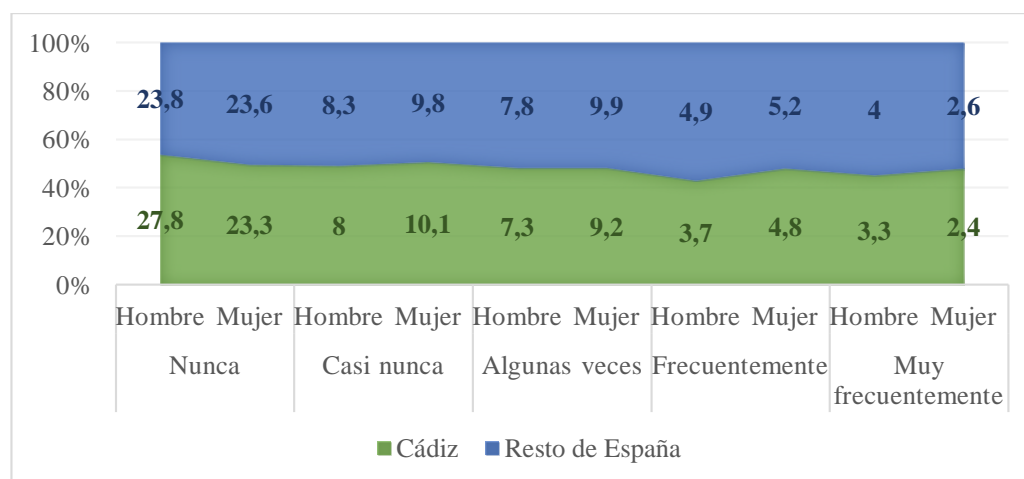


Figura 4. Preferencias por sexo y zonas de los textos digitales largos

A continuación, nos parece pertinente centrarnos en el análisis de los tipos que engloban los textos largos siguiendo con la comparativa entre zonas y sexo.

- Periódico digital

**Tabla 6.** Lectura de periódico on line según el sexo y las zonas

		Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Cádiz	Hombre	34.4 %	6.9 %	4.8 %	1.7 %	2.7 %
	Mujer	36.1 %	8.0 %	4.5 %	0.6 %	0.6 %
Resto de España	Hombre	28.6 %	7.8 %	5.2 %	3.6 %	3.6 %
	Mujer	34.9 %	8.3 %	5.7 %	1.6 %	0.5 %
Total		68.7 %	15.2 %	9.7 %	2.9 %	3.5 %

A priori podemos decir que el 68.7 % de los encuestados indica que ‘nunca’ ha leído un periódico on line y solo un 3.5 % dice que ‘muy frecuentemente’. Si nos centramos en la variable de sexo, observamos que hay discrepancias entre las diferentes zonas, porque un 34.4 % de los hombres de Cádiz indica que ‘nunca’ lee este texto y un 2.7 % dice que ‘muy frecuentemente’. En cambio, el 34.9 % de las mujeres del resto de España afirma que ‘nunca’ leería el periódico on line frente al 3.6 % de los hombres que lo hace ‘muy frecuentemente’ –*vid.* Tabla 6–. En este caso si tenemos una variable de género distintiva en la elección de un determinado medio.

- Libros digitales

**Tabla 7.** Lectura de los libros digitales según el sexo y las zonas

		Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Cádiz	Hombre	31.5 %	7.8 %	6.8 %	1.8 %	2.3 %
	Mujer	22.6 %	8.9 %	9.2 %	5.6 %	3.6 %
Resto de España	Hombre	27.1 %	10.9 %	6.3 %	3.1 %	1.6 %
	Mujer	19.3 %	10.9 %	10.4 %	5.7 %	4.7 %
Total		52.3 %	17.9 %	16.1 %	7.7 %	6.0 %

Aunque sigue habiendo un 52.3 % de personas que no lee libros digitales, hay un 6 % que lo hace ‘muy frecuentemente’, el doble que la prensa digital. En este caso, son los hombres tanto de Cádiz (31.5 %) como los del resto de España (27.1 %) los que más indican que nunca han leído libros digitales. Solamente un 3.6 % de las mujeres de Cádiz y un 4.7 % del resto de España sostienen que sí lo hacen muy frecuentemente –*vid.* Tabla 7–.

- Enciclopedias libres en línea (Wikis)

**Tabla 8.** Lectura de enciclopedias libres en línea según el sexo y las zonas

		Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Cádiz	Hombre	17.9 %	7.7 %	11 %	7.1 %	6.5 %
	Mujer	13.6 %	10.5 %	14.2 %	8.1 %	3.5 %
Resto de España	Hombre	14.1 %	6.8 %	12 %	8.3 %	7.8%
	Mujer	17.2 %	8.3 %	12 %	9.4 %	4.2 %
Total		31.4 %	17.5 %	24.9 %	15.8 %	10.4 %

Respecto a la lectura de enciclopedias se puede apreciar que un 31.4 % mantiene que ‘nunca’ lee enciclopedias libres en línea, se puede ver que el porcentaje es menor y hay un 24.9 % que dice que ‘algunas veces’ y un 10.4 % ‘muy frecuentemente’. Las proporciones entre las dos zonas y en cuanto al sexo están muy igualadas, pero podríamos decir que con un 6.5 % en Cádiz y un 7.8 % en el resto de España son los hombres los que leen ‘muy frecuentemente’ este tipo de textos con respecto a las mujeres –*vid.* Tabla 8–.

- Blogs temáticos

**Tabla 9.** Lectura de blogs temáticos según el sexo y las zonas

		Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Cádiz	Hombre	27.9 %	9.6 %	6.6 %	4.2 %	1.8 %
	Mujer	21.1 %	13.1 %	8.9 %	4.8 %	2.0 %
Resto de España	Hombre	25.5 %	7.8 %	7.8 %	4.7 %	3.1 %
	Mujer	22.9 %	11.5 %	11.5 %	4.2 %	1.0 %
Total		48.8 %	22.0 %	16.4 %	9.0 %	3.9 %

Casi la mitad de la muestra (48.8 %) alega que ‘nunca’ lee los blogs temáticos. Aunque no existen diferencias muy grandes, las mujeres de Cádiz (2.0 %) son las que lo hacen ‘muy frecuentemente’ y en el resto de España son los hombres (3.1 %) –*vid.* Tabla 9–.

Por lo tanto, de todos los textos largos, los que más se acercan a ‘muy frecuentemente’ son las enciclopedias en línea (wikis) y los que menos, los periódicos *on line*. La consulta de las wikis nos hace ver que este hecho lector se encuadra dentro de las lecturas académicas alejadas de las no vernáculas más relacionadas con el ocio, como sería el caso de la prensa.

Tras realizar el análisis de los denominados textos largos, nos centramos en los cortos y observamos que el 44.6 % dice que ‘nunca’ se acerca a ellos y un 10.9 % afirma que ‘muy frecuentemente’. Si realizamos una comparativa con los largos, –*vid.* Figura 5–, comprobamos que una mayor inclinación hacia la lectura de textos cortos.

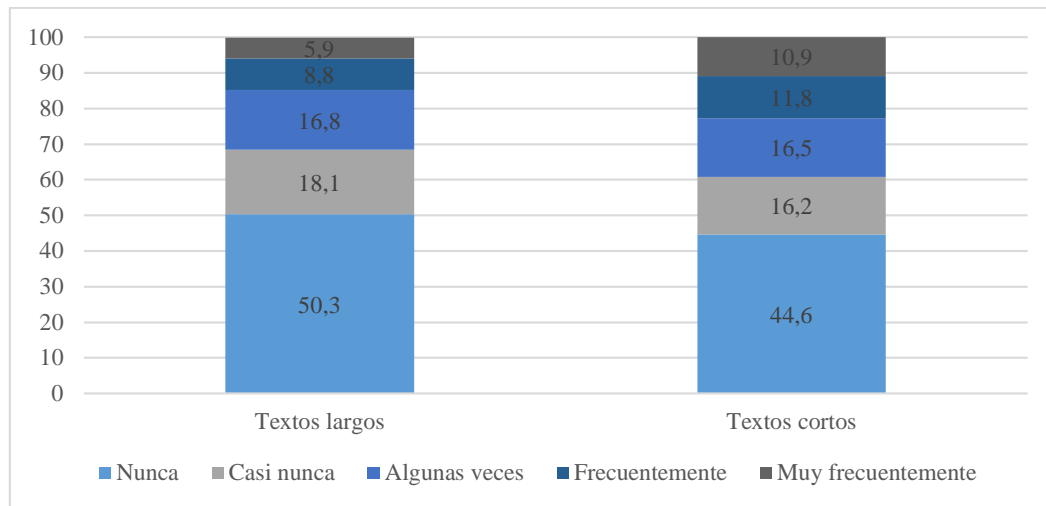


Figura 5. Preferencias entre textos digitales largos y cortos

Si realizamos un análisis sobre las diferencias que puede haber entre Cádiz y el resto de España –*vid.* Figura 6–, se aprecia que coincide el mismo porcentaje de hombres (5.3 %) que lee ‘muy frecuentemente’ los textos cortos, frente a las mujeres donde hay una diferencia de 1.3 % entre ambas zonas. El porcentaje de las mujeres de Cádiz (18 %) que indica que ‘nunca’ lee este tipo de texto es menor a los demás.

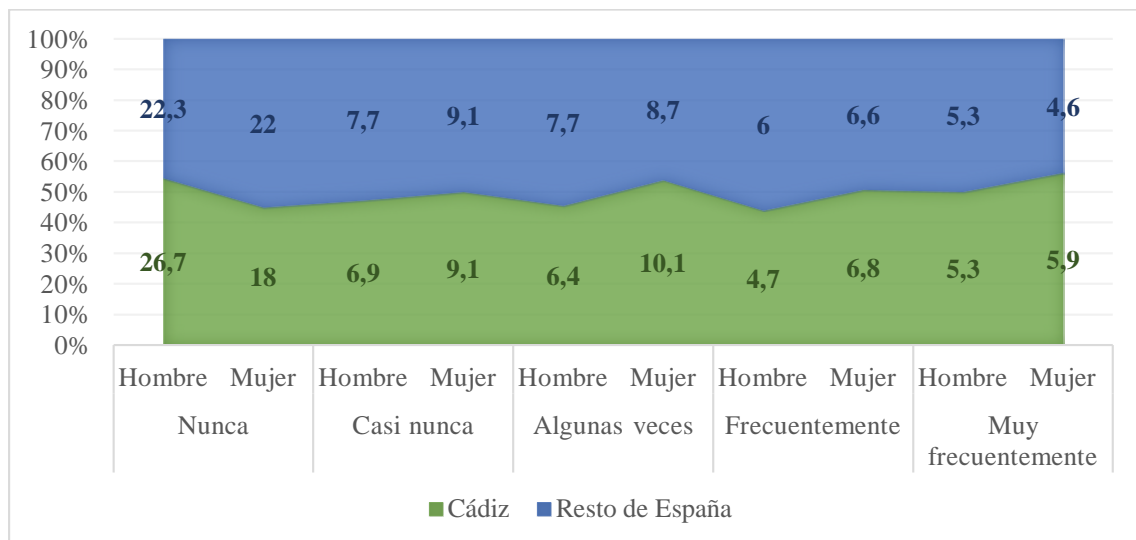


Figura 6. Preferencias por sexo y zonas de los textos digitales cortos

A continuación, nos pondremos a analizar los diferentes textos cortos que engloba esta categoría y poder realizar las diferentes comparativas:

- Noticias o artículos enlazados a muros de Facebook, Twitter, Google+ y otras redes sociales

**Tabla 10.** Lectura de noticias o artículos enlazados a muros de Facebook, Twitter, Google+ y otras redes sociales según el sexo y las zonas

		Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Cádiz	Hombre	20.0 %	6.6 %	9.5 %	6.2 %	7.8 %
	Mujer	11.0 %	6.2 %	14.6 %	10.2 %	7.8 %
Resto de España	Hombre	16.7 %	9.4 %	7.8 %	9.9 %	5.2 %
	Mujer	14.6 %	13.5 %	8.3 %	6.8 %	6.8 %
Total		31.1 %	15.1 %	22.3 %	16.7 %	14.8 %

Comprobamos que el 53.8 % lee este tipo de texto ‘algunas veces’, ‘frecuentemente’ o ‘muy frecuentemente’. Solo un 31.1 % afirma que ‘nunca’ y un 15.1 % ‘casi nunca’. Podemos señalar una divergencia genérica, pues son los hombres tanto de Cádiz como del resto de España los que se sitúan, con un mayor porcentaje con respecto a las mujeres, en el ‘nunca’ o ‘casi nunca’. En lo que se refiere a ‘muy frecuentemente’, en Cádiz no hay diferencias y en las otras zonas sí, con un 1.6 % de discrepancia entre ambos sexos inclinándose hacia las mujeres –*vid.* Tabla 10–.

- Aplicaciones literarias

**Tabla 11.** Lectura de aplicaciones literarias según el sexo y las zonas

		Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Cádiz	Hombre	27.7 %	10.2 %	5.0 %	4.4 %	2.9 %
	Mujer	20.3 %	12.0 %	8.4 %	5.6 %	3.5 %
Resto de España	Hombre	26.6 %	4.2 %	9.4 %	5.2 %	3.6 %
	Mujer	25.5 %	8.3 %	8.9 %	5.2 %	3.1 %
Total		48.9 %	20.1 %	14.5 %	10.0 %	6.4 %

En este caso casi la mitad de la muestra (48.9 %) indica que ‘nunca’ lee aplicaciones literarias y solamente el 6.4 % dice que ‘muy frecuentemente’. Observamos que las mujeres de Cádiz (3.5 %) son las que sostienen que ‘muy asiduamente’ leen aplicaciones literarias y en cambio, en el resto de España son los hombres con un 3.6 %, aunque con unas diferencias con respecto a las mujeres de un 0.4 % –*vid.* Tabla 11–.



- Aplicaciones de revista

**Tabla 12.** Lectura de aplicaciones de revista según el sexo y las zonas

		Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Cádiz	Hombre	27.5 %	4.1 %	4.7 %	1.8 %	2.1 %
	Mujer	25.9 %	10.7 %	7.7 %	4.2 %	1.4 %
Resto de España	Hombre	31.3 %	8.3 %	4.7%	3.1 %	1.6 %
	Mujer	30.7 %	7.3 %	7.8 %	3.6 %	1.6 %
Total		63.1 %	15.0 %	12.4 %	6.2 %	3.4 %

Aquí el 63.1 % dice que ‘nunca’ lee aplicaciones de revista. Se observa una diferencia entre ambos sexos, pues las mujeres tanto en Cádiz como en el resto de España son las que más se acercan a esta tipología textual desde ‘algunas veces’ hasta ‘muy frecuentemente’, frente a los hombres, que se sitúan más en ‘nunca’ y ‘casi nunca’ –*vid.* Tabla 12–. Parece ser, por lo tanto, que la elección de la prensa está adscrita al género femenino. Paradójicamente, eran los hombres los que más leían noticias o artículos enlazados en los muros de Facebook, Twitter...

- Foros y chats públicos o privados

**Tabla 13.** Lectura de foros y chats públicos o privados según el sexo y las zonas

		Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Frecuentemente	Muy frecuentemente
Cádiz	Hombre	21.7 %	6.8 %	6.6 %	6.5 %	8.6 %
	Mujer	14.6 %	7.5 %	9.6 %	7.2 %	10.8 %
Resto de España	Hombre	14.6 %	8.9 %	8.9 %	5.7 %	10.9 %
	Mujer	17.2 %	16.1 %	18.8 %	15.6 %	17.7 %
Total		35.3 %	14.7 %	16.8 %	14.1 %	19.0 %

Aquí se observa un cambio, pues 50.1 % afirma que ‘nunca’ o ‘casi nunca’ lee este tipo de texto frente al 49.9 % que de alguna manera se acerca a estos, es decir, está muy igualado. Los hombres de Cádiz (21.7 %) dicen que ‘nunca’ leen estos textos frente al 14.6 % de los del resto de España. Además, son textos que leen ‘muy frecuentemente’ más las mujeres del resto de España que de Cádiz –*vid.* Tabla 13–. Por lo tanto, podemos decir que, dentro de los textos cortos, los leídos con mayor frecuencia son los foros y chats públicos o privados y nunca las aplicaciones de revistas.

## Discusión y conclusiones

Tras todo lo, hasta ahora, aportado y teniendo presente los objetivos de la investigación, podemos extraer, a modo de cierre, las siguientes conclusiones:

En cuanto a la elección de los jóvenes entre uno y otro formato (analógico-digital), hemos de afirmar que la lectura en papel sigue dominando en el cosmos adolescente. La preferencia por

lo analógico es muy significativa y, aunque, sus niveles son menores que en adultos, la supremacía es todavía muy reseñable. Las prácticas lectoras continúan teniendo una profunda querencia al libro, a lo físico y manipulable. Hay que matizar, no obstante, que quizá la lectura digital se consuma de una manera mucho menos consciente que la llevada a cabo en papel. Y que, tras analizar las horas que los adolescentes pasan en internet, es posible que lean mucho más de lo que reconocen hacer, pero no relacionen estos actos con un hecho lector como tal. Sería conveniente indagar, más adelante, sobre estos procesos inconscientes de lectura y sobre lo que el receptor actual adolescente considera leer. Seguramente, esta acción venga adscrita bien a un ocio asumido como tal –dígase libro leído en vacaciones en los lectores menos constantes, o libro leído habitualmente en los lectores frecuentes– o a una imposición derivada de las prácticas escolares. Leer representa un esfuerzo, leer lleva adscrito unas obligaciones posteriores. El proceso lector se realiza bajo unos parámetros académicamente asumidos, que acaban haciendo mella en el pensamiento adolescente. Pero existen otras muchas lecturas, tantas como lectores y tantas como mensajes (sea del tipo que sean) que se pongan a su alcance.

Respecto a la selección de textos digitales en función de su volumen, hemos de decir que, la longitud incide directamente en la misma y es extensible a todos los adolescentes, independientemente de su origen geográfico. No se observa diferencia geográfica ni sexual en este ítem analizado. Todos los encuestados optan por lecturas mínimas. Las largas se hacen mayoritariamente en papel, frente a los textos más breves que son leídos de manera digital. Bien es cierto que la especial caracterización de la red contribuye a esta elección. Es decir, ya no depende, unívocamente, de una opción libre y abierta, sino que viene matizada por cuestiones relativas a la oferta digital, al sentir y pensar de estos jóvenes y, por ende y enlazado plenamente con lo que venimos diciendo, al carácter e idiosincrasia de Generaciones como la Z y la Milénica. Esa lectura disruptiva mencionada, que se ve abrigada por la especial configuración rizomática de internet. La concepción de un lector no pasivo, todo lo contrario, insuflado por el sentir activista, del que consume y produce (sobra volver sobre el concepto de prosumidor), le impiden la lectura pausada, ordenada y lineal, que, por ejemplo, nos exige un libro tradicional.

Congruente con esta última aseveración, es el hecho de que, por instinto y educación, los adolescentes relacionan cantidad con academia, reduciendo lo vernáculo a lo breve, rápido e ilustrado (en el sentido de todos los anexos multimediales y atractivos que acompañan al texto). Parece no concebirse la lectura (salvo en los lectores habituales) como ocio. A la par, solo se entiende la lectura como aquella que lleva adscrita un esfuerzo consciente, bien por el contenido, bien por la longitud de esta.

Por lo que concierne a la existencia de diferencias genéricas con respecto a los objetivos anteriores cabe señalar que los hombres, a nivel nacional, son los que más eligen la lectura digital. Se ha de mencionar, asimismo, la superior elección de este formato digital fuera de Cádiz. Hecho que nos lleva a reflexionar sobre las posibles causas de esta desavenencia. Y a si son debidas a preferencias locales o se produce por carencias de intendencia digital. Este aspecto, sin lugar a duda, merece, también, una atención más detallada. El resto de los parámetros analizados no representan una variante destacada de la que hacerse eco.

En todo caso, solo nos queda, a la luz de lo vertido, cavilar sobre cómo leen y se informan los adolescentes y sobre qué consideran ellos lectura e información, con todo lo que tanto de facto como de pensamiento y filosofía lleva aparejado.

## Referencias

- Alejaldre, L. y Álvarez, E. (2018). Estrategias metacognitivas para la lectura en línea: estudio de caso de estudiantes tailandeses de ELE universitarios. *Aula de Encuentro*, 20(2), 140-170. doi: 10.17561/ae.v20i2.8.
- Álvarez, E. y Romero, M. F. (2018). Epitextos milénicos en la promoción lectora: morfología multimedia de la era digital. *Letral*, 20, 71-85. doi: 10.30827/RL.
- Álvarez, E., Heredia, H., y Romero, M. F. (2019). La Generación Z y las redes sociales. una visión desde los adolescentes en España. *Espacios*, 40(20), 9-21.
- Barthes, R. (1994). La muerte de un autor. *El susurro del lenguaje: Más allá de la palabra y de la escritura*. Barcelona: Paidós, 65-71.
- Canals, I. (1990). Introducción al hipertexto como herramienta general de información: concepto, sistemas y problemática. *Revista española de documentación científica*, 13(2), 685-709.
- Chartier, R. (2005). *El presente del pasado: escritura de la historia, historia de lo escrito*. México: Universidad Iberoamericana.
- Cassany, D. (2012). *En línea. Leer y escribir en la red*. Barcelona: Anagrama.
- Codina, L. (1997). *El llibre digital. Una exploració sobre la informació electrònica y el futur de l'edició*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació. Generalitat de Catalunya.
- Codina, L. (1998). H de Hypertext, o la teoría de los hipertextos revisitada. *Cuadernos de documentación multimedia*, 6-7, 173-186.
- Coiro, J. (2007). *Exploring changes to reading comprehension on the Internet: Paradoxes and possibilities for diverse adolescent readers*. Unpublished dissertation: University of Connecticut, s. p. Recuperado de: <https://search.proquest.com/docview/304864761>
- Cordón, J. A., Gómez, R. y Alonso, J. (2011). *Gutenberg 2.0. La revolución de los libros electrónicos*. Gijón: Trea. doi: 10.17533/udea.rib.v38n2a05.
- Cordón, J. A., Carbajo, F. y Alonso, J. (Coords.) (2012). *Libros electrónicos y contenidos digitales en la sociedad del conocimiento: mercado, servicios y derechos*. Madrid: Pirámide.
- Cordón, J. A. y Jarvio, A. O. (2015). ¿Se está transformando la lectura y la escritura en la era digital? *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 38(2), 137-145.
- Crovi, D. M. (2006). ¿Es internet un medio de comunicación? *Revista digital universitaria*, 7(6), 2-9.
- Deleuze G. y Guattari, F. (2004). *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: Pre-Textos.
- Gama, R. L. (2003). Jogos eletrônicos e violência: Desvendando o imaginário dos screenagers, *Revista da FAEBA*, 18 (11), 437-446.
- García Roca, A. (2019). La lectura digital como actividad social y creativa: los fanfictions de Harry Potter. En J. M. de Amo Sánchez (Coord.), *Nuevos modos de lectura en la era digital* (pp. 75-96). Madrid: Síntesis.
- González Anleo, J. M. y López Ruiz, J. A. (2017). *Jóvenes españoles entre dos siglos 1984-2017*. Madrid: Fundación SM.

- Heredia, H. y Romero, M. F. (2019). Técnicas para la evaluación de la lectura y las TIC: tres cuestionarios para su diagnóstico. *Campo Abierto*, 38(1), 45-63.
- Lluch, G. (2014). Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red. *Ocnos*, 11, 7-20. doi: 10.18239/ocnos\_2014.11.01.
- Lluch, G. (2017). Los jóvenes y adolescentes comparten la lectura. En F. Cruces (Dir.), *¿Cómo leemos en la sociedad digital? Lectores, booktubers y prosumidores* (pp. 28-51). Madrid – Barcelona: Fundación Telefónica – Ariel.
- López, C. (2017). Entre la reproducción y la obsolescencia: investigaciones y prácticas con libros electrónicos y dispositivos de lectura en entornos educativos. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*, 7(12), 1-14.
- Martínez, E. y González, A. M. (2010). La comunicación digital: nuevas formas de lectura-escritura. *Revista Quaderns Digitals*, 63, 1-18.
- Merga, M. K. (2015). Are avid adolescent readers social networking about books? *New Review of Children's Literatura and Librarianship*, 21(1), 1-16.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- McMillan, J. H. y Schumacher, S. (2005). *Investigación educativa. Una introducción conceptual*. Madrid: Pearson Educación.
- Nielsen, J. (1995). *Multimedia and hypertext: the Internet and beyond*. Boston: Academic Press.
- Peña, M. (2010). Entrevista con Roger Chartier. Las revoluciones del libro y la lectura: del código al hipertexto. *Alabe*, 1, 1-7. doi: 10.15645/alabe.2010.1.8.
- Pérez, A. I. (2012). *Educarse en la era digital*. Madrid: Morata.
- Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós, Contextos.
- Rovira, J. (2011). Literatura infantil y juvenil en internet: de la Cervantes Virtual a la LIJ 2.0. Herramientas para su estudio y difusión. *Ocnos*, 7, 137-151. doi: 10.18239/ocnos\_2011.07.11.
- Sánchez Mesa, D. y Baetens, J. (2017). La literatura en expansión. Intermedialidad y transmedialidad en el cruce entre la literatura comparada, los estudios culturales y los new media studies. *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 27, 7-27.
- Segre, C. (1985). *Principios de análisis del texto literario*. Barcelona: Crítica.
- Taberero, R. (2013). El booktrailer en la promoción de la lectura del relato. *Quaderns de Filologia. Estudis Literaris*, 18, 211-222.
- Unsworth, L. (2006). *E-literature for children. Enhancing digital literacy learning*. New York: Routledge.
- Tseng, M. C. (2010). Factors that influence online reading: An investigation into EFL students' perceptions. *The Reading Matrix*, 10(1), 96-105.
- Vouillamoz, N. (2000). *Literatura e hipermedia. La irrupción de la literatura interactiva: precedentes y crítica*. Barcelona: Paidós.
- Woodhead, N. (1991). *Hypertext and Hypermedia: theory and applications*. Boston: Addison Wesley.