

# Educar para leer y leer para educar: alfabetización lectora en la asignatura documentación informativa

Nicolás RAS MARTÍN

[Metadata, citation and similar papers](#)

al de Revistas Científicas Complutenses

bas@trad.uji.es

Recibido enero 2010

Aceptado: Junio 2010

“Leer para vivir más”

Umberto Eco

**RESUMEN:** El fomento del hábito lector es una de las asignaturas pendientes de la Universidad española. En este sentido, el Nuevo Espacio Europeo de Educación Superior nos ofrece el marco adecuado para implantar nuevas metodologías docentes para la mejora de los niveles de lectura del estudiantado. A partir de unos estudios realizados a alumnos de la asignatura de Documentación Informativa y de sus resultados, pretendemos conocer de cerca una realidad, la de la lectura, que nos ofrece una visión sociológica y cultural para afrontar nuevos retos.

**Palabras clave:** Documentación Informativa, lectura, alfabetización lectora.

## Teach to read and read to educate: reading literacy for the subject “Information Documentation”

**ABSTRACT:** Promoting the reading habit is one of the subjects which one has to retake of the Spanish University. In this sense, the New European Higher Education Area offers an appropriate framework for implementing new teaching methodologies to improve the reading levels of students. From studies carried out to students of the subject “Information Documentation” and results, we intend to learn about reality, the reading, which provides a sociological and cultural vision to face new challenges.

**Keywords:** Information Documentation, reading, reading literacy.

## 1. INTRODUCCIÓN

En los albores del siglo XXI en que la edición y el número de autores crecen de forma exponencial cabe preguntarse por el papel de los lectores. Realmente estamos asistiendo a una crisis de la lectura, una situación cultural de cuya responsabilidad forman parte los editores, la televisión e Internet, los padres, los profesores y por supuesto los mismos lectores.

Tales reflexiones forman parte de una reciente entrevista, publicada en *Le Figaro magazine*, y que reunió a tres de los grandes intelectuales franceses del momento, Michel Déon, Alain Finkielkraut y Jean d' Ormesson. La conclusión de todos ellos, aunque con matizaciones fue evidente, el número de lectores es cada vez menor, en especial entre los jóvenes<sup>1</sup>. Y el caso español no es una excepción, como lo demuestra el último estudio PISA, cuyos resultados no dejan lugar a dudas, la situación de crisis en competencia lectora es evidentísima<sup>2</sup>.

Y son precisamente los jóvenes los que nutren las Universidades, espacios de conocimiento e información, donde la lectura se convierte en una asignatura pendiente. La relación histórica de las Universidades con la edición y la lectura se hace ahora si cabe más necesaria, en un momento en que se han transformado las prácticas de la lectura, que han significado importantes mutaciones en las relaciones con el libro<sup>3</sup>. En esta línea se enmarcan proyectos tan interesantes como la Red de Universidades Lectoras, al que se han adherido 15 universidades, con el objetivo básico de potenciar el papel de la lectura y la escritura en la Universidad, no sólo como herramientas de trabajo (la llamada "alfabetización académica") sino como vehículo de promoción integral del universitario<sup>4</sup>.

## 2. MARCO CONCEPTUAL

Es por ello por lo que, en el apasionante reto del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), resulta imprescindible incluir la competencia lectora como eje sobre el que desarrollar el resto de habilidades. Todo ello en un momento en que la textualidad debe compartir espacio junto al documento digital, que reclama una *lectura digital*. Razón por la que la Universidad tiene como reto incorporar la lectura digital y el ciberespacio como una nueva alfabetización<sup>5</sup>.

Razones más que suficientes para profundizar acerca de la realidad lectora de nuestros universitarios, que nos llevó a elaborar el presente trabajo, donde exponemos algunas de las conclusiones y reflexiones del Proyecto USE (Unitat de Suport Educatiu) de la Universidad Jaume I de Castellón (UJI) titulado *Mejora de la*

---

<sup>1</sup> BUISSON, Jean-Christophe; STAINVILLE, Raphaël y UNGEMUTH, Nicolas. Les rois. Lire. *Le Figaro magazine*. 7 novembre 2009. n° 20302. p.80-85.

<sup>2</sup> OCDE. 2005. *Evaluación PISA 2003: resumen de los primeros resultados en España*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia. Disponible en:

<http://www.mec.es/inecse/pub/pisa2003resumenesespana.pdf> (Consulta: 14 de noviembre de 2009).

<sup>3</sup> CHARTIER, Roger. La Universidad y la edición. Pasado, presente y futuro. En POLO PUJADAS, Magda (coord.). *Innovación y retos de la edición universitaria*. Madrid: UNE, 2007. p. 20.

<sup>4</sup> Red de Universidades Lectoras. Disponible en: <http://universidadeslectoras.org/presentacion.php> (Consulta: 14 de noviembre de 2009).

<sup>5</sup> CUEVAS CERVERO, Aurora; MARZAL GARCÍA-QUISMONDO, Miguel Ángel. La competencia lectora como modelo de Alfabetización en Información. En *Anales de Documentación*, nº10, 2007. p.50.

*competencia lectora para el alumnado de Documentación Informativa ante el EEES*, desarrollado durante el curso académico 2008-2009.

Y todo ello con un único objetivo potenciar el significado social de la lectura. Desmitificar un hecho tan evidente como que leer ya no es un gesto social de cultura. De ahí la necesidad de transmitir que leer es conveniente y altamente satisfactorio, considerando la lectura como actividad motivadora y placentera.

### 3. METODOLOGÍA

Para la elaboración del citado proyecto elaboramos un cuestionario digital, *Lectocom*, reproducido al final del presente trabajo y que nos permitió la recogida de datos. En todos los casos, el cuestionario fue administrado por el profesor de la asignatura, dejando a los alumnos un tiempo medio de media hora. El cuestionario utilizado consta de preguntas abiertas y cerradas, con escala de respuesta, tanto nominal, como cuantitativa.

El objeto de este cuestionario es analizar los Hábitos de Lectura y Compra de libros y el uso de nuevas tecnologías del estudiantado de la asignatura de Documentación Informativa de las Licenciaturas de Publicidad y Relaciones Públicas y de Comunicación Audiovisual de la Universidad Jaume I de Castellón. El universo del estudio que logramos abordar en este trabajo está conformado por un total de 113 estudiantes. Una muestra quizás no demasiado significativa pero sí lo suficientemente relevante como para formar parte de un inicial proyecto de alfabetización lectora en los futuros grados de Comunicación Social.

Todo ello nos permitirá establecer un diagnóstico eficaz de la situación actual del estudiantado, conocer su evolución y establecer las medidas correctoras necesarias de cara al impulso y promoción de la lectura en los años venideros.

Para enriquecer las reflexiones de los resultados obtenidos compararemos algunos de los datos resultantes con los extraídos del *Estudio sobre los Hábitos de Lectura de los universitarios españoles*<sup>6</sup>, así como del Informe Metodológico y de Resultados de los *Hábitos de Lectura y Compra de libros en España 2008*, realizados para la Federación de Gremios de Editores de España<sup>7</sup>. Si bien ya podemos adelantar que los resultados obtenidos en nuestro cuestionario confirman los datos proporcionados por las dos encuestas nacionales.

Los citados estudios sobre los hábitos de lectura y algunos otros nos han permitido delimitar cuatro dimensiones generales de análisis, que resultan de gran inte-

---

<sup>6</sup> LARRAÑAGA, Elisa; YUBERO, Santiago; CERRILLO, Pedro C. *Estudio sobre los hábitos de lectura de los universitarios españoles*. Madrid: Fundación SM, 2008.

<sup>7</sup> Se puede consultar en la siguiente dirección:

[http://www.federacioneditores.org/0\\_Recursos/Documentos/Habitos\\_Lectura\\_CompraLibros\\_2008.zip](http://www.federacioneditores.org/0_Recursos/Documentos/Habitos_Lectura_CompraLibros_2008.zip) (Consulta: 14 de noviembre de 2009).

rés para conocer los hábitos lectores. A su vez, en cada grupo se han establecido diferentes indicadores sobre aspectos concretos.

Tabla 1.

<b>Comportamiento lector</b>	Número de libros leídos en el último año Tipología de los libros leídos
<b>Otras actividades lectoras</b>	Lectura de prensa Empleo de Internet
<b>Acceso a la lectura</b>	Forma de acceso de la lectura Compra de libros
<b>Motivación</b>	Motivos de lectura Motivos de compra
<b>Otros</b>	Idiomas de lectura Fuentes de acceso a la lectura Nº de libros en casa Publicidad y lectura

#### 4. RESULTADOS

La primera de las preguntas tenía que ver con la *intensidad lectora*. Los resultados obtenidos vienen a demostrar como la mitad de los encuestados, el 55% de la clase, únicamente han leído de 1 a 4 libros al año. Tendencia esta menor para el caso general del Estado español, que se sitúa en torno al 38%. Por su parte los porcentajes son muy similares en la muestra de 5 a 8 libros leídos, 31% en nuestro caso, y un 24,9% en el marco general. La media de libros anual en el caso de nuestros estudiantes no llegaría a los 4 libros al año, es decir 1 libro al trimestre. Porcentaje menor a la media de los universitarios españoles, establecido en 6,20 libros/año. Un porcentaje insignificante de nuestro estudio, no llega el 2%, no lee ningún libro, frente a los casi 7% del total de universitarios españoles<sup>8</sup>.

Utilizando la terminología del Estudio de la Fundación SM, podemos decir que la mayoría, más de la mitad del estudiantado, integran lo que se llama el grupo de los *falsos lectores*, aquellos que aún habiendo leído más de 2 libros en el último año no leen durante su tiempo libre, y no dirigen su ocio a la lectura voluntaria<sup>9</sup>. Se acercan a la lectura de forma curricular y su motivación lectora es instrumental, para obtener información<sup>10</sup>. Le siguen por porcentaje los llamados *Lectores ocasionales*, aquellos que leen de vez en cuando y han leído no más de 10 libros. Y

<sup>8</sup> LARRAÑAGA, *Estudio sobre...* op. cit. p. 45.

<sup>9</sup> YUBERO, Santiago; LARRAÑAGA, Elisa; CERRILLO, Pedro C. El valor de la lectura en la formación del hábito lector de los estudiantes universitarios. En MARTOS, Eloy; RÖSING, Tania M.K. *Prácticas de lectura y escritura*. Universidade de Passo Fundo, 2009. p. 123.

<sup>10</sup> *Ibidem.*, p. 124.

finalmente tenemos la minoría, un 12%, que conforman el grupo de los *Lectores Habituales*, constituido por aquellos lectores que leen con una frecuencia casi semanal y han leído un mínimo de 11 libros durante el último año. El patrón de lectura de estos últimos es que suelen leer principalmente novela, y su motivación lectora es plurifactorial, leen por que les gusta y se divierten leyendo. Son compradores de libros y no leen más por falta de tiempo<sup>11</sup>.

**1. ¿Cuántos libros sueles leer aproximadamente en un año?**

Figura 1.

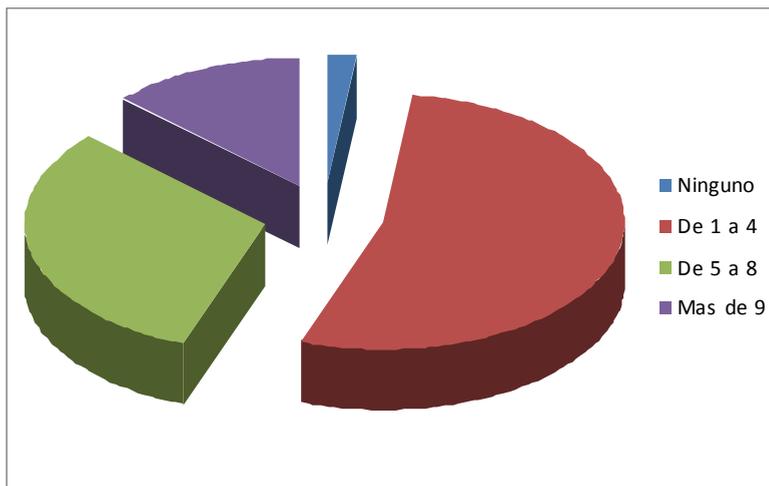


Tabla 2.

			%
0	Ninguno	2	1,85%
1	De 1 a 4	58	53,70%
2	De 5 a 8	34	31,48%
3	Mas de 9	14	12,96%
		108	100,00%

Respecto a las materias más leídas, más de la mitad de los encuestados, el 56%, lee literatura, principalmente novela; le sigue el género de otros con un 32%, en el que los alumnos han incluido obras propias de la literatura, como obras de misterio, aventuras, thrillers, etc. Razón por la cual podemos considerar que el campo de literatura supone cerca del 70% de las lecturas del estudiantado. Porcentaje muy similar al de la materia del último libro leído de la Estadística nacional, que representa el 79%.

<sup>11</sup> Ibidem., p. 125.

## 2. ¿Qué tipo de libros sueles leer?

Figura 2.

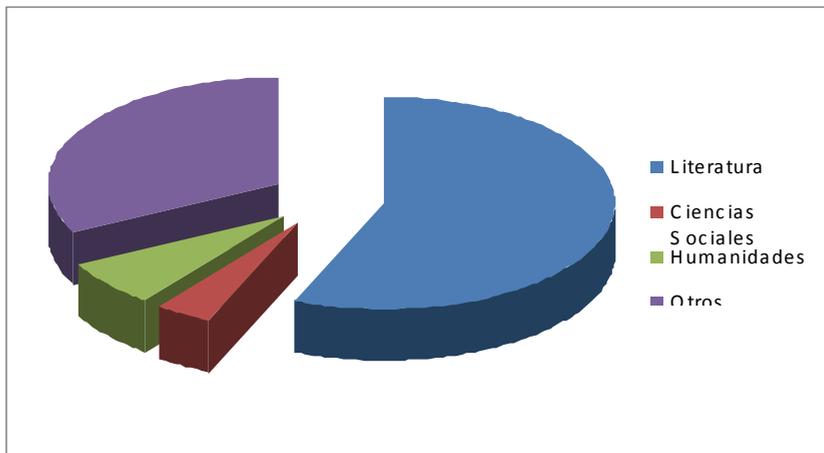


Tabla 3.

			%
0	Literatura	61	56,48%
1	Ciencias So- ciales	4	3,70%
2	Humanidades	8	7,41%
3	Otros	35	32,41%
		108	100,00%

Respecto al tema de las razones de lectura, el resultado es abrumador pues la totalidad de los encuestados señalan que leen por entretenimiento. Es comprensible que el factor trabajo no tenga ningún voto, en tanto en cuanto hablamos de personas que aún no están en edad laboral. Más desalentador es el hecho de que los alumnos no lean por estudios y más aún por mejorar el nivel cultural. Ello explica el elevado porcentaje de lectura de la literatura de ficción frente a la de no ficción o puramente ensayística, con mayor número de contenidos.

Porcentajes muy similares a los percibidos en las estadísticas nacionales en los que sobre un total de un 54% de lectores, un 48% se inclina por la lectura como entretenimiento, frente a los apenas 4,8% que leen por mejorar el nivel cultural<sup>12</sup>.

<sup>12</sup> Ibidem., p. 54.

### 3. ¿Qué razones te motivan a leer?

Figura 3.

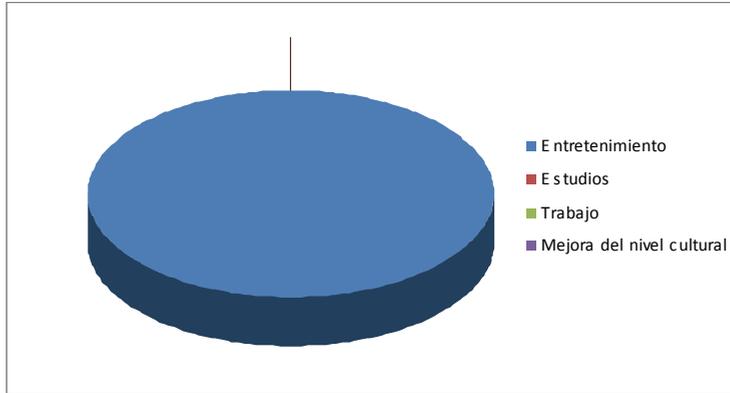


Tabla 4.

			%
0	Entretención	108	100,00%
1	Estudios	0	0,00%
2	Trabajo	0	0,00%
3	Mejora del nivel cultural	0	0,00%
		108	100,00%

En relación a los idiomas de lectura, es notorio el predominio de la lengua castellana, el 90%. Por su parte, la lengua autóctona queda reducida a un pequeño 8%. Sintomático es también la inexistencia de lecturas en alguna de las lenguas europeas, inglés, francés o alemán. Porcentajes similares a los Idiomas de lectura que encontramos en los Hábitos de lectura de la Federación de Gremios de Editores de España, donde las principales lenguas extranjeras (inglés y francés) no llegan al 1% del total. Tal desconocimiento nos lleva a reflexionar acerca de la escasa importancia que el estudiantado da a la lectura en estos idiomas como parte del aprendizaje y dominio lingüístico. Cruda realidad más aún cuando hablamos de estudiantes de Medios de Comunicación Social, ámbito en el que el predominio anglosajón es más que evidente.

#### 4. ¿Cuál es tu idioma habitual de lectura?

Figura 4.

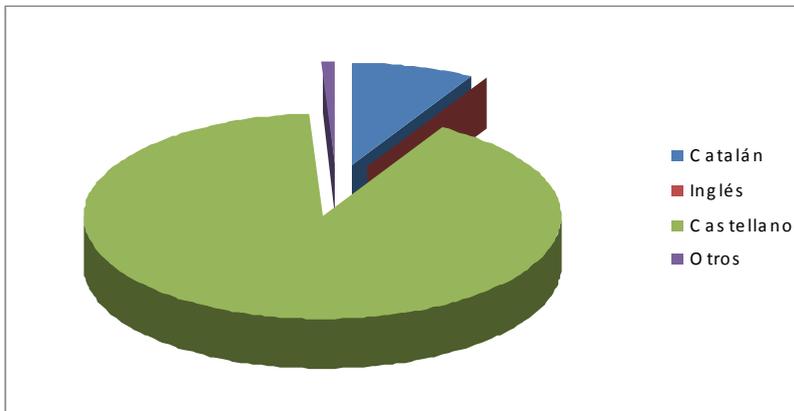


Tabla 5.

			%
0	Catalán	9	8,33%
1	Inglés	0	0,00%
2	Castellano	98	90,74%
3	Otros	1	0,93%
		108	100,00%

Epígrafe importante es el acceso a la lectura, pues nos permite vincular realidades tan importantes como lectura y bibliotecas, o lectura y digitalización de libros. A raíz de los resultados es evidente cómo la adquisición mediante compra, más de uno de cada dos lectores, sigue siendo el método más utilizado para aproximarse a la lectura. Por su parte, y a diferencia de la estadística nacional, la visita a la biblioteca es la segunda forma de acceder a los libros y con ello a la lectura.

Ello nos introduce de lleno en el debate cada vez más apasionante sobre el papel de las bibliotecas, en especial las universitarias, en el proceso de alfabetización lecto-escritora. No en vano, las bibliotecas han de asumir cada vez más el papel educativo que tienen como motor en el proceso de aprendizaje, promoción de la alfabetización y fomento de la lectura<sup>13</sup>, potenciando herramientas como los blogs y wikis<sup>14</sup>. En este sentido, las bibliotecas universitarias ocupan un papel predominante en el proceso de convergencia europea a través de los centros de recursos

<sup>13</sup> *El público y la biblioteca. Metodologías para la difusión de la lectura*. Oviedo: Trea, 2000.

<sup>14</sup> PINTO, María; SALES, Dora; MARTÍNEZ-OSORIO, Pilar; PLANELLES, Enriqueta. *Alfabetización múltiple desde la Biblioteca Pública. Experiencias y propuestas*. Buenos Aires: Alfagrama, 2009. p. 50.

para el aprendizaje y la investigación (CRAI), en los cuales las bibliotecas adoptan nuevas funciones a raíz del peso cada vez mayor de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Estas nuevas bibliotecas híbridas tienen entre sus funciones la formación en línea y la puesta a disposición de los usuarios de nuevas herramientas de información, entre ellas todas aquellas dirigidas al fomento de la lectura. La biblioteca se convierte pues en la intermediaria básica entre la información y el usuario en el proceso de alfabetización en información (ALFIN)<sup>15</sup>. Y en especial las bibliotecas universitarias, implicadas en tareas de formación y en el ALFIN, y que deben ir adaptando sus espacios y servicios a esta nueva Generación Google, la de los nacidos a partir de 1993. De ahí la puesta en funcionamiento de experiencias tan interesantes como la creación de colecciones de ocio, la creación de espacios específicos para la lectura recreativa o la implantación de espacios web, o la puesta en marcha de clubes de lectura, entre otras actividades<sup>16</sup>.

En este sentido, los docentes deberemos potenciar el papel de la biblioteca universitaria, en pleno proceso de transformación, en todo lo concerniente a la mejora del hábito lector del estudiantado. Un proceso en pirámide que sitúa a la biblioteca en la cúspide de la información, en un entorno tecnológico cada vez mayor, y que ofrece numerosas potencialidades a los docentes y al estudiantado<sup>17</sup>.

En esta nueva realidad tecnológica, Internet ocupa un lugar destacado, y en especial las potencialidades que la red nos ofrece para la mejora de los hábitos de lectura de nuestros estudiantes. No debemos olvidar la importancia creciente de la lectura de libros a través de Internet, asociada a la cada vez mayor tarea de digitalización de libros, si bien es cierto que proyectos tan emblemáticos como Google Books o The European Library siguen siendo aún poco conocidos entre el estudiantado, al tratarse de portales de libros básicamente de fondo antiguo<sup>18</sup>.

Ello nos lleva a interpretar que los alumnos, pese a la creciente utilización de Internet como una herramienta de Información, ésta continua quedando reducida a las llamadas redes sociales (Twitter, Facebook, Youtube), servicios de mensajería (emails), y consultas puntuales de información (periódicos digitales), quedando la lectura de libros aún en franca minoría. Seguramente aspectos como la ergonomía y el tradicional apego a la cultura impresa hacen que el libro se continúe prefiriendo

---

<sup>15</sup> PINTO, María; SALES, Dora; OSORIO, Pilar. *Biblioteca universitaria, CRAI y alfabetización informacional*. Oviedo: Trea, 2008.

<sup>16</sup> SÁNCHEZ GARCÍA, Sandra; YUBERO, Santiago; LARRAÑAGA, Elisa. El papel de la biblioteca universitaria en la formación del hábito lector. En *XV Jornadas Bibliotecarias de Andalucía*. p.5

<sup>17</sup> CARLINO, Paula. ¿Quién debe ocuparse de enseñar a leer y a escribir en la Universidad? Tutorías, simulacros de examen y síntesis de clases en humanidades. En *Lectura y Vida, Revista Latinoamericana de lectura*, año 23, núm. 1, marzo de 2002.

<sup>18</sup> Sobre este tema véase: RODRÍGUEZ DE LAS HERAS, Antonio. *Tocar las palabras. Leer en pantalla*. En *¿Nuevas Lecturas? ¿Nuevas formas de leer?. Lectura y escritura multimedia en las bibliotecas públicas y escolares*. Salamanca: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2005. p.23-35; CHARTIER, R. y R. DE LAS HERAS, R. *El futuro del libro y el libro del futuro*. En *Litterae*. Cuadernos sobre Cultura Escrita. Madrid, 2001.

do aún como un producto textual y no digital. Razones que explican el que los famosos e-books aún no hayan calado lo suficiente como para desbancar al libro tradicional. El futuro dirá<sup>19</sup>.

## 5. ¿De qué forma accedes a los libros?

Figura 5.

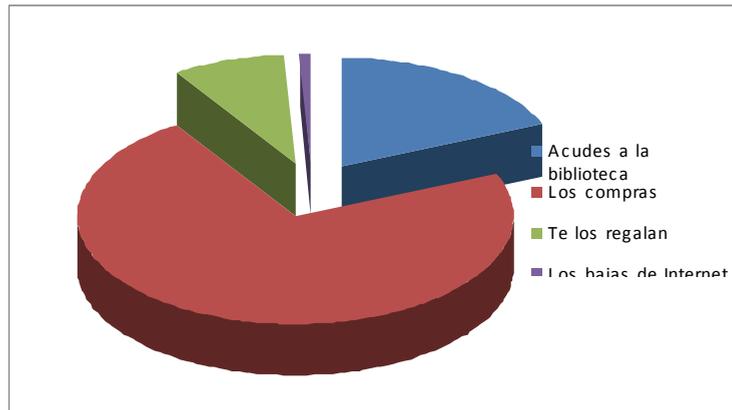


Tabla 6.

			%
0	Acudes a la biblioteca	20	18,52%
1	Los compras	78	72,22%
2	Te los regalan	9	8,33%
3	Los bajas de Internet	1	0,93%
		108	100,00%

El número de libros comprados entre los estudiantes encuestados en 2008 se sitúa en torno a los 9 libros. Un 10% de los alumnos no ha comprado ninguno, siendo el valor normal de 1 a 5 libros adquiridos. Prácticamente nadie compró más de 10 libros ese año. Todo ello indica que los alumnos, estableciendo un precio medio de 10-15 €/libro, no gastan más de 90 € al año de media en libros, precio insignificante si se compara con otras partidas de ocio.

<sup>19</sup> NUNBERG, Geoffrey (comp.). *El futuro del libro. ¿Esto matará eso?*. Barcelona: Paidós, 1998.

## 6. ¿Cuántos libros has comprado este año?

Figura 6.

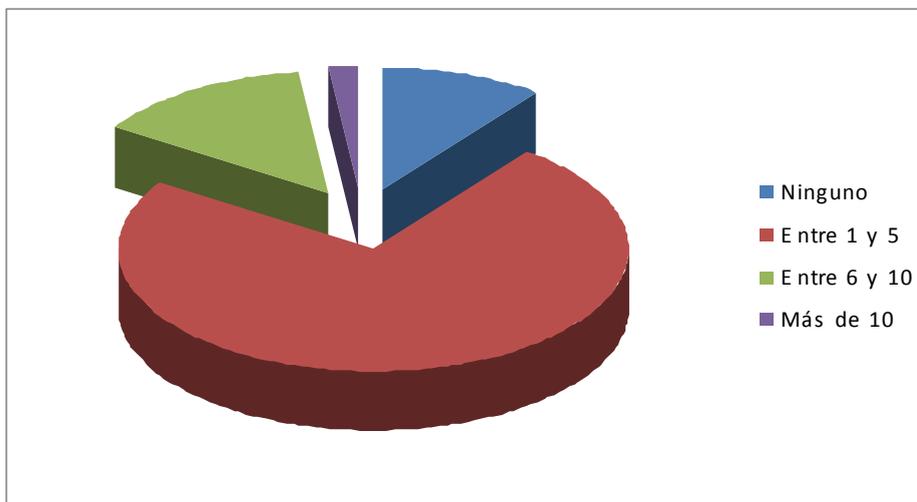


Tabla 7.

			%
0	Ninguno	11	10,19%
1	Entre 1 y 5	80	74,07%
2	Entre 6 y 10	15	13,89%
3	Más de 10	2	1,85%
		108	100,00%

Para el conocimiento de las novedades literarias el estudiantado sigue prefiriendo los canales tradicionales de información, como las librerías y quioscos. Tendencia ésta que, para el caso español, ha descendido bruscamente en los últimos años<sup>20</sup>. Le siguen periódicos y revistas, y en porcentajes similares radio y TV y los Catálogos. Entendemos como Catálogos tanto los impresos como los online, más conocidos y accesibles por los alumnos.

<sup>20</sup> *Hábitos.*, op. cit. p. 82. Las librerías y quioscos representaban a la hora de comprar un libro en el año 2006 el 40,6 % frente al 16% del año 2008.

## 7. ¿Qué fuentes de información utilizas para conocer las novedades literarias?

Figura 7.

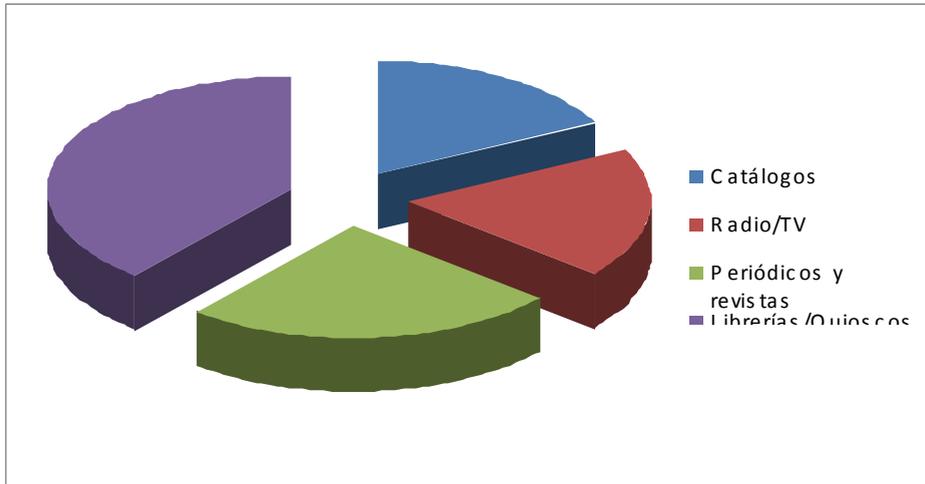


Tabla 8.

			%
0	Catálogos	19	17,59%
1	Radio/TV	20	18,52%
2	Periódicos y revistas	27	25,00%
3	Librerías/Quioscos	42	38,89%
		108	100,00%

Entre los factores que influyen en la compra de libros, los más importantes son los consejos de amigos, el autor<sup>21</sup>, y finalmente la Publicidad. No parece que el precio influya demasiado en la compra de libros por parte del estudiantado, en parte debido a la escasez de compras.

<sup>21</sup> Ibidem., p.150 y s. Estos son los diez libros más leídos según el ranking de la Federación de Gremios española: *Los Pilares de la Tierra*. Ken Follet; *La Catedral del Mar*. Ildefonso Falcones; *El niño con el pijama de rayas*. John Boyne; *El código Da Vinci*. Dan Brown; *Un mundo sin fin*. Ken Follet; *La sombra del viento*. Carlos Ruiz Zafón; *La bodega*. Noah Gordon; *Angeles y Demonios*. Dan Brown; *El Señor de los Anillos*. J.R.R. Tolkien; *Don Quijote de La Mancha*. Miguel de Cervantes

## 8. ¿Qué factores influyen en tu decisión a la hora de adquirir tus libros?

Figura 8.

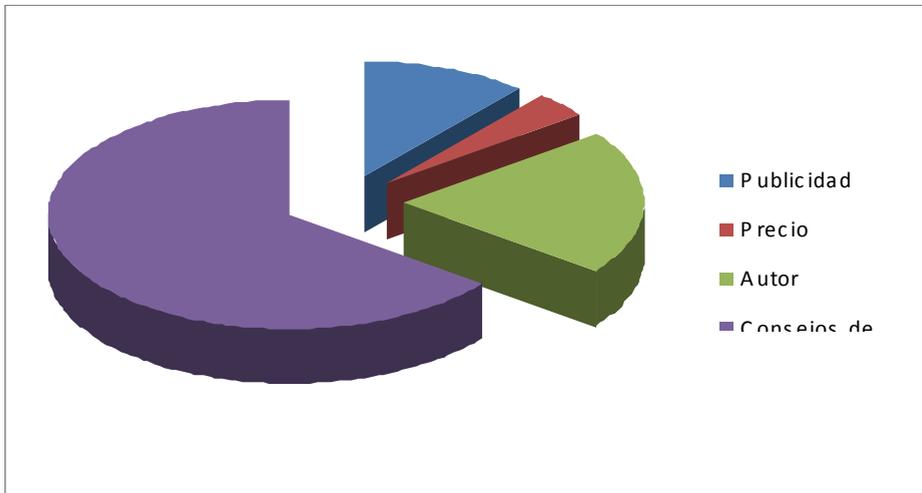


Tabla 9.

			%
0	Publicidad	12	11,11%
1	Precio	4	3,70%
2	Autor	22	20,37%
3	Consejos de Amigos	70	64,81%
		108	100,00%

La dotación de libros por hogar de nuestro estudiantado, sin contar los de texto, es 100 libros. En un 22% de los hogares tienen sólo hasta 50 libros. Por el contrario, más del 50% de la clase tienen más de 100 libros en su casa.

**9. ¿Más o menos cuantos libros tienes en casa?**

Figura 9.

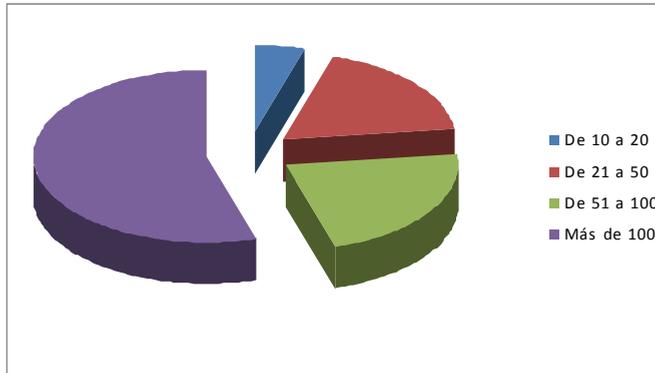


Tabla 10.

			%
0	De 10 a 20	5	4,63%
1	De 21 a 50	20	18,52%
2	De 51 a 100	24	22,22%
3	Más de 100	59	54,63%
		108	100,00%

Dentro de las otras lecturas que llevan a cabo nuestros alumnos destacamos los periódicos. Entre éstos, destaca la lectura de Prensa nacional, seguida de la regional y local. Finalmente y coincidiendo con las escasas lecturas de libros en lenguas europeas, la lectura de periódicos internacionales apenas representa el 1% del total.

**10. Además de libros ¿lees prensa diaria? ¿qué lees?**

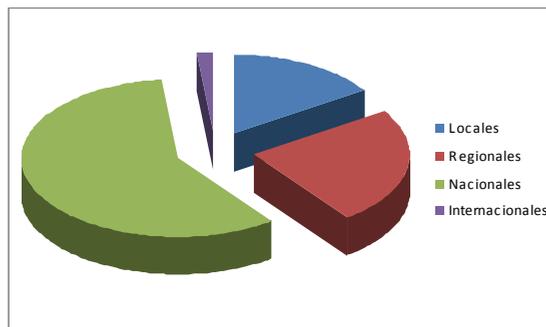


Figura 10.

Tabla 11.

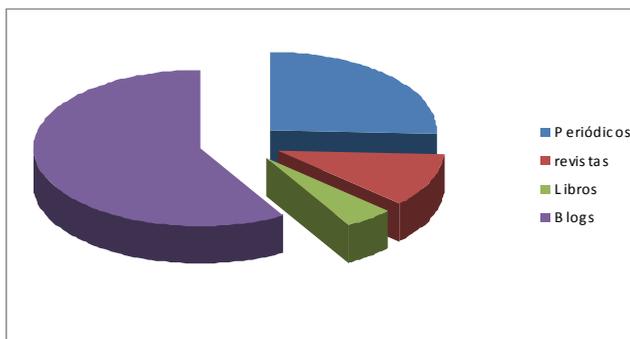
			%
0	Locales	10	15,87%
1	Regionales	15	23,81%
2	Nacionales	37	58,73%
3	Internacionales	1	1,59%
		63	100,00%

Uno de los elementos de análisis más importantes en el estudio de los Hábitos de lectura es la relación entre lectura e Internet. No en vano, la red forma parte de las llamadas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), cuya relación con la lectura es una realidad y una herramienta con una enorme potencialidad<sup>22</sup>.

En nuestro caso el estudiantado utiliza básicamente Internet para leer Blogs y foros, a lo que le sigue la lectura de periódicos y revistas digitales. Realidad que responde al creciente compromiso de los medios de comunicación escritos con Internet, y que lleva a que cada vez mayor número de periódicos y revistas españolas tengan presencia en la red. Por último, la lectura de libros es otra de las actividades que realizan los alumnos a través de Internet.

### 11. ¿Utilizas Internet como instrumento para leer?

Figura 11.



<sup>22</sup> PAREDES LABRA, Joaquín. Animación a la lectura y TIC: creando situaciones y espacios. En *Revista de Educación*, 1, 2005, p.255-279; Para un análisis particular véase: MARTOS, Eloy; ROSING, Tania. La lectura y las TIC en contextos educativos. El portal Interzona de la Universidad de Extremadura y el Centro de Referencia de Literatura e Multimedia de la Universidad de Passo Fundo de Brasil. En *Congreso Internacional de Informática Educativa, U. de Vigo*.

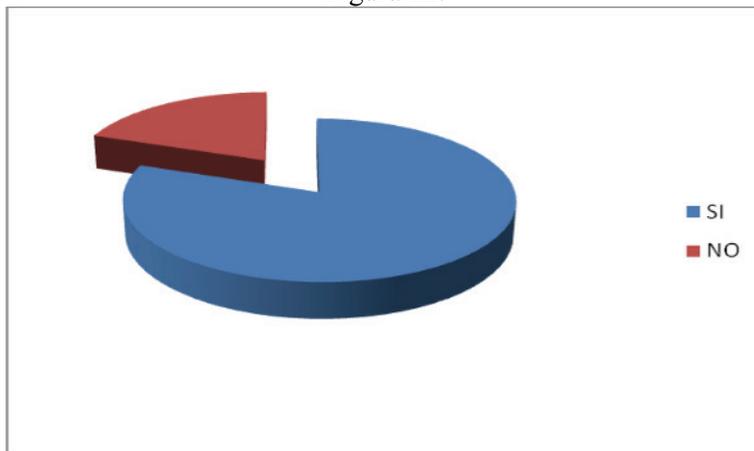
Tabla 12.

			%
0	Periódicos	28	25,93%
1	revistas	12	11,11%
2	Libros	5	4,63%
3	Blogs	63	58,33%
		108	100,00%

La mayoría del estudiantado, un 80% recuerda alguna campaña publicitaria relacionada con la lectura, siendo la televisión por amplia mayoría, el 96%, donde recuerdan haber visto algunas de estas campañas. Ciertamente, han sido los medios publicitarios convencionales (TV, radio, prensa escrita), donde se han desarrollado las campañas publicitarias institucionales dedicadas al Fomento de la Lectura, quedando Internet en un segundo plano. Lo cierto es que cualquiera que sea el medio, la Publicidad se ha convertido en un recurso didáctico más en el fomento del hábito lector<sup>23</sup>.

## 12. ¿Recuerdas alguna campaña publicitaria relacionada con el fomento de la lectura?

Figura 12.



<sup>23</sup> LABRADOR PIQUER, María José; MOROTE MAGÁN, Pascuala; MULA FRANCO, Antonio. Hablar, leer y escribir mediante la publicidad. En MARTOS, Eloy; RÖSING, Tania M.K. *Prácticas de lectura y escritura*. Universidade de Passo Fundo, 2009.

Tabla 13.

			%
0	SI	87	80,56%
1	NO	21	19,44%
		108	100,00%

### 13. ¿Dónde?

Figura 13.

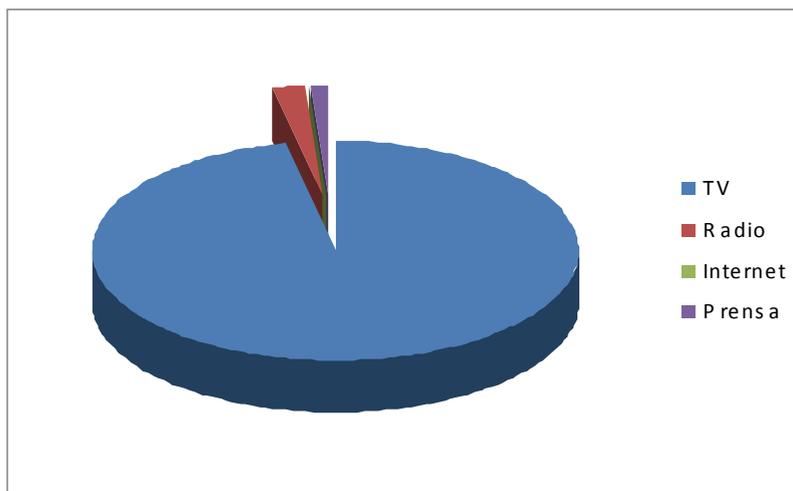


Tabla 14.

			%
0	TV	84	96,55%
1	Radio	2	2,30%
2	Internet	0	0,00%
3	Prensa	1	1,15%
		87	100,00%

Por último, a la hora de ordenar las preferencias del alumnado por diversas actividades de ocio, los resultados nos demuestran cómo la lectura figura en primer lugar, seguida del uso de Internet, el cine y finalmente la música. La prioridad que el estudiantado da a la lectura se corrobora con la última de las preguntas que se les hizo, si *¿consideran importante la lectura para su carrera y futuro profesional?*

En la mayoría de respuestas el estudiantado considera la lectura como algo muy importante para aprender y adquirir nuevos conocimientos. Asocian lectura a progreso cultural, válido no sólo para enriquecer su carrera profesional sino para adquirir una cultura general que les ayude a desenvolverse en la vida. Entre las ven-

tajas de la lectura señalan el aumento de su vocabulario, así como la mejora de la capacidad de expresión oral y escrita. Todo ello nos lleva al eterno debate de “aprender a leer, leer para aprender”. Analfabetismo e ignorancia se han vuelto sinónimos<sup>24</sup>. Una realidad contra la que tienen que luchar los docentes y el estudiantado para hacer realidad ese lema de “leer para ser”<sup>25</sup>.

## 5. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en nuestro estudio coinciden y confirman en la mayoría de los casos los datos de las encuestas nacionales. En general el panorama es bastante desalentador, en tanto en cuanto predomina la figura del falso lector, demostrando la baja motivación social que se tiene hacia la lectura en nuestro contexto. Universitarios que acuden a la falta de tiempo como pretexto, cuando en el estilo de vida actual se dispone de más tiempo que nunca. Lo que viene a indicar la escasa relevancia social del tiempo destinado a la lectura.

Así pues, a raíz de los resultados, apuntamos a continuación algunas de las consideraciones a tener en cuenta en el fomento del hábito lector en el Espacio Europeo de Educación Superior, y en las políticas a desarrollar a la hora de planificar los programas de fomento de la lectura en el aula:

- Potenciar los talleres de lectura y escritura al inicio de los cursos universitarios
- Fomentar la lectura y debate de textos en clase
- Potenciar el trabajo en equipo de lectura de textos
- Dar a conocer a los alumnos las potencialidades de la red como herramienta de lectura
- Incorporar la lectura digital y el ciberespacio como una nueva alfabetización.
- Fomentar la consulta de los Catálogos de bibliotecas y la consulta de las mismas
- Hacer de la lectura un instrumento clave para la comunicación
- Fomentar la práctica de la lectura como fuente de aprendizaje y enriquecimiento lingüístico
- Considerar la lectura como fuente de perfeccionamiento personal y enriquecimiento social y ético
- Convertir el acto de leer en fuente de placer

---

<sup>24</sup> Para ver el análisis histórico de la relación entre lectura y aprendizaje: CHARTIER, Roger. Aprender a leer, leer para aprender. En MILLÁN, José Antonio (coord.). *La lectura en España. Informe 2008. Leer para aprender*. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España, 2008. p. 23-39.

<sup>25</sup> GARCÍA DE LA CONCHA, Víctor. Leer para ser. En MILLÁN, José Antonio (coord.). *La lectura en España. Informe 2002*. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España, 2002. p.55-61.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Chartier, Roger. Aprender a leer, leer para aprender. En MILLÁN, José Antonio (coord.). *La lectura en España. Informe 2008. Leer para aprender*. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España, 2008.
- Buisson, Jean-Christophe; Stainville, Raphaël y Ungemuth, Nicolas. Les rois. Lire. *Le Figaro magazine*. 7 novembre 2009. nº 20302.
- Carlino, Paula. ¿Quién debe ocuparse de enseñar a leer y a escribir en la Universidad? Tutorías, simulacros de examen y síntesis de clases en humanidades. En *Lectura y Vida, Revista Latinoamericana de lectura*, año 23, núm. 1, marzo de 2002.
- Chartier, R. y R. de las Heras, R. El futuro del libro y el libro del futuro. En *Litterae. Cuadernos sobre Cultura Escrita*. Madrid, 2001.
- Chartier, Roger. La Universidad y la edición. Pasado, presente y futuro. En Polo Cuevas Cerveró, Aurora; Marzal García Quismondo, Miguel Ángel. La competencia lectora como modelo de Alfabetización en Información. En *Anales de Documentación*, nº10, 2007.
- El público y la biblioteca. Metodologías para la difusión de la lectura*. Oviedo: Trea, 2000.
- García de la Concha, Víctor. Leer para ser. En Millán, José Antonio (coord.). *La lectura en España. Informe 2002*. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España, 2002.
- Labrador Piquer, María José; Morote Magán, Pascuala; Mula Franco, Antonio. Hablar, leer y escribir mediante la publicidad. En Martos, Eloy; Rösing, Tania M.K. *Prácticas de lectura y escritura*. Universidade de Passo Fundo, 2009.
- Larrañaga, Elisa; Yubero, Santiago; Cerrillo, Pedro C. *Estudio sobre los hábitos de lectura de los universitarios españoles*. Madrid: Fundación SM, 2008.
- Hábitos de Lectura y Compra de libros en España 2008*. Disponible en: [http://www.federacioneditores.org/0\\_Resources/Documentos/Habitos\\_Lectura\\_Co\\_mpraLibros\\_2008.zip](http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/Habitos_Lectura_Co_mpraLibros_2008.zip)
- Martos, Eloy; Rösing, Tania. La lectura y las TIC en contextos educativos. El portal Interzona de la Universidad de Extremadura y el Centro de Referência de Literatura e Multimeios de la Universidad de Passo Fundo de Brasil. En *Congreso Internacional de Informática Educativa, U. de Vigo*.
- Nunberg, Geoffrey (comp.). *El futuro del libro. ¿Esto matará eso?*. Barcelona: Paidós, 1998.
- OCDE. 2005. *Evaluación PISA 2003: resumen de los primeros resultados en España*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia. Disponible en: <http://www.mec.es/inecse/pub/pisa2003resumenesespana.pdf>
- Paredes-Labra, Joaquín. Animación a la lectura y TIC: creando situaciones y espacios. En *Revista de Educación*, 1, 2005.
- Pinto, María; Sales, Dora; Martínez-Osorio, Pilar; Planelles, Enriqueta. *Alfabetización múltiple desde la Biblioteca Pública. Experiencias y propuestas*. Buenos Aires: Alfagrama, 2009.

Pinto, María; Sales, Dora; Osorio, Pilar. *Biblioteca universitaria, CRAI y alfabetización informacional*. Oviedo: Trea, 2008.

Pujadas, Magda (coord.). *Innovación y retos de la edición universitaria*. Madrid: UNE, 2007.

Red de Universidades Lectoras. Disponible en:

<http://universidadeslectoras.org/presentacion.php>

Rodríguez de las Heras, Antonio. Tocar las palabras. Leer en pantalla. En *¿Nuevas Lecturas? ¿Nuevas formas de leer?. Lectura y escritura multimedia en las bibliotecas públicas y escolares*. Salamanca: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2005.

Sánchez García, Sandra; Yubero, Santiago; Larrañaga, Elisa. El papel de la biblioteca universitaria en la formación del hábito lector. En *XV Jornadas Bibliotecarias de Andalucía*.

## Cuestionario

# LECTOCOM

Mejora de la competencia lectora para el alumnado de Documentación Informativa ante el EEES

El objeto de este cuestionario es analizar los hábitos de lectura del estudiantado de la asignatura de Documentación Informativa de las Licenciaturas de Publicidad y Relaciones Públicas y de Comunicación Audiovisual de la Universitat Jaume I de Castellón.

### Datos Personales

¿Qué titulación estudias?

¿En qué curso estás matriculado/a?

### Intensidad de Lectura

¿Cuántos libros sueles leer aproximadamente en un año?

### Tipo de Lectura

¿Qué tipo de libros sueles leer?

¿Cuál?

### **Motivación**

¿Qué razones te motivan a leer?

### **Idiomas**

¿Cuál es tu idioma habitual de lectura?

¿Cuál?

### **Acceso**

¿De qué forma accedes a los libros?

¿Cuántos libros has comprado este año?

¿Qué fuentes de información utilizas para conocer las novedades literarias?

¿Qué factores influyen en tu decisión a la hora de adquirir tus libros?

### **Presencia Lectora en el Hogar**

¿Más o menos cuantos libros tienes en casa?

### Otras Lecturas

Además de libros ¿lees prensa diaria?

¿Con qué frecuencia?

¿De qué ámbito son los periódicos que lees?

### Lectura e internet

¿Utilizas Internet como instrumento para leer?

### Publicidad y Lectura

¿Recuerdas alguna campaña publicitaria relacionada con el fomento de la lectura?

¿Dónde?

### Lectura y Ocio

¿Ordena de más a menos (1 a 4) tus preferencias por estas actividades?

<input type="text" value="..."/>	Lectura
<input type="text" value="..."/>	Música
<input type="text" value="..."/>	Cine
<input type="text" value="..."/>	Internet

¿Consideras importante la lectura para tu carrera y futuro profesional? Razona tu respuesta

Guardar