

¿Qué leen los estudiantes de diseño gráfico en la UAM-X?

Amelia Rivaud Morayta
Departamento de Síntesis Creativa
Fotografías de la autora



A mí nadie me dijo que era importante leer”, me confesó José, estudiante a punto de terminar su carrera como diseñador en el área editorial, que tenía mucha dificultad para expresarse. Se confirmaba así esa sensación tan común en nuestros días de que muchos jóvenes no leen, no les gusta hacerlo.

Aunque también hay gloriosas excepciones: de niña Claudia leía debajo de las cobijas con la ayuda de una linterna; su hermano gritó:

—Mamá, mi hermana está leyendo.

—¡Acusón! —espetó Claudia

—¡Leona! —contestó el chiquito.

Claudia sigue siendo una leona empedernida. ¿Por qué estas diferencias?, ¿qué hacemos, ya en la Universidad, con jóvenes que tienen dificultades para comprender lo que leen, por ser temas y lenguajes totalmente nuevos para ellos y porque no están acostumbrados a leer, a descifrar y digerir, a comunicarse con el texto y tener una opinión propia acerca de lo que leyeron? Si se les dificulta leer, la escritura es un verdadero suplicio.

Este problema no es privativo de los estudiantes de la UAM, pues como afirma el investigador Luis Eduardo Álvarez:

La lectura, como actividad humana requerida de formación, desarrollo y consolidación, está actualmente, desde el punto de vista de la educación, en una crisis de desarrollo a nivel mundial. Mientras las sucesivas revoluciones científico-técnicas y la sobreinformación de ellas derivada, están exigiendo que el hombre sea

educado como lector, lo cierto es que se pueden percibir grandes deficiencias en esta necesidad.¹

¿Nos hacemos de la vista gorda y los dejamos seguir adelante? ¿Los regresamos a la primaria? ¿Todavía se les puede inculcar el interés por la lectura? ¿Hay que hacerles saber que es una herramienta indispensable en su vida profesional y que leer nos puede dar muchas satisfacciones... y también muchas tristezas?

Los pensamientos y los sentimientos están divididos: algunos profesores declaran que “no pueden bajar el nivel” y trabajan sus cursos con quienes pueden llevar el ritmo y esperan que los demás lo alcancen como puedan; me pregunto qué pasa cuando son una minoría “los que pueden llevar el ritmo”. Simplemente cierran los ojos ante la realidad. ¿Será que de esta forma subimos el nivel sociocultural de nuestro país?

Nuestros jóvenes llegan a la universidad —¡y la terminan!— después de 12 años de escolaridad, y sin embargo tienen dificultades hasta para expresarse oralmente. Efectivamente fueron a la escuela, pero su cultura general es escasa, y en el caso específico de las carreras de diseño gráfico, además, la visual es demasiado televisiva: conocen muy poco de pintura, de escultura, de fotografía y no les parece importante saber de historia, literatura, un poco de ciencia, ¿para qué, si ellos trabajan con lo “gráfico”? ¿Cómo revertir esas carencias culturales y sociales? Creo

¹ Luis Eduardo Álvarez, “Lectura e investigación”, ponencia presentada en el 27 Congreso Mundial de IBBY, Cartagena, septiembre de 2000.





que la universidad es la última oportunidad para hacerlo y que no podemos seguir simulando, como en la película *Todos estamos bien*, con Marcelo Mastroiani.

Sin embargo, para corroborar o desechar esos sentimientos decidimos estudiar el comportamiento lector de nuestros alumnos, y a partir de los resultados decidir qué camino tomar.

población: no leen lo mismo todos los universitarios, ni le dan la misma importancia a la lectura para su formación profesional. Por fin empezamos un estudio del comportamiento de estos jóvenes, de la elite que llega a la Universidad: quisimos saber qué leen, definir su relación cotidiana con los libros, y por último, buscar elementos que hayan sido determinantes en su comportamiento lector.

Las cifras de analfabetas en nuestro país descienden entre los jóvenes gracias a la obligatoriedad de la educación primaria. Para el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) son alfabetas quienes pueden leer y escribir un mensaje simple, exigencia bastante pobre en nuestra sociedad informatizada, lo cual no quiere decir que practiquen esas habilidades ni mucho menos que sean lectores.

Excluyendo a los pequeños de preescolar, hay 23,745,600 niños, jóvenes y adultos inscritos en todos los demás niveles del sistema educativo: primaria, secundaria, bachillerato, licenciatura, posgrado, capacitación para el trabajo, profesional medio y normal. Se puede decir que este sector escolarizado sabe leer y tiene contacto continuo con los libros, pero no se garantiza que todos ellos sean lectores autónomos, sino que leen por las necesidades impuestas por la escolarización.

Se conoce poco respecto al equipamiento librero en nuestro país: según estimaciones de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem), en 1995 había en el país 37,100 puntos de venta, de los cuales sólo 1,400 eran librerías, ubicadas en la ciu-

Antecedentes

Nos parecía paradójico que los jóvenes de diseño gráfico del área editorial, futuros "hacedores" de libros, leyeran lo que sus maestros les exigían solamente en fotocopias, cuya vida es efímera y generalmente terminan en la basura. Si son los futuros hacedores de libros ¿cuál es la razón de que no los veamos con ellos bajo el brazo?, ¿por qué no se les oye hablar de lo que leyeron?, ¿a qué se debe que se asusten de los libros "gordos"?

Creemos que es importante conocer el comportamiento lector de distintos segmentos de la

la lectura es mi locura

de comportamiento lector

dad de México, donde hay una librería para 10,611 habitantes, muy concentradas en algunas zonas privilegiadas culturalmente.

Las cifras oficiales mexicanas hablan de una biblioteca pública por cada 40,000 habitantes. Esta cifra no está nada mal, [...]. Pero el hecho de que según las cifras tengamos muchas bibliotecas no significa necesariamente que en ellas haya libros [...]. Las bibliotecas públicas de México guardan poco más de 11 millones de volúmenes, por lo cual la oferta pública es de solamente 0.12 libros por habitante. O sea que México es un país lleno de bibliotecas, pero vacías.²

A veces aparecen en los periódicos cifras o declaraciones acerca de la lectura en nuestro país, sin embargo, y a pesar de todas las cifras anteriores, en México no hay estudios nacionales de comportamiento lector. Las declaraciones oficiales se congratulan con los avances en la educación, la disminución del analfabetismo, pero mantienen a los maestros de primaria con salarios muy bajos; por otro lado, los programas educativos de primaria y secundaria no propician el gusto por la lectura y en los de la Universidad se da por sentado que a los estudiantes les gusta leer y saben hacerlo. Por su parte, los editores se quejan de la falta de lectores —pero encomiendan la tarea de formarlos al Estado—, de la crisis de la industria editorial y de sus finanzas. Finalmente, a los profesores universitarios se les obliga a publicar para poder obtener las becas y los estímulos al salario que les permita vivir exclusivamente de la academia.

Tomamos la definición de lectura de Felipe Allende:³ “La lectura puede ser entendida como un acto de comunicación entre un lector y un

texto escrito, cuyo éxito depende de los aportes y características de ambos.

Leer implica, para el lector, la interpretación de un conjunto de signos gráficos, traduciéndolos al lenguaje oral y atribuyéndoles un sentido. El resultado final será siempre algún tipo de comprensión de lo leído. Normalmente el sentido captado estará relacionado con el que le atribuyó el autor del texto. De este modo el lector se comunica con alguien que puede estar muy lejano en el tiempo y en el espacio. Sin embargo, en el acto mismo de leer, la comunicación se produce entre el texto y el lector, más que entre el lector y el autor.



Se puede leer en medios diversos y la lectura se realiza en varias situaciones: se ejerce durante un tiempo dado, sobre un material escrito y

² Gerardo Kloss y Amelia Rivaud, “De ferias, bibliotecas, pasado, futuro, justicia, democracia y otros temas...”, *Educación y biblioteca*, año xii, núm.116, octubre de 2000, Madrid.

³ Felipe Allende, *La legibilidad de los textos*, Andrés Bello, Santiago de Chile, 1994.



De 9, 397, 424 jóvenes entre 20 y 24 años, sólo 1, 295, 000

sobre uno o más contenidos. Estos tres aspectos: tiempo, material y tema son, opina John Guthrie, los más importantes para tener en cuenta durante las encuestas. Los tres componen lo que puede llamarse actividades o actos de lectura, cuya sucesión forma lo esencial del comportamiento lector. La investigación busca, no sólo conocer estos elementos, sino ponerlos en relación con otras características del sujeto: sexo, edad, nivel de educación, etcétera. o bien con variables referidas a un contexto específico: rendimiento académico, exposición a medios masivos de comunicación.⁴

Volviendo a los jóvenes,

ra profesional. Aunque de entre estos jóvenes 8,991,582 son alfabetas (95.68%) —es decir, 405,896 o 4.32% son analfabetas— conforme a las cifras de la Secretaría de Educación Pública (SEP), sólo 1,295,000 (13.78%) estaban inscritos en licenciatura y 189,829 (14.66%) de ellos estudian en universidades públicas del Distrito Federal, conforme a los datos de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES). Este bajo porcentaje de jóvenes universitarios, según un diagnóstico reciente, es resultado de la caída del gasto federal en este rubro en “20% en términos reales de 1982 a 1999 y las carencias económicas se reflejan dramáticamente en un deterioro del 7% en el gasto



según datos del propio INEGI en 1995, en México había 9,397,424 jóvenes de entre 20 y 24 años, edad en la cual normalmente se cursa una carre-

por alumno de licenciatura y posgrado durante esta última década”.⁵

Para hacer nuestro estudio escogimos la propia UAM, pues es nuestro ámbito de influencia, en es-

⁴ Ricardo Daza, “La investigación sobre el comportamiento lector”, Bogotá, Cerlalc, 1983.

⁵ Juan Antonio Zúñiga, “Cárdenas: la educación superior, abandonada”, *La Jornada*, 22 de enero de 2000, p. 7.

estaban inscritos en licenciatura en 1995.

pecial la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica, y como ya dijimos nos preocupa la actividad lectora de los estudiantes. La Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) fue fundada hace ya 25 años para contribuir a resolver la demanda de educación superior de principios de los años setenta, y al mismo tiempo, modernizar la educación; la UAM debía "fomentar una cultura de raigambre nacionalista y la consolidación de nuestra independencia científica y cultural".⁶

El aporte modernizador de la UAM consistió en su organización académica con un esquema de divisiones y departamentos, lo cual propicia una formación con un criterio más de especialización que de profesión. El sistema modular de la Unidad Xochimilco plantea, según el Documento Xochimilco, "una revisión profunda entre las ciencias y sus efectos, fundamentalmente la aplicación y su enseñanza, y un enfoque novedoso en la metodología educacional, en el que el estudiante es artífice de su nueva formación".⁷ En la práctica, los alumnos de la UAM Xochimilco empiezan a investigar desde el primer módulo; ello requiere que practiquen sus habilidades para plantear preguntas y sean capaces de contestarlas con todos los instrumentos de las ciencias, como encuestas, estadísticas, búsqueda electrónica de información y, por supuesto, la revisión bibliográfica. Todo ello, a su vez tiene que tener como producto un informe escrito, en el cual puedan comunicar sus resultados y conclusiones. La escritura permite revisar nuestros conocimientos; ordenar nuestras ideas y reflexionar nuevamente sobre nuestros resultados. Al mismo



tiempo, la lectura es una herramienta indispensable en la formación del alumno.

El plan de estudios de diseño gráfico tiene como objetivo

formar profesionales en el diseño de mensajes gráficos que sean capaces de comprender y aplicar los elementos teóricos y formales del proceso de diseño en un quehacer renovado constantemente por su ubicación en la realidad social. El egresado también sabrá vincular ese quehacer con los procesos educativos buscando nuevas formas de construcción de la cultura y otorgando al diseño gráfico un sentido, además del valor estético y más allá del pragmatismo publicitario. Esta carrera forma profesionales capaces de realizar mensajes gráficos en diferentes grados de complejidad, que sirvan para solucionar problemas concretos de la realidad, desde una perspectiva crítica y comprometida.⁸

La carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica se cursa en cuatro años divididos en 12 módulos trimestrales que van especializando al alumno y capacitándolo para resolver problemas de diseño más complejos. El plan de estudios da más peso a que conozcan y lleguen a dominar todo el proceso de diseño de comunicación gráfica y sus herramientas —fotografía, dibujo, computadora—, cuestiones que no re-

⁶ Consejo Académico, *Bases conceptuales de la UAM*, p. 5.

⁷ *Documento Xochimilco*, p. 8.

⁸ Perfil profesional, planes y programas de estudio, Diseño de la Comunicación Gráfica, UAM-X.



leen más aquellos a quienes les contaban

quieren mayormente de la lectura. En cuanto a las cuestiones teóricas como historia de la imagen o semiótica, que sí requieren de la lectura y por supuesto de la visión, los maestros se quejan de que los muchachos "no entienden", o "no leen", sin embargo, finalmente, una gran mayo-

de estos futuros profesionales de la industria editorial; queda abierta la posibilidad de investigar más adelante cómo utilizan los estudiantes de diseño las habilidades de lectura y escritura en su desempeño académico.

Metodología

Para investigar el comportamiento lector de los jóvenes se usó el método propuesto por John Guthrie y Mary Steifer en *Medición de la lectura: fundamentos y técnicas*. El cuestionario definitivo constó de 31 preguntas, en entrevista dirigida. Para codificar las respuestas, tabulamos cada cuestionario, con lo cual obtuvimos el perfil de cada encuestado y pudimos ver la coherencia de las respuestas y posteriormente las cuantificamos en números relativos y absolutos para cada grupo y para el total. Nuestro estudio incluye: datos generales, influencia familiar, conducta lectora y valoración de la lectura.

Normalmente hay un total 320 alumnos de Diseño de la Comunicación Gráfica. Para nuestra encuesta, decidimos estudiar a los alumnos del área de diseño editorial, pues en nuestra carrera son los que están más cerca del manejo de textos como su materia de trabajo. La muestra estuvo integrada por los 31 jóvenes que cursaban en ese momento el área terminal. La mediana de edad es de 25 años, con representantes de todos los sectores socioeconómicos.

Para conocer la frecuencia de lectura de diferentes materiales y el tiempo que se dedica por sesión a cada uno de ellos, utilizamos la tabla que propone Guthrie.⁹ En cuanto a la frecuencia, se utilizó el término "rara vez" como sinónimo de nunca, ya que los encuestados se sienten menos presionados al contestar la primera opción.

ría terminan la carrera aunque acarreen esas dificultades y muchos de los egresados de la carrera de diseño gráfico se dedica a cuestiones editoriales, a la producción de diversos materiales impresos.

Aunque reconocemos la importancia del binomio lectura y escritura, en esta ocasión sólo estudiamos la lectura, considerándola un instrumento de trabajo que forma parte de la vida cotidiana

⁹John Guthrie y Mary Seifert, *Medición de la lectura, Fundamentos y técnicas*, Cerlalc, Unesco, Bogotá, 1985.



Resultados

No se encontraron grandes diferencias en las influencias de lectura entre los alumnos a quienes les leían de pequeños y a los que no. Sin embargo, encontramos que leen notablemente más aquellos a quienes sí les contaban cuentos. Esto nos alienta, pues aunque en México hay muchos padres analfabetas, la tradición oral es fuerte y los niños escuchan historias con frecuencia. Independientemente de que les leyeran o no, todos están terminando una carrera universitaria. El cuento más recordado fue "La caperucita roja".

La mayoría de los niños aprenden a leer en la escuela. Asombra y decepciona el débil papel que los maestros tuvieron en estos jóvenes —llamados ellos mismos la generación de la televisión y el nintendo— cuando eran niños en el fomento de la lectura, pues su actuación puede ser determinante en la formación masiva de lectores. Ahora, gracias al programa Rincones de lectura de la SEP hay más fomento, pero hace falta que las autoridades y los maestros de primaria

y preescolar tomen conciencia de ello y reciban cursos para fomentar la lectura y que los planes de estudio de primaria dieran prioridad al desarrollo de las habilidades de comunicación: oral, escrita y lectura. El camino aún es largo. Aquí no hay una marcada diferencia entre los egresados de escuelas privadas y las públicas.

La gran ausencia de mujeres (tanto madres como alumnas) que lean el periódico es preocupante, pues aparentemente todavía no sienten la necesidad de estar informadas de lo que pasa afuera, en el mundo público, de la política y la sociedad, o que esa información la reciben por otros medios, como la radio o la televisión. Además, las mujeres leen en promedio menos tiempo que los hombres, y menos tiempo también que la mediana del grupo.

No encontramos relación entre el trabajo de los padres y el nivel de lectura de los hijos, aunque sí es notable que son muy pocos los padres con un grado universitario. "La gran mayoría que llena las aulas universitarias son hijos de familias de clase media u obrera, sin





36

tradición cultural. [Quiero entender que es sin tradición académica] Siendo la primera generación de su familia que pisa la universidad y sin apenas libros en sus casas, ni costumbre de leer, es sorprendente que, a pesar de todo, los alumnos saquen adelante sus estudios y medren en las empresas donde se colocan", señala el sociólogo Mario Gaviria.¹⁰

Es notoria la influencia actual de los profesores en la lectura de los jóvenes; su opinión es importante para escoger sus lecturas y los textos obligatorios para muchas materias absorben gran parte del tiempo que le dedican a la lectura. Habrá que reflexionar acerca de nuestro papel como formadores académicos y culturales de las nuevas generaciones y la posibilidad de incluir en las currícula universitarias talleres de lectura literaria y otros de comprensión para aquellos que lo requieran, pues estoy convencida de que es necesario fomentar la lectura siempre.

¹⁰ *Muy interesante*, año xiv, núm. 9.

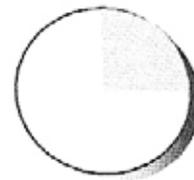
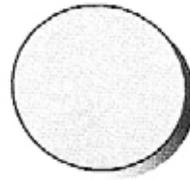
El tiempo de lectura asentado en la investigación refleja el tiempo que los jóvenes perciben que dedican a ese acto, no está medido con reloj y parece influido por la imagen de ellos mismos que quieren presentar al entrevistador y que cuando uno está leyendo tiende a perder la noción del tiempo, ya sea porque se imbuye en el texto o porque no le gusta y le parece que lleva un siglo leyendo. Esto lo confirmamos preguntándoles lo que leyeron la semana anterior y cuánto tiempo le dedicaron. El resultado fue de sólo 43 minutos, en vez de 75, lo que permite suponer que en realidad dedican a la lectura 57% del tiempo que ellos piensan.¹¹

Aún así, tomamos como válidos los datos de la tabla de frecuencia ya que permiten saber quién

¹¹ Magalí Amieva y Amelia Rivaud, "Comportamiento lector de los alumnos de diseño gráfico", tesis de Maestría en Edición, U. de G. Los datos estadísticos de este artículo pueden consultarse en la tesis.

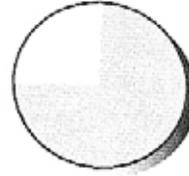
Tiempo diario de lectura
(medianas)

según cuadro
de frecuencias



75 min.

reporte de la
semana pasada



43 min.

lee más o menos y, sobre todo, qué tipo de materiales les interesan. Estos jóvenes afirman que leen en promedio 75 minutos al día, lo cual está por encima de la media de 54 minutos obtenida en el estudio de la Red Nacional de Bibliotecas entre personas que ya no están dentro del sistema de educación formal. Esta diferencia de tiempo se puede entender por la exigencia escolar de lectura y tal vez al egresar de la universidad nuestros estudiantes entren en esa media.

Como esperábamos, la gente que usa transporte público lee más que la mediana del grupo. En el ajetreo cotidiano, es un tiempo que se puede aprovechar para leer.

También sacamos un promedio de todos los materiales de lectura que tienen al alcance estos jóvenes y de los diferentes tiempos que dedican a cada uno de ellos. Aunque existen excepciones, resulta notable que la mayoría de los materiales se leen "rara vez" (26%) y que el

porcentaje de lectores es inversamente proporcional a la frecuencia de lectura. Analizando el tiempo promedio que dedican a cada una de sus sesiones de lectura, la mayoría son las que van de 1 a 15 minutos.

El material más leído entre todos los encuestados son los libros, pero hay una marcada diferencia: en primer lugar las mujeres prefirieron los libros de ficción; para los hombres, aunque los libros como soporte son lo más leído en términos generales (es decir, juntando todos los tipos de libros que se leen), lo que más leen son temas de información en periódicos y después





en libros. Este dato es muy interesante ya que podemos suponer que esas lecturas, tanto para los hombres como para las mujeres, son voluntarias y se mantendrán mientras su ritmo de vida se los permita, independientemente de la exigencia académica.

La totalidad de los alumnos encuestados afirma que le gusta leer libros. Los más mencionados fueron *En nombre de la rosa* y *Cien años de soledad*. En segundo lugar se encuentran las revistas. Se incluye en esta pregunta la opción de la computadora, ya que muchos jóvenes dicen obtener información por medio de internet, de programas interactivos o de multimedia. En el caso de los periódicos hay que aclarar que, en general, la gente más bien los ojea: va saltando de un encabezado a otro, puede leer la entrada de un artículo y, en caso de que le interese, leerlo completo. El periódico más citado fue *Reforma*, con ocho menciones, *La Jornada* con cinco y *Crónica* con tres. Los demás se mencionan una sola vez, como *Excelsior*, *El Sol*, *Últimas noticias* y los deportivos.

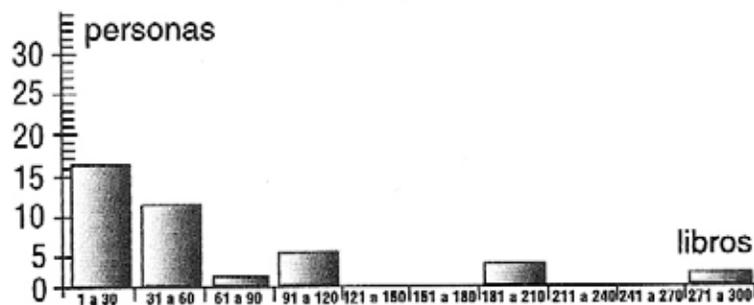
Todos afirmaron tener sus propios libros, y la mediana fue de 27 libros por persona, con un máximo de 300 y un mínimo de cinco, cantidad que no corresponde siquiera a los libros de texto que se acumulan en el transcurso de la primaria hasta la universidad.

Destaca el gasto mensual que hacen de materiales impresos, incluyendo fotocopias; siempre hubo alguien que no gastaba nada en ningún material y los máximos fueron de \$200 tanto para libros como para fotocopias; sobre todo si lo comparamos con el gasto en diversiones, cuyo máximo fue de \$1,600, y también hubo quien declaró que no gastaba nada. Más de la mitad de los alumnos ya ganan dinero, y al 35% lo mantiene su familia, 15% de ellos no contestaron y a 3% de ellas les da dinero su novio.

En general, la gente se queja del alto costo de los libros, sin embargo, no implican un gasto relevante si se comparan, sin un ánimo mojigato, con la cantidad que destinan estos estudiantes a divertirse. Si pensamos que se puede comprar un boleto para el cine desde \$25 y le agregamos las golosinas y el transporte, podemos decir que sí se puede conseguir un libro por 30 pesos. Si hablamos de diversiones nocturnas, una fiesta barata no baja de \$60. También hay que comparar las 800 librerías que existen en la ciudad con la oferta de cabarets y centros nocturnos, que asciende a 1,301 y a 13,043 cantinas y bares, más 5,761 cervecerías y 1,495 pulquerías.¹²

La relación de estos muchachos con los libros es curiosa: por un lado, casi la mitad de ellos considera la lectura como una de sus actividades favoritas en vacaciones y 24 alumnos (71%) se consideran lectores regulares, sin embargo la mediana de posesión de libros por persona es de 27 y gastan en libros una cuarta parte de lo que gastan en diversiones. Aunque leen 75 minutos al día o, en el peor de los casos 43, lo cual no es nada despreciable, el problema está en que aparentemente no les interesa tener sus propios libros, ya que su principal canal de obtención de

Libros propios



¹² Canirac, con datos de los Censos Económicos 1994. Tomado de *Mundo Ejecutivo*, núm. 200, diciembre de 1995.

el contacto con los libros como objetos

material de lectura es el préstamo, seguido por la fotocopia, y después las librerías y las bibliotecas, aunque su futuro objeto de trabajo sean los libros. Cabe preguntarse si los estudiantes, capa lectora de la población, no compran libros, ¿en qué industria editorial piensan trabajar?

En el caso de los jóvenes encuestados se observa que, así como el libro no es un objeto que forme parte de la vida cotidiana, tampoco la librería es un lugar con el que se esté familiarizado. Esta situación se extiende a muchas personas ya que el libro no se ha trasladado a los lugares que se frecuentan como lo han hecho otros productos. Además la relación con las librerías está más asociada con el deber de comprar los libros de texto durante la secundaria, en librerías de mostrador, donde el contacto es con un dependiente que quiere atender lo más rápido posible al siguiente de la fila.

No sorprende que a fines de siglo haya televisión en todos los hogares de nuestro grupo de estudio, ni tampoco que en casi la mitad de ellos (47%) haya computadoras y videojuegos, pero sí llaman la atención estos datos cuando los comparamos con su acervo personal de libros.

El uso constante de fotocopias obstaculiza el contacto con los libros como objetos, lo que implica no estar familiarizado con su volumen, textura de papel, la relación blanco negro, la unidad como un todo que dan las páginas impresas por los dos lados y encuadernadas, el almacenamiento vertical de los libros, y los lomos que ayudan a identificarlos y clasificarlos según los gustos y necesidades de cada quien.

Como estudio de caso, éste de comportamiento lector es representativo de lo que sucede con los jóvenes alumnos de diseño gráfico editorial a fines de la década de los noventa. Sin embargo, no se pueden generalizar los resultados, ya que se podría decir que es un estudio cualitativo, y los datos, en muchas ocasiones, se basan en la

percepción que los jóvenes tienen de su propio comportamiento lector, y la lectura es socialmente importante en el ámbito universitario. Seguramente algunas respuestas no son del todo objetivas ya que el encuestado se deja influir por la imagen ideal que tiene de sí mismo y por lo que desea transmitir a una persona que puede estar en posición de juzgarlo.

Muchas de las inferencias se hicieron a partir de la mediana de tiempo diario de lectura, influido por la carga de lecturas académicas en el momento en que se realizó la encuesta, asignadas a los alumnos por dos profesores.





lector: persona que lee todos

Finalmente, podemos decir que la educación y los requerimientos escolares uniforman la conducta lectora de los estudiantes. Sin embargo, si tienen algunos intereses de lectura propios, como ya se dijo, que esperamos conserven, aunque seguramente disminuirá su tiempo diario de lectura al desaparecer la exigencia escolar. Ojalá puedan inscribirse en las características de lector que comenta Felipe Garrido: persona que todos los días lee por voluntad propia y entiende lo que lee, además puede servir de la escritura para comunicarse.

Podemos decir que las influencias lectoras son multifactoriales y que la sociedad tendría que

proveer de todas las oportunidades posibles para que los niños, y más tarde los adultos, fueran lectores: lecturas en voz alta, buena literatura infantil, profusión de librerías con libros a precios accesibles, bibliotecas con buenos acervos y personal calificado en promoción de lectura.

Como se ve, la relación de los futuros diseñadores editoriales con los libros como objetos es pobre. El problema no es el repetido prejuicio de que la gente ahora "ya no lee", sino que el libro no es un objeto indispensable y útil en la vida cotidiana. No es algo que estén acostumbrados a ver y a manejar con naturalidad como una tele-



los días por voluntad propia

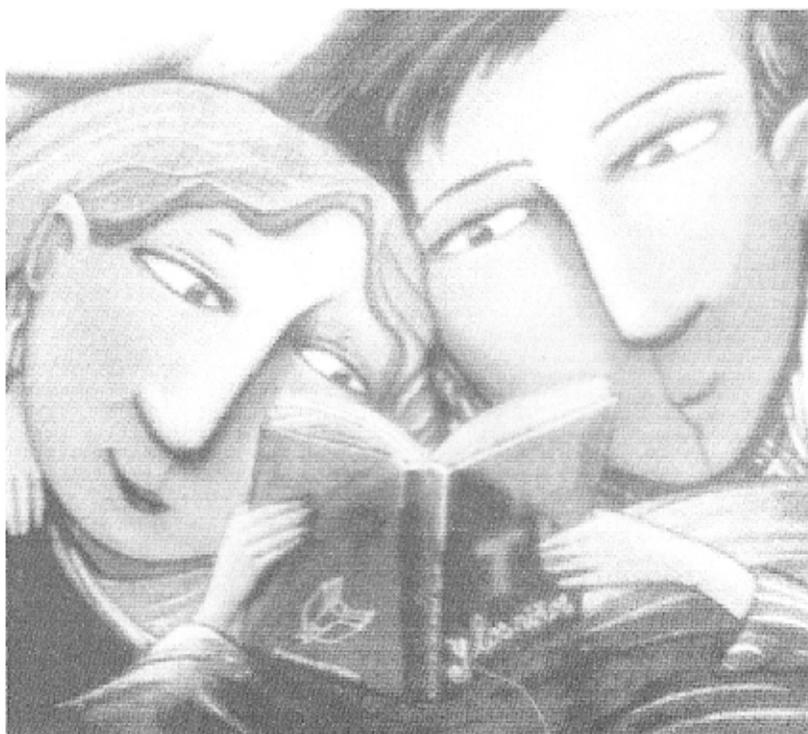
visión, una videocasetera o una computadora. No están familiarizados con los libros. Y, una vez más, para diseñar un objeto no sólo hace falta creatividad, sino ponerse en los zapatos del usuario.

Ante los resultados de esta investigación nos propusimos aprender más acerca de la lectura y cómo fomentarla. La mayoría de los autores y la gente en general piensa que la lectura es algo que sólo se puede inculcar cuando los niños son pequeños: proponen formas de enseñar a leer, recomiendan los títulos adecuados para cada edad lectora, inventan juegos para acercar a los niños a la lectura. Afortunadamente también hay quienes piensan que nunca es tarde para empezar a leer, como Felipe Garrido,¹³ para quien "La costumbre de leer no se aprende, se contagia. si queremos formar lectores hace falta que leamos con nuestros niños, con nuestros alumnos [...] Se aprende a leer leyendo". Yo recomiendo a los maestros, incluso a los universitarios, que tomen 10 minutos de su clase para leerles a sus alumnos algo que les guste: poesía, cuento, un trocito de una novela, una noticia del periódico, sin mayores análisis teóricos ni literarios, simplemente como personas. Así, los libros pasarán a formar parte de la vida cotidiana, de nuestra conversación, al igual que el cine, los deportes o el tráfico de nuestra ciudad. Además, como se vio, los profesores somos un referente de lectura muy importante para nuestros alumnos.

Por supuesto que no sólo deben leer los estudiantes de diseño editorial: la lectura permite afinar la capacidad de abstracción de los seres humanos; no es una actividad fácil ni pasiva, leemos con lo que somos: no puedo leer textos en

un idioma que no sé ni sobre temas especializados que no conozco en absoluto, primero necesito familiarizarme con las bases de la neurociencia, por ejemplo, y poco a poco iré progresando en ese conocimiento.

¿Por qué la sugerencia de leer literatura y no sobre temas de nuestra especialidad? Dejemos que Michèle Petit conteste: "Estoy convencida de que la lectura, y en particular la lectura de libros, puede ayudar a los jóvenes a ser un poco más sujetos de su propia vida, y no solamente objetos de discursos represivos o paternalistas. Y que puede constituir una especie de atajo que lleva de una intimidad un tanto rebelde a la ciudadanía".¹⁴ La literatura, sobre todo si es buena, nos abre la imaginación, nos muestra el ser humano, amplía nuestro vocabulario, y sobre todo nos permite perder el miedo a los libros. Somos lo que leemos.



¹³ Felipe Garrido. *El buen lector no nace, se hace*, Planeta, México, 1999, p. 38.

¹⁴ Michèle Petit, *Nuevos acercamientos a los jóvenes y la lectura*, fce, México, 1999, p. 18.