

- Julián Pindado  
Málaga

# El desencuentro entre los adolescentes y la lectura

## The misunderstanding between teenagers and reading

Este artículo examina la relación de los adolescentes con los medios escritos. Entre sus conclusiones cabe destacar que los bajos índices de lectura guardan una estrecha relación tanto con la importancia del ocio electrónico en la vida de los adolescentes actuales como con la modificación de sus hábitos lectores. Al mismo tiempo pone de relieve que los medios de comunicación constituyen un todo desde el punto de vista temático y que lo que les gusta en el ámbito audiovisual les atrae en el de lo impreso.

This article examines the relation between teenagers and printed media. The conclusions emphasize that the low indexes of reading are due to, on the one hand, the importance of electronic leisure in the today's teenagers life and, on the other hand, the modification of reading habits. They also emphasize that adolescents like the same topics both in audiovisual and printed media.

### DESCRIPTORES/KEY WORDS

Medios escritos, adolescentes, lectura, periódicos, revistas, libros.  
Printed media, teenagers, reading, newspaper, magazines, books.

### 1. Los hábitos lectores de los adolescentes

Los medios escritos se vieron afectados en su papel formativo y de ocio con la llegada de la televisión. La compleja relación entre una cultura centrada en la palabra y otra orientada hacia la imagen (McLuhan, 1972) alcanza con la incorporación de las nuevas tecnologías al entorno cotidiano una dimensión desconocida. Ese entorno electrónico que envuelve al adolescente actual supone otra vuelta de tuerca en la ya de por sí difícil convivencia entre lo impreso y lo mediático. El resquicio dejado al mundo de la palabra se acota cada vez más en medio de una extraordinaria oferta audiovisual y electrónica.

❖ Julián Pindado es profesor en Málaga e investigador sobre las relaciones de jóvenes y adolescentes con los medios de comunicación (jpindado@vodafone.es).

Y muchos adolescentes cuando se asoman a lo escrito por placer lo hacen en relación con los medios no escritos, especialmente cuando se trata de revistas, sean de televisión, música, videojuegos o de ordenadores. Desde este punto de vista, la palabra sigue contando pero está adquiriendo una dimensión nueva. Buena prueba de ello es el argot utilizado en los mensajes electrónicos y en los chats, caracterizado por una imaginativa sintaxis al margen de la gramática. En el caso de la lectura de libros, resulta sorprendente ver a chicos que afirman que no les gusta nada leer devorar páginas y páginas de algún manual relacionado con el mundo de la informática. Como bien decía Martín Serrano, «la juventud lee menos libros impresos, menos periódicos y revistas. Pero invierte cada vez más tiempo en otras lecturas» (2000: 14). Esas lecturas tienen relación directa con las nuevas tecnologías. «El universo de la lectura se ha transformado», sigue afirmando Martín Serrano. A este respecto, veamos el extracto de una conversación mantenida entre un profesor y un alumno de 15 años:

- Profesor: Vaya, veo que llevas un libro bastante gordo, ¿cuándo te vas a terminar el libro que tenías que leer para clase?

- Alumno: Profe, no me gusta el libro, es un rollo. Además, para qué le voy a engañar, ya sabe que lo de leer no va conmigo. Esto es diferente, estoy estudiando javascript para hacer una página web y tengo que leerme todo. A mi esto me gusta más, no me aburro como con esos libros que recomiendan los profesores.

El libro que afirmaba que no le gustaba y que era recomendación de los profesores no era tal, sino un relato que él mismo había oído decir a otros compañeros que estaba bien. Es decir, fue elegido por el mismo chico y pese a todo le costaba leerse. Es una muestra de las muchas que se pueden recoger observando las actividades diarias en un centro escolar. La queja de los profesores ante el declive de la lectura y el uso de la palabra escrita es continua y se halla desde hace unos años en una especie de caída libre que se refleja en los bajos niveles educativos actuales. Precisamente, en los estudios acerca de las relaciones entre la lectura y la televisión los primeros trabajos, los de Himmelweit, Vince y Oppenheim (1962) y de Schramm, Lyle y Parker (1965) mostraron una débil influencia de la misma, y lo hicieron en aspectos relacionados con la imagen, especialmente en la lectura de cómics. Sin embargo, posteriores estudios, entre los que se encuentran el de Neuman (1988), Beentjes y Van der Voort (1989) y Koolstra y Van der Voort (1996), establecieron un influencia más directa entre el consumo de

televisión y la lectura. A ello se debe añadir el placer derivado de estos nuevos medios, por lo que no es difícil deducir una incidencia más señalada y que futuros estudios en el campo habrán de examinar.

Una investigación con adolescentes malagueños sobre el consumo de medios<sup>1</sup> revela esa inquietante situación con respecto a la frecuencia de utilización de los medios escritos. Los datos mostrados en la tabla anterior señalan que leen con frecuencia periódicos en torno a una cuarta parte de adolescentes, siendo ligeramente superior en los chicos que en las chicas, el 26% frente al 22%. Aproximadamente la mitad lo hace en algunas ocasiones, con indicadores ligeramente superiores en las chicas. Y no leen nunca un periódico una cuarta parte de los chicos y un 13% de las chicas. En definitiva, la mitad de los adolescentes lee periódicos de modo ocasional y una cuarta parte lo hace con asiduidad. Las revistas tienen una mayor aceptación general, especialmente entre las chicas, dado que son más de la mitad las que afirman leerlas. Este porcentaje supera en un 20% a los lectores masculinos: las revistas devienen, pues, en un género con perfiles femeninos. Tan sólo un 6% de chicas afirma no leerlas nunca. En cuanto a los libros, lamentablemente, no gozan de gran predilección por parte del conjunto juvenil, aunque son también las chicas las mayores lectoras. Tan sólo un 16% afirma no leer nunca, frente al 32% de los chicos. Estos datos, si bien indican índices de lectura menores que en otros países europeos, son consistentes con la frecuencia atribuida a ambos géneros. Las chicas aparecen en todos los países como mayores lectoras de libros, al igual que sucede con las revistas (Beentjes, Koolstra, Marseille y van der Voort, 2001).

Acerca de la lectura de periódicos en España<sup>2</sup>, los datos del Estudio General de Medios correspondientes a 2002 señalaban que un 29% de adolescentes entre 14 y 19 años lee periódicos. En nuestro estudio el porcentaje se acerca bastante, aunque se halla ligeramente por debajo. Las revistas son leídas por un 70% de chicos y chicas de esta edad en España, sin especificar frecuencia. En nuestro caso, a falta de otros factores explicativos, y al igual que ocurriera en el caso de la prensa, se ha buscado conocer la frecuencia lectora, y este porcentaje señala que casi la mitad del colectivo juvenil es un lector asiduo de revistas y magazines. En cualquier caso, sumando los lectores frecuentes y ocasionales las cifras no se alejan de las referidas en el EGM. Por lo que respecta a los libros no se disponen de datos españoles en el segmento juvenil, por lo que hemos de deducirlos a partir de algunos estudios efectuados. Uno de ellos es el que realizó la

federación del gremio de editores de España en 2001 y en el que se pone de relieve un descenso generalizado en los indicadores de lectura, siendo, no obstante, el grupo de jóvenes entre 16 y 24 años los mayores lectores. En el mismo se señala que el 43% lee con frecuencia. Sin embargo, y al margen de que el intervalo de edad no es concomitante con el colectivo adolescente, no sabemos hasta qué punto debemos entender que este porcentaje de lectura se refiere al dato significativo de leer por placer y no por requerimiento de estudios. En nuestra investigación hemos precisado e insistido en este aspecto, en el de reflejar el interés por la lectura como ocio, como un placer.

Por niveles, los estudiantes de bachillerato aparecen como los mayores lectores de periódicos y libros. De ellos, los chicos leen más periódicos y las chicas más revistas y libros. El cuadro básico, como puede observarse, no varía, más allá de porcentajes concretos. Pero mientras que en lectura de revistas no hay apenas diferencia con respecto a sus compañeros de secundaria y formación profesional, en lectura de libros sí existe una diferencia significativa: cerca del 38% de chicas de bachillerato lee libros por placer frente al 26% de secundaria y poco más del 14% de las de ciclos formativos. El nivel educativo y cultural se convierte aquí en el factor diferencial. Al margen de secundaria, si comparamos los niveles de edad, las que prosiguen sus estudios con vistas a un futuro

orientado a la educación superior, las de bachillerato, se sienten más inclinadas hacia los libros que las que se orientan a la formación técnica y laboral. A falta de otros datos que apunten a factores socioeconómicos podemos concluir que el nivel educativo y cultural interviene decisivamente en los indicadores de lectura.

## 2. Medios y temas preferidos

Pese a los bajos indicadores en el consumo de medios escritos nos parecía interesante conocer por cuáles de ellos se interesan los adolescentes. En lo que respecta a los diarios no hay apenas diferencias por nivel educativo, de ahí que se haya optado por una clasificación con criterios de género (véase tabla 2). En general, los diarios locales y deportivos son los más leídos. De este modo, «Sur» es el primer diario por número de lectores en el colectivo juvenil malagueño en todos los niveles, tanto para chicos como para chicas. En segundo lugar, para los estudiantes de secundaria y ciclos formativos, aparece el deportivo «Marca», el periódico de mayor tirada a nivel nacional entre todos los diarios, tanto deportivos como no deportivos (véase el Estudio General de Medios, marco 2002), y a continuación «La Opinión», otro destacado diario de Málaga<sup>3</sup>. Entre los estudiantes de bachillerato, «El País» es el segundo en porcentaje de lectores, por encima de «Marca» y «La Opinión». Y tras ellos, se encuentran otro importante diario deportivo, «As», y dos

Porcentaje de consumo de medios escritos por niveles y género

	Con frecuencia		A veces		Nunca	
	Masc.	Fem.	Masc.	Fem.	Masc.	Fem.
<b>Global</b>						
Periódicos	26,8%	22,2%	47,7%	56,6%	25,5%	13,6%
Revistas	37,60	56,50	52,40	37,80	10,20	06,50
Libros	21,20	26,00	45,50	55,40	32,80	16,80
<b>Secundaria</b>						
Periódicos	20,8%	20,0%	54,6%	52,8%	24,6%	23%
Revistas	43,9	57,00	45,60	34,30	11,30	08,80
Libros	23,2	26	42,30	45,70	36,00	25,70
<b>Bachillerato</b>						
Periódicos	35,3%	27,6%	48,0%	55,0%	16,7%	17,3%
Revistas	39,20	58,00	44,00	32,20	16,70	10,80
Libros	25,50	37,90	53,90	44,80	22,50	13,80
<b>F. Profesional</b>						
Periódicos	24,3%	19,0%	40,5%	62,0%	35,1%	18,6%
Revistas	29,70	54,40	67,60	47,00	02,70	0
Libros	21,30	14,30	34,40	69,70	39,80	17,00

periódicos de tirada nacional, «El Mundo» y «ABC». La diferencia en cuanto a porcentajes de lectura se encuentra en el género. Las chicas no leen prensa deportiva, de ahí que en las tres primeras posiciones no aparezca ningún diario de este tipo, ocupando la tercera posición en sus preferencias, tras «Sur» y «La Opinión», «El País», como diario de información nacional. Lo que confirma que el ocio masculino se halla fundamentalmente relacionado con el deporte, verdadero elemento discriminador de género en la adolescencia.

El panorama que ofrecen las revistas sigue patrones dibujados en parte por la lectura de diarios. Los chicos se vinculan con revistas de motor y de ocio electrónico; las chicas, con la información rosa y revistas de música y moda. Dado el número de títulos que ambos géneros referían en la encuesta tuvimos que

sada en el portal del mismo nombre. Tras años en la Red decidió adentrarse en el mundo impreso, un camino inverso al recorrido por otras empresas pero que no será el último. «Moto GP», es una revista de motos publicada únicamente en Internet por «Eurosport.es» y que es de las más visitadas por los adolescentes. En lo que respecta a las publicaciones sobre informática demuestran el interés que los chavales adolescentes sienten ante los ordenadores. Prueba de ello es el amplio catálogo de revistas que afirman leer en la medida de sus posibilidades económicas. Se trata de títulos como «PC Actual», «PC Manía», «Computer hoy» o «PC World», entre otros. En muchos casos son leídos a través de Internet y en otros comparten la compra con algunos de sus amigos.

Las chicas adolescentes se decantan fundamentalmente por las revistas del corazón, seguidas por las de música y temas relativos a la moda y problemática juvenil. Ninguna de las preferencias de los chicos aparece entre las indicaciones de ellas, lo que resulta significativo: dos mundos que a esta edad empiezan a circular por caminos diferentes. Los medios audiovisuales y escritos componen un todo desde el punto de vista temático. Las chicas ven las revistas del corazón en la televisión, bajo el epígrafe de programas rosa, y las leen en publicaciones impresas. Lo mismo sucede con la música o la moda.

Los chicos, por el contrario, ven deporte en la televisión y lo leen en los medios impresos; tienen en el ocio electrónico su mayor entretenimiento y leen sobre él. Dos géneros juveniles cuyas prácticas en el consumo de medios son antagónicas, lo que apunta a socializaciones diferentes.

De las revistas del corazón, la más referenciada es «Vale», una publicación de precio asequible a los bolsillos de las adolescentes. Le siguen títulos tan conocidos como «Hola», «Qué me dices» (QMD), «Lecturas», «Pronto» y «Diez minutos». La prensa rosa al completo. En música, dos revistas son las favoritas para las chicas adolescentes, «Super pop», la más citada, y «OT» («Operación Triunfo»). Esta última surgida al calor del popular programa televisivo. De moda y problemática juvenil son revistas como «Ragazza» y «You». Muchas chicas afirman leer estas publicaciones e incluso comprarlas.

**Resulta evidente que la lectura como un acto placentero se ha convertido en una práctica minoritaria. Y no sólo entre los adolescentes sino entre los adultos. La extensísima oferta de ocio electrónico existente por doquier, hasta el punto de que muchos chicos viven en una auténtica caverna electrónica.**

organizarlos atendiendo a criterios temáticos. Así, para los chicos, las revistas sobre videojuegos incluyen una amplia variedad de títulos: «Hobby consolas», «Playmanía», «Computer juegos», «Top games» y otras. La más citada es la primera, «Hobby Consolas». Sin duda esta publicación puede considerarse un referente en el mundo de los videojuegos para muchos chicos. Las revistas del motor incluyen una extensa gama de publicaciones sobre coches y motos, además de alguna sobre ciclismo. Entre la extensa lista de nombres destacan «Maxi Tuning», citada por un amplio número de chavales, «Gran Turismo», «Moto GP» «Sólo moto», «Coches.net» y «Motociclismo». En general, todas son revistas reconocidas, pero hay en la lista una novedad que nos parece digna de mención: dos de ellas se publican en Internet o tienen allí su origen. «Coches.net», como indica su nombre, es una publicación ba-

### Lecturas preferidas por género

	Chicos	Chicas
<b>Periódicos</b>	Sur Marca La opinión	Sur La opinión El país
<b>Revistas</b>	De videojuegos De motor De informática	Revistas del corazón De música De moda y jóvenes
<b>Libros</b>	Acción, aventura Intriga, miedo Ciencia-ficción	Intriga, miedo Románticas Realistas

En su opinión, no se trata únicamente de moda sino que trata de «problemas que interesan a los jóvenes» (chica, 17 años). El precio de muchas de las revistas hace que en algunos casos sean adquiridas entre varios adolescentes y se las pasen entre sí. En cierta ocasión indagamos este aspecto, al calor de algunos comentarios aludiendo a esta cuestión, sobre todo las referidas a temas informáticos. Y la respuesta fue confirmada por varios de ellos. También es bastante frecuente que sean consultadas a través de Internet. Las pesquisas cualitativas nos permiten afirmar que entre los sitios más visitados en la Red por los adolescentes se encuentran este tipo de publicaciones. Del mismo modo que las chicas son frecuentes visitantes de sitios de música y moda. Un ejemplo de ello es la web de la televisiva «Operación Triunfo», una de las más vistas por ellas.

¿Qué lecturas prefieren los jóvenes? La lectura de libros está en crisis, pero hay bastantes adolescentes que los leen. Las chicas lo hacen con mayor frecuencia que ellos. Observando un centro escolar puede verse que ellas son lectoras más constantes. Es *vox populi* entre los profesores que la lectura la acogen mejor las alumnas que los alumnos. A ellos hay que ofrecerles temas de su agrado, generalmente acción y aventura. Ocasionalmente hemos comprobado que hay chicos que se enganchan a la lectura a partir de algún título cuya historia les ha interesado, descubriéndoles el placer de ella<sup>4</sup>. Otras veces se han interesado por la historia escrita a raíz de una película. Es el caso de «El señor de los anillos». Por temas, a los chicos les gustan la acción y la aventura, seguido de temas de intriga y suspense, un ingrediente siempre interesante tanto para la literatura juvenil como para el cine. Y tras ellos, la ciencia-ficción. Estos temas sí se hallan envueltos en una atmósfera medieval, sórdida y con alguna aventura iniciática, pueden poseer el atractivo

necesario a los ojos de los chicos en una edad en que la lectura ha dejado paso a otros entretenimientos relacionados con el ocio electrónico.

Lo relativo al suspense, la intriga, el miedo, constituye un área temática de gran preferencia tanto para chicos como para chicas. En general, lo que les gusta en el ámbito de lo audiovisual es igualmente válido en lo escrito. Aquellas historias rodeadas de cierto suspense, incluso terror, llegan con facilidad a los adolescentes independientemente de su género y edad. Hay coincidencia, pues, en un área temática, pero a partir de ahí las diferencias entre ambos géneros son claras. Las chicas prefieren lecturas románticas en las que las relaciones personales son los ingredientes fundamentales. Y después historias realistas, argumentos que les cuenten «cosas de la vida», como dicen ellas.

### 3. A modo de conclusiones

Los resultados obtenidos presentan unos rasgos que se pueden resumir del siguiente modo:

- Los chicos leen más periódicos y las chicas más revistas. Y también ellas son más lectoras de libros. Incluso el porcentaje de chicas que afirman no leer nunca es la mitad (16%) que el de los chicos (32%). Por niveles, mientras que en revistas no hay diferencia entre chicas lectoras, sí la hay en lectura de libros, donde las de bachillerato presentan porcentajes bastantes más altos que los otros dos niveles, siendo mayor que las de secundaria y triplicando a las de ciclos. Lo que apunta al nivel cultural como factor discriminante en la lectura adolescente de género femenino. Curiosamente los chicos de bachillerato no arrojan diferencias tan significativas, pues están casi igualados. Si hubiera que recoger estas notas en un titular, éste podría ser que el perfil del lector adolescente es el de una chica que estudia bachillerato.

- En lo que respecta a los temas y contenidos, los chicos son grandes consumidores de publicaciones de deporte y ocio electrónico y las chicas de relaciones personales (moda, imagen, música, cotilleos) y temas románticos. Una constante en los gustos adolescentes es que existe una continuidad temática entre lo escrito y la audiovisual en sus preferencias. Lo que les gusta en la pantalla les atrae en lo impreso (Pindado, 2003). De este modo, a ambos géneros les atraen los contenidos de terror y suspense, pero a los chicos aderezado con acción y aventura y a las chicas con temas personales y románticos.

• A estas alturas resulta evidente que la lectura como un acto placentero se ha convertido en una práctica minoritaria. Y no sólo entre los adolescentes sino entre los adultos. La extensísima oferta de ocio electrónico existente por doquier, hasta el punto de que muchos chicos viven en una auténtica caverna electrónica, hace difícil hacerle sitio a ese viejo hábito relacionado con la lectura. Y cuando se halla un momento para ella, se relaciona precisamente con los medios audiovisuales y electrónicos, como les ocurre a muchos chicos. Mientras que en la época de Madame Bovary, la literatura alimentaba los sueños de los jóvenes burgueses del siglo XIX, hoy esa función la cumplen los medios de comunicación.

#### Notas

<sup>1</sup> Los datos referidos en este artículo forman parte de la investigación efectuada para mi tesis doctoral sobre medios de comunicación y adolescentes (Pindado, 2003).

<sup>2</sup> El trabajo que Garitaonandia y Oleaga (1999) realizaron como parte de la contribución española al proyecto «Children, young people and the changing media environment» no incluía datos acerca de medios escritos, como ocurría con las aportaciones de otros países, por lo que no se disponen de aproximaciones al respecto.

<sup>3</sup> En el momento de realizar esta investigación aún no había aparecido «El Correo de Málaga».

<sup>4</sup> Uno de esos títulos es un pequeño libro de aventuras e iniciación a la vida: «El caballero de la armadura oxidada» (Ed. Obelisco).

#### Referencias

- AIMC-EGM (2003): *Marco general de medios en España*. Madrid, AIMC. ([www.aimc.es](http://www.aimc.es)).
- BEENTJES, J. y VAN D. VOORT, T. (1989): «Television and young people's reading behavior: A review of research», en *European Journal of Communication* 4; 51-77.
- BEENTJES, J.W. KOOLSTRA, M, MARSEILLE, N. y VAN DER VOORT (2001): «Children's use of different media: for how long and why?», en LIVINGSTONE, S. y BOVILL, M.: *Children and their changing media environment*. Londres, Lawrence Erlbaum.
- HIMMELWEIT, H.; VINCE, P. y OPPENHEIM, A. (1962): *La televisión y el niño*. Buenos Aires, Fariña.
- MARTÍN SERRANO, M. y VELARDE, O. (2000): *Informe de juventud en España*. Madrid, Instituto de la Juventud.
- PINDADO, J. (2003): *El papel de los medios de comunicación en la socialización de los adolescentes de Málaga*. Tesis doctoral, Universidad de Málaga.
- NEUMAN, S.B. (1988): «The displacement effect: Assessing the relation between television viewing and reading performance», en *Reading Research Quarterly*, 23 (4); 414-440
- SCHRAMM, L. y PARKER (1965): *Televisión para los niños*. Barcelona, Hispano-Europea.