



UNIVERSIDAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SOCIALES

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACION

**V Jornada de Investigación en Ciencias Sociales**  
**Carrera de Sociología, 26 octubre de 2011**

- Presentación del Proyecto de Investigación: El consumo de libros en el posindustrialismo. Un análisis respecto de las tendencias de lectura en los sectores medios de Buenos Aires.

Alejandra Ravettino  
[aravettino@gmail.com](mailto:aravettino@gmail.com)

**RESUMEN**

A diferencia de otros países latinoamericanos, el consumo de libros en Argentina históricamente fue un consumo de clase media y media baja y de ciertos sectores de trabajadores sindicalizados. En la actualidad, ¿cuál es el vínculo que las clases medias urbanas asumen con el libro y la lectura en un contexto de transformación del quehacer editorial? Existe suficiente material empírico en anuarios, boletines e informes que describen la actividad productiva editorial. Sin embargo, no existe literatura específica que indague en profundidad las motivaciones y el comportamiento del lector, los hábitos y usos del tiempo libre y las nuevas prácticas lectoras.

En síntesis, es escaso lo que conocemos respecto de los cambios en los comportamientos de los sujetos sociales en relación al consumo de libros en formato tradicional y digital. Por ejemplo, ¿cuál es el impacto de las modificaciones tecnológicas que atraviesa este campo en el capitalismo posindustrial? El campo editorial se sostiene en un universo de imaginarios existentes en nuestra sociedad, en relación a la cuestión cultural en general. La escasez de reflexión sistemática desde las ciencias sociales como de las instancias públicas revela una serie de obstáculos sobre los cuales pretendemos desarrollar esta investigación.

## CONTEXTO e INTERROGANTES

- Reconfiguración del quehacer editorial nacional a partir de un nuevo patrón de acumulación y dinámica productiva a nivel mundial.

En las últimas décadas las grandes editoriales despidieron a los clásicos “buscadores de talentos” y los reemplazaron con profesionales del marketing. De modo similar a la industria de la música años antes, la *industria editorial* comulga con un nuevo perfil de consumidor. Políticas claves del marketing como investigación y desarrollo (I&D) han tomado preeminencia así como proliferado las grandes cadenas de librerías y cobrado relevancia el diseño de tapa y las nuevas formas de promoción como las giras de los autores.

Los grandes sellos que resultan de las fusiones no sólo han cambiado radicalmente el oficio de la edición sino el carácter mismo del libro, pues son los responsables financieros y comerciales quienes deciden qué publicar y cuándo. A partir de lo hasta aquí expuesto, cabe preguntarse *¿cómo influye la concentración editorial y las nuevas reglas de mercado en la producción y difusión de las obras, y cómo altera a las tradicionales categorías literarias?*

- Desinterés en la lectura contrasta con indicadores que marcan la recuperación de la industria editorial nacional.

Un trabajo publicado por el Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA) y realizado en conjunto con la Cámara Argentina del Libro (CAL), indica que durante los tres primeros trimestres de 2010, los sellos editoriales argentinos pertenecientes al Núcleo de Editoriales

Comerciales (NEC) publicaron cerca del 42% de los títulos inscriptos en el ISBN. En total se registraron 2686 títulos y se produjeron poco más de 8 millones de ejemplares, por lo que la tirada promedio por publicación fue cercana a las 3000 unidades.

Por otra parte, la última encuesta realizada sobre consumo de libros indica que lee libros el 82% de la clase alta, el 39% de la clase media baja y el 28% de la clase baja<sup>1</sup>. Creemos que la disminución en la lectura de libros expresa una cuestión socioeconómica al manifestarse fundamentalmente de la clase media hacia abajo. A diferencia de otros países latinoamericanos, el consumo de libros en Argentina históricamente fue un consumo de clase media y media baja y de ciertos sectores de trabajadores sindicalizados. A partir de lo dicho, *¿cuál es el vínculo que las clases medias urbanas asumen con el libro y la lectura en un contexto de transformación del quehacer editorial?*

De acuerdo con la encuesta, los jóvenes de entre 18 y 24 años son los que menos interés tienen por leer. Para ellos es la actividad que ocupa el séptimo lugar entre sus preferencias, y tiene el quinto lugar en los jóvenes de entre 25 y 34 años, que supera a ir a bailar y usar Internet. Entonces, *¿de qué modo los jóvenes se apropian de los espacios, propuestas y ofertas culturales que involucran, además del aspecto económico, las relaciones y prácticas sociales?, y ¿qué lugar le conceden a la lectura en las instancias de ocio?*

Paradójicamente, la caída en la lectura de libros contrasta con los indicadores que marcan la recuperación de la industria editorial. En la última Feria del Libro, que tuvo cerca de 1250000 visitantes, el volumen de ventas superó entre un 20% y un 50% las marcas del año anterior. Es evidente, que la creciente concurrencia a la Feria y la

---

<sup>1</sup> Encuesta de TNS Gallup para La Nación, 2007.

recuperación de la actividad editorial no se corresponden con un interés masivo por la lectura. Nos preguntamos, *¿cómo se relacionan los sectores medios con las políticas públicas que suponen ciertos circuitos de oferta de libros en Buenos Aires?*

- Avances tecnológicos y nuevas fuentes de acceso a productos culturales que generan nuevos hábitos y patrones de consumo cultural.

En otro orden de cosas, de acuerdo con datos aportados por la CAL, progresivamente el mercado de los e-books gana participación encontrando un nicho en sectores jurídicos y técnicos en Argentina. Aunque estos dispositivos sólo representan el 10%, en lo que va de 2011 existen 1500 títulos disponibles en este formato en el país.

Resulta evidente el impacto que las TICs tienen en la industria editorial, no sólo estableciendo nuevas fuentes de acceso a todo un abanico de productos, sino generando nuevos hábitos de consumo, con necesidades y expectativas inéditas y específicas. Sostenemos que lo digital diversifica los hábitos de consumo cultural en general y de compra de libros en particular resignificando el hábito de la lectura. Por ello, *¿cuál es la relación que los lectores establecen con los libros a partir de la presencia de Internet y qué implicancias tiene la informatización del entretenimiento y digitalización de libros en los hábitos de lectura?*

## **PERSPECTIVA DE ANÁLISIS**

- 1) En el posindustrialismo emerge un nuevo patrón de acumulación. Presenciamos una nueva dinámica productiva

propia del régimen de acumulación flexible donde se establece un consumo crecientemente especializado que conlleva formas de producción más flexibles; se producen series más pequeñas de un bien ampliándose la gama de productos en oferta. Para que esto sea posible, es fundamental innovar más rápido dando lugar a un proceso de carácter diseño-intensivo. La idea de flexibilidad implica una lógica saber-intensiva de investigación y desarrollo (I&D) que excede el trabajo material e incluye un importante componente estético.

- 2) El campo editorial se sostiene en un universo de imaginarios existentes en la sociedad, en relación a la cuestión cultural en general.
- 3) Consideramos que las instancias institucionales que organizan, la producción, circulación, distribución de la cultura inciden en las formas de consumo y en la constitución de los públicos. Como sugiere Stuart Hall, las formas de consumo, están promovidas por la producción cultural y desde esta perspectiva consideramos que el consumo cultural no es un acto libre en su totalidad, está producido en determinadas condiciones estructurales, históricas, sociales económicas y políticas. Es una acción social, producida por actores sociales y su orientación, si adoptamos la definición weberiana, está sujeta a valores.
- 4) Los cambios en los tipos de públicos y en las lecturas se vinculan con factores económicos así como con las segmentaciones provocadas por los avances tecnológicos que

modifican el empleo del tiempo libre de los sectores medios urbanos.

- 5) En este sentido, el acceso creciente a las TICs produce nuevos usos y apropiaciones de la cultura que llevan a nuevas formas de producción y consumo editorial. El desarrollo y las infinitas posibilidades que propicia Internet como espacio de experimentación alientan la creatividad y autogestión así como circuitos de difusión alternativos. Junto con las nuevas estrategias de creación y comercialización convive un nuevo perfil de lector, en ocasiones normalizado en nichos de mercado, cuyos consumos y prácticas culturales se basan del mismo modo en la reflexión estética; es decir elecciones basadas en el gusto y por estilo de vida (Featherstone, 2000).

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

Describir las pautas de consumo cultural de libros y las tendencias de lectura en los sectores medios de Buenos Aires en el posindustrialismo.

### **ESPECÍFICOS**

1. Explorar las imágenes, creencias y valores asociados al consumo de libros presentes en el discurso del lector.
2. Describir hábitos y patrones de consumo de bienes y servicios simbólicos ligados a la compra de libros.

3. Identificar la existencia de nichos de mercado en función de patrones de consumo de libros específicos.
4. Caracterizar el nuevo perfil de lector siglo XXI.

## **METODOLOGÍA**

### **CONVOCATORIA ALUMNOS UCES**

- a) Para el relevamiento de datos cualitativos serán convocados los alumnos que cursen la materia Metodología de la Investigación Social de la Cátedra Iglesias de las carreras Contador, Administración de Empresas y Recursos Humanos de UCES. Creemos que participar en dicha técnica les permitirá experimentar prácticas metodológicas específicas cuyos conocimientos les son impartidos durante la cursada.
- b) Para la fase cuantitativa serán convocados los alumnos de la carrera Sociología de UCES. Cuentan con el perfil profesional adecuado para abordar la segunda etapa del trabajo de campo, cuyas técnicas se centran en las nociones estadísticas que el Plan de Estudios de la Carrera contempla. En sentido doble, consideramos que su aporte será enriquecedor para el proyecto así como para su propia práctica profesional. Por su parte, la Dirección de la Carrera decidirá si la participación de los estudiantes amerita la acreditación de horas de investigación necesarias para graduarse.

En esta fase utilizaremos el software estadístico SPSS en dos instancias. La primera contempla las nociones adquiridas en Estadística I. En el marco del análisis y registro de la relación entre las variables de estudio, las tareas a asignar:

- Armado de una matriz de datos.
- Carga de los datos que provengan de los cuestionarios.
- Elaboración de un plan de cruces de variables.
- Procesamiento de tablas de contingencia.

Para la segunda instancia serán convocados aquellos alumnos que estén cursando la materia Estadística II puesto que el proyecto requiere de las *Técnicas de Análisis Multivariable* cuyas tareas serán:

- Elaboración de un plan de Análisis Factorial.
- Elaboración de un plan de Análisis de Conglomerados.

## **CRONOGRAMA**

1. Diseño del Proyecto: Relevamiento de antecedentes conceptuales. Definición del problema y objetivos. Selección de la metodología de investigación. Relevamiento de datos secundarios.
2. Pre-Campo: Definición de la población, muestra y criterios de recolección. Establecimiento de los primeros contactos. Diseño de los instrumentos de recolección.
3. Campo: Aplicación de las técnicas de investigación. Recolección de datos registrados. Revisión documental.