

Buenaval

Universidad Iberoamericana Torreón

Revista de Investigación Social

Número 13, Primavera 2013



IBERO
TORREÓN®



Héctor Acuña Nogueira, SJ
Rector

Zaide Patricia Seáñez Martínez
Directora General Académica

Andrés Rosales Valdés
Director General Educativo

Julieta Ávila de la Torre
Directora de Relaciones Institucionales

Julio César Félix
Editor

Yoloxochitl Carranza Magaña
Diseño gráfico

Comité Editorial

Ignacio Román Morales
ITESO

Sergio Antonio Corona Páez
Universidad Iberoamericana Torreón

Portada:

INGRES, Jean August Dominique. El baño turco. 1862. Óleo sobre lienzo. Musée de Louvre. París, Francia.

Publicación semestral de la Universidad Iberoamericana en Torreón. Indexada en LATINDEX. Buenaval busca principalmente divulgar trabajos inéditos, producto de la investigación que aporten conocimiento de las diversas problemáticas sociales que componen el tejido regional y local, así como aquellos que ofrezcan nuevos y pertinentes enfoques teórico-metodológicos de las dinámicas regionales y locales. La elección de los textos a publicarse se hace mediante arbitraje. Las normas de publicación se encuentran en la página <http://www.iberotorreon.edu.mx/buenaval>. Buenaval pretende ser una revista que se constituya en punto de encuentro, debate y reflexión que permita ofrecer posiciones teóricas y metodológicas diversas sobre las dinámicas regionales y locales. El nombre Buenaval ha sido elegido por: Su pertinencia histórica regional al tratarse del nombre original del río Aguanaval, uno de los dos ríos que han fertilizado por siglos los campos laguneros. La resignificación que adquiere como nombre de una publicación académica (Buen Aval) y su eufonía. Su grafía evoca las aguas nuevas, los cambios, la renovación y la calidad. Su carácter acuático, fresco de afluentes vitales para la Comarca Lagunera de Coahuila y Durango. D.R. C 2011, Formación Universitaria y Humanista de La Laguna, AC. Universidad Iberoamericana Torreón. ISSN: 1870-6908 Buenaval, número 13, revista semestral de la Universidad Iberoamericana Torreón. Cualquier información sobre contenido, colaboraciones y distribución, enviar correo electrónico a buenaval@iberotorreon.edu.mx, o correo postal a revista Buenaval, calzada Iberoamericana 2255, C.P. 27020, Torreón, Coahuila, México. Teléfono (871) 70511010 ext. 1135. Reserva de título: 04-2006-071710054400-102 ISSN: 1870-6908

Queda prohibida la reproducción parcial o total de los artículos contenidos en esta revista. Las opiniones vertidas en los artículos de esta revista no representan en ningún modo la postura institucional de la Universidad. Son juicios de la estricta responsabilidad de los autores.

Buenaval
Número 13, Otoño-Invierno 2012

Llegamos a la entrega número 13 de la revista de investigación social *BuenaVal* y con ello continuamos, como desde el primer número, difundiendo investigaciones originales de alta pertinencia social, fomentando la investigación que se realiza en la Universidad Iberoamericana Torreón; lo que se estudia en torno a las dinámicas regionales, principalmente de los estados de Coahuila y Durango; difundiendo artículos que ofrezcan nuevas perspectivas para la comprensión de los procesos locales y regionales.

Presentamos tres trabajos originales de investigación: un estudio de Francisco Javier Flores García sobre la comida, elemento de nuestra subsistencia diaria, y que ha sido utilizada por las civilizaciones actuales como un elemento de identificación que nos permite sumarnos o desarticularnos de los grupos sociales que nos rodean; visto a través de la Publicidad, quien ha sabido manejar a través del tiempo la necesidad básica del hombre desde esquemas que nos hablan de la Identidad del ser humano, sus percepciones y creencias.

También contamos con un interesante trabajo de Irma Trinidad García sobre las ideas en el uso del agua y la limpieza a través del tiempo: del siglo XIII al XIX. Un recorrido a través de la historia de la higiene, ilustrado con pinturas relativas al tema que reflejan esos particulares aspectos de la vida.

Leonor Domínguez Valdés nos entrega un ameno estudio sobre los procesos de empobrecimiento que ha sufrido la clase media en México; cuáles han sido algunos de los principales síntomas que revelan el estado de deterioro de la clase media y cómo es que esto se ha visto reflejado en el estilo de vida de esta capa de la sociedad nacional.

Contamos también en este número con el reporte de investigación "Hábitos de lectura en alumnos y maestros universitarios" realizado por los alumnos de la materia Taller de investigación cuantitativa, de la licenciatura en Comunicación; publicamos el reporte de estadísticas "Consumo de drogas legales en estudiantes de licenciatura en la Universidad Iberoamericana Torreón", escrito por alumnos de la materia Diseño de la investigación, de la licenciatura en Psicología.

Los dejamos, pues, con el número 13 de BuenaVal, disfrútenlo.

Julio César Félix
Editor

INVESTIGACIÓN

7 *La comida como elemento identitario al comparar dos videos publicitarios de aerolíneas comerciales, con 30 años de diferencia: "comerciales con sazón"*
Francisco Javier Flores García

25 *Una aproximación a los cambios en las ideas sobre el uso del agua y la limpieza, siglos XIII a XIX*
Irma Trinidad García

39 *El proceso de empobrecimiento de la clase media en México*
Leonor Domínguez Valdés

REPORTE DE INVESTIGACIÓN

58 *Hábitos de lectura en alumnos y maestros universitarios*
Gustavo Valdés Castillo, Daniela Contreras Díaz, Ana Laura Quintero Cárdenas, Maria Virginia Zepeda Lozano, Jorge Carlos Badallo Rivas, et al.
Alumnos de la materia Taller de investigación cuantitativa, de la licenciatura en Comunicación.

REPORTE DE ESTADÍSTICAS

124 *Consumo de drogas legales en estudiantes de licenciatura en la Universidad Iberoamericana Torreón*
Fátima Alejandra Acuña Berrueto, Sofía Alonso Aguirre, Alejandra Arce Portal, Milagros Castillo Rangel, Magdalena Díaz de León Galindo, Alejandra Fernández Bitar, et al.
Alumnos de la materia Diseño de la investigación, de la licenciatura en Psicología.

147 AUTORES

148 MEMBRETES BIBLIOGRÁFICOS

La comida como elemento identitario en la comparación de dos videos publicitarios de aerolíneas comerciales, con 30 años de diferencia: “comerciales con sazón”

Francisco Javier Flores García



Resumen

La comida como parte de nuestra subsistencia diaria, ha sido utilizada por los civilizaciones actuales, como un elemento de identificación, que nos permite sumarnos o nos desarticular de los grupos sociales que nos rodean. La publicidad es una de las áreas del conocimiento, que han sabido manejar la necesidad básica del hombre, desde esquemas que nos hablan de la “identidad” del ser humano, sus percepciones y creencias.

El ejemplo mostrado, al comparar dos cuñas publicitarias en video con diferencia de treinta años de su producción, nos permiten observar las distas y similitudes de la identidad de públicos alejados por el tiempo, pero parecidos y relacionados por el conocimiento el manejo de estrategias publicitarias de su momento.

Palabras clave: Comida, identidad, identitario, publicidad, video, modernidad.

Abtsract

Food as a part of our daily survival has been used by current civilizations, as an element of identification that allows us to join or to break apart from the social groups that surround us. Advertising is one of the areas of knowledge, that have known to manage man’s basic need, from sketches that talk us about the “identity” of the human being, its perceptions and beliefs.

The example shown comparing two video spots with a difference of thirty years in their production, allows us to observe the similarities and differences from the identity of the public grown apart by time, but similar and related by knowledge in the handling of advertising strategies from their moment.

Key words: Food, identity, advertising, video, modernity.

Introducción

Suele ser interesante para cierto tipo de profesionales dedicados a la publicidad, la comparación entre comerciales y propaganda de cualquier tipo, —fotografía, video, audio, texto escrito, por mencionar algunos— máxime si este tipo de materiales se realizaron con décadas de distancia. Esto permite hacer un parangón más ácido y mordaz, presuponiendo que en “*el pasado*” habría una mayor desventaja publicitaria y falta de herramientas conceptuales en áreas como la comunicación, los estudios de mercado y diferentes saberes que han ayudado a conformar la publicidad como hoy la conocemos: arriesgada, directa y multifuncional; que convive con diferentes disciplinas en la búsqueda de resultados y respuestas a las preguntas que generan los tiempos modernos.

Sin embargo, nos acercaremos desde otra perspectiva, buscando un rasgo común identitario como lo es *la comida*, observada en dos spot video publicitarios.

Los anuncios pertenecen a dos líneas aéreas que a la fecha ya no operan comercialmente; una se encuentra cesada, *Ecuatoriana de Aviación* en quiebra desde 2004, y otra en paro técnico, *Mexicana de Aviación*, sin solución rápida actualmente.

Los spots publicitarios ofrecían —en su momento— vuelos con atención y servicio aéreo de calidad. Ahora este material, se encuentra sólo por internet¹.

Ambos videos tienen una diferencia de producción de poco más de treinta años, pues la empresa de Ecuador lo grabó a mediados de los setenta (Tomaremos el año de 1975 como referencia). Y el spot de *Mexicana* se grabó a mediados de la primera década de dos mil —entre 2007 y 2008—. Referiremos pues una separación de treinta años entre un comercial y el otro.

Estos anuncios nos permiten la comparación entre estilos publicitarios distanciados por las nuevas tecnologías, y los conceptos de marketing (que dicho sea de paso, no asegura a nadie la permanencia en el mercado comercial, teniendo este buen ejemplo de empresas aéreas venidas a menos).

Lo interesante de cada uno de los casos a mencionar no radica; para esta ocasión, en la crisis que enfrentaron las aerolíneas, ni en los malos manejos que se comentaron a la luz pública, sino de un elemento que aparece en nuestra cotidianidad y que puede formar parte de nuestra estructura de identidad. La comida.

¹ El spot publicitario de Ecuatoriana se encuentra en internet en: http://www.youtube.com/watch?v=5MjuRoFfnbU&feature=player_embedded y el de Mexicana en: <http://www.youtube.com/watch?v=-v8VONXeX-0> (Fecha de consulta: 15 de noviembre de 2012).

Problematización

Metodología de análisis

El método histórico

Vincularemos las distintas etapas de los objetos en observación (spots promocionales) situados cronológicamente en distintos momentos publicitarios, para reconocer las características del material, como fenómeno de investigación. La estructura lógica del objeto implica su modelación, donde aplicaremos una plantilla con los elementos examinados en la producción de videos publicitarios y su interpretación bajo el método sintético —reunión racional de elementos diseminados, sintetizando las distinciones en la imaginación para establecer una explicación tentativa—.

Buscaremos pues, acercarnos a la comida, servida en los vuelos aéreos, que nos permitirá una construcción colectiva, funcionando como un elemento individual de sustento, pero también de identificación y de reflejo cultural; del trato que buscamos o pretendemos al momento de tomar decisiones (incluso del tipo de comida que probamos) mismas que deberán seguir un patrón que corresponda a nuestras aspiraciones y status social.

Abordaremos la comida como un objeto donde la diversidad cultural y la *identidad* se fusionan, para brindarnos información relevante de las apreciaciones que los publicistas de la década de los setenta, y quienes al inicio del siglo XXI, detectaron en el *universo de la comida* como un valor simbólico y de bienestar; sujeto de trato y servicio por quienes nos la proporcionan, sabiendo manejarla en su carácter social y publicitario, como patrocinio de la *identidad* de los individuos. A fin de cuentas la publicidad sólo busca convencer al cliente de comprar el servicio o producto, más si este permite esa identificación social por lo adquirido, aparentemente insignificante como una tacita con café. “*Recuerda que el café instantáneo era más caro que el café en grano, —sólo los ricos tomaban Nescafé—*”²

Contexto de la situación

La comida, cultura e identidad

Los diferentes grupos humanos de cualquier clase de cultura, tienen para sí, entidades que conforman su reserva de interpretaciones culturales que atienden a su búsqueda de distinción. Uno de estos aspectos lo conforma la comida. “*Mediante la cuidadosa mezcla de sabores, olores, colores, texturas, sonidos y pensamientos que se encuentran en los diversos universos de la comida, cada*

² “Dialnet” Vol. 2, Número 2, año 2009. *La mesa está servida: comida y vida cotidiana en el México de mediados del siglo XX*. AGUILAR Rodríguez, Sandra. Revista de Historia Latinoamericana. España. p.59 http://dialnet.unirioja.es/servlet/listaarticulos?tipo_busqueda=EJEMPLAR&revista_busqueda=14649&clave_busqueda=277142 (Fecha de consulta. 15 de noviembre de 2012)

³ “Redalyc” Año/vol. XXXVI, número 001, año 2001. *Comida y cultura: Identidad y significado en el mundo contemporáneo*. DELGADO Salazar, Ramiro. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal. El Colegio de México. p. 98 <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=58636104> (Fecha de consulta. 15 de noviembre de 2012)

grupo humano construye fuertes relaciones sociales y simbólicas: en cada bocado de comida vivimos a diario nuestra doble condición de seres culturales y biológicos³. Cada sociedad, desde su propia mirada tiene en la comida un espacio de significados con su historia y su cultura.

¿Por qué decimos que “La comida” es un elemento que refleja nuestra *identidad*? Dependiendo del territorio en donde habitamos y la temporada del año, será el tipo de comida que nos dará sustento e *identidad*. Debido a las diferentes zonas y territorios del mundo, y a los variados entornos climáticos, tenemos diferentes especies de semillas, granos, vegetales y pastizales, condicionando incluso los distintos ganados y especies animales. Esta es la materia prima sobre la cual la alimentación cambia para cada pueblo y cultura, inclusive tomando en cuenta la cercanía entre zonas geográficas, que afecta la distribución y el poder económico de intercambio con diferentes tipos de alimentos.

Entonces, la facilidad o cercanía, la posibilidad y obtención de cierto tipo de víveres nos identifica como individuo. “El estudio del proceso de proveer y transformar la comida cubre cuatro áreas principales: cultivo, distribución, almacenamiento; cocinar y comer, lo que representa las fases de producción, distribución, preparación y consumo⁴.”

A esto le agregamos la cultura del comer (gustos y gastronomía) y la necesidad de dar un sentido diferente a mi alimentación (por status social —refuerzo, cambio o diferenciación de status—, buen comer, salud y arte culinario, publicidad de producto y marca, etcétera).

Veamos pues a la comida dentro de una estructura social que delimita niveles tanto de la subsistencia y la necesidad básica de alimentación, como de la búsqueda de *identidad* en un mundo moderno que escudriña en la diferenciación. Lo que “permite” y lo que “no permite” el uso de la comida como un canalizador de relaciones sociales, sus jerarquías, sus enfoques y transacciones en un mundo donde el individuo busca construirse de manera individual para “no parecerse” a los otros, pero a la vez situarme lo más cercano al “querer ser” en los grupos con los cuales busco una pertenencia mediante la comida, y que al igual que otros elementos, atestiguan la posición social de quien la come o la prefiere. “Para las mujeres de clase media-alta y alta, la comida procesada daba cuenta de su cosmopolitismo y afluencia. La comida procesada no sólo transformó la dieta de los distintos grupos sociales, sino también las prácticas sociales⁵.”

¡Todo es cultura! Decía Roland Barthes; y dependerá del manejo cultural (y publicitario) para darle más eficiencia como instrumento cultural. “...es un instrumento de venta o una forma de comunicación persuasiva. Y ésta cultura, situada en todos los resquicios de la escala social, resulta ser un objeto «sin historia, o al menos sin ruptura, sometida a una incansable repetición»⁶”

Hemos puesto a la venta, lo mejor y lo peor de la cultura de cada sociedad. Y los medios de comunicación, hemos sabido utilizar sin diatribas la mejor forma de negociar el trasiego cultural que nos toca en cada época. “El espacio ilusorio de la fotografía publicitaria, heredero directo de la pintura al óleo, le proporciona esa sensación de inmediatez, de contacto; construye unas condiciones

apropiadas para la fascinación, para el deseo. Todo objeto bello, y esa es la función del diseño y de la publicidad, establece un ámbito para el deseo, es decir, invita a ser poseído.⁷”

Por qué negar la posibilidad de enamorar —al cliente— con esa mezcla de sabores, colores y texturas, que al tacto con las papilas, nos ofrecen más que una restauración orgánica, sino del alma; de la apetencia y el cobijo que nos llena un bocado que lleno de sabor y recuerdos, nos permite fantasear con “La primera vez que probé eso”... “Me sabe a la casa de mis padres”... “Con qué gusto lo comía cuando era pequeño”... Esa estrategia publicitaria la han usado muchas empresas. Ahora toca el turno de observar a dos aerolíneas comerciales (que al igual que otras) han utilizado la comida —en forma y servicio— que conformaron ambientes que invitaban al viaje y a la pertenencia de grupo.

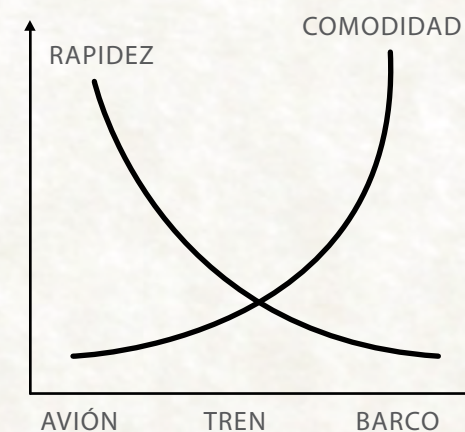
Experiencias y dificultades de viajar en avión

Percepción de viaje e intercambio de satisfactores

De la siguiente imagen tomada del libro: Logística y turismo de Andrés Muñoz Machado, explicaremos el intercambio de satisfactores que se originaban al viajar en avión, contra otros dos medios de transporte tradicional. Mismas ideas que nos posibilitan comparar en un esquema de percepciones esa búsqueda de identidad a partir de satisfacciones no cumplidas.

Comparamos la comodidad frente a los tiempos del trayecto, subrayando la mayor rapidez de las aeronaves y la incomodidad de su traslado, contra la comodidad de los barcos, pero con viajes mucho más largos, donde los pasajeros —al hacer presente— comodidad vs rapidez, sacrifican la comodidad, pues significa mayor tiempo de estancia en el lugar de descanso. Pareciera entonces que los públicos buscarán la rapidez al ser transportados, aunque la comodidad del trayecto no les sea del todo grato. Es ahí, donde el agregado del transporte aéreo se hace presente (la comodidad y el servicio) manifestados directamente en la comida y confort.

PERCEPCIÓN VIAJE



⁴ DELGADO Salazar, Ramiro. op. cit. p. 98.

⁵ AGUILAR Rodríguez, Sandra. op. cit. p.79.

⁶ MARTÍN Requero, María Isabel; Alvarado López, María Cruz. *Nuevas tendencias en la publicidad del siglo XXI*.

Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España, 2007. p.13

⁷ *Ibid.* p.17

Si hablamos del alimento tomado en los vuelos aéreos, tendríamos que saber la siguiente aclaración del sabor, por ejemplo, que cambia al estar dentro del artefacto, siendo una experiencia diferente.

Después de cerrar las puertas del avión, la atmosfera dentro del avión hace que nuestra nariz se empiece a reseca aun antes de despegar, durante el ascenso el cambio en la presión atmosférica desensibiliza alrededor de un tercio de nuestras papilas gustativas. Una vez alcanzada la altitud de vuelo de crucero de 35000 pies (11600mts) los niveles de humedad de la cabina se mantiene bajos debido al diseño de los aviones a fin de reducir el riesgo de corrosión en el fuselaje. La nariz se reseca aun más y se siente un ligero sabor a algodón en la boca. Por esta razón las aerolíneas sirven bebidas como los jugos, especialmente el de tomate el cual adquiere un sabor menos ácido que en tierra.

Las comidas calientes son más condimentadas y se les agrega un poco más de sal, los vinos servidos generalmente son más afrutados. Sin estas precauciones después de unas horas en un vuelo largo aun un buen vino como un Chablis ligero adquiriría el sabor de jugo de limón⁸.

Si bien es cierto, hablar de comida y alimentación es hablar de sabores y delicias. Y sólo mencionaremos que *hablar de comida* a bordo de los aviones, es hablar de los baños en los aviones; resultando una parte más de la experiencia del vuelo, sobre todo cuando no estamos acostumbrados a vuelos constantes, o cuando somos primerizos en ello.

Con toda certeza alguien en algún lado fue la primera persona que se vio en la necesidad de utilizar un baño en vuelo.

Ninguna historia de aviación lo menciona, sin embargo recuerdo que se llegaron a utilizar botellas de cristal vacías. A medida que los aviones continuaron creciendo tanto en tamaño, cantidad de pasajeros así como en la distancia que podían recorrer. El servicio de uno o varios baños a bordo era una verdadera necesidad. Los primeros baños consistían en una especie de cubeta, la cual se fue modificando instalándole una tapa después de haber sufrido una amarga experiencia con una cubeta medio llena y atravesar una zona de turbulencia. Los baños fueron evolucionando hasta llegar a los modernos baños operados por vacío (succión neumática)

En mis años de experiencia en aviación me he encontrado con que muchas personas aún piensan que el baño consiste de un pequeño agujero en la parte inferior del fuselaje por donde se descargan los residuos al vacío. Y que la distancia del suelo así como la presión atmosférica se encargarían de que no llegasen al suelo afectando a las personas en tierra. Los baños modernos de "vacío" son una invención reciente que fue instalada por Boeing a partir de 1982.⁹

¡La experiencia de volar!

Después del primer vuelo comercial en 1921 en México, el nuevo medio de transporte debió sufrir la falta de afecto de quienes se resistían a ser transportados por aire para llegar a su destino. Todavía hasta mediados de siglo pasado, la intranquilidad de los usuarios frente a las poderosas máquinas que surcaban los aires de nuestro país, no parecían del todo confiables, por un lado, o se pensaban como todo un acontecimiento familiar —*¡Perenganito viajará por avión, vayamos a despedirle!*— Siendo los atuendos más sofisticados en ocasiones tan especiales, los que salían del guardarropa.

El viajar en Avión ya no es lo que era al principio de la aviación comercial. Antes era todo un acontecimiento, lleno de estilo y emoción, se consideraba un medio de viajar para la gente con un alto nivel cultural y económico.

Las personas viajaban generalmente de traje y vestidos elegantes, la atención en los mostradores y a bordo del avión era más personal. La experiencia de viajar en avión era extraordinaria. En la actualidad la industria en general ha sufrido muchos cambios, se ha mecanizado en muchos aspectos y las multitudes de pasajeros en aviones de gran capacidad hacen que el servicio pierda el toque personal de antaño. Incluso, las aerolíneas modernas han relajado sus normas y permiten que sus pasajeros viajen con el mínimo de vestimenta y aun sin zapatos. En fin es el resultado del progreso actual.¹⁰

Víctor Manuel García Reyes, Director General, Promotor e Investigador del Museo Nacional de la Aviación y el Espacio, la Ciencia y la Tecnología A.C. en entrevista, nos comentó las peripecias de los empleados de las empresas de aviación para persuadir a los viajeros de utilizar el medio aéreo de transporte, intentando eliminar los miedos naturales de los impresionantes aparatos voladores...

Los mismos pilotos de la compañía aérea, salían a convencer al público, para que usaran los vuelos por avión. Se iban a la estación de ferrocarriles de Torreón y por el mismo pago de boleto de tren, se les ofrecía viajar a la ciudad de México. Incluso si así lo aceptaban, ellos mismos los llevaban hasta el aeropuerto para salir en los aviones de la compañía Aeroempresas de México (Ciudad Juárez- Torreón- Ciudad de México) pues llegaban con pasajeros de Ciudad Juárez, pero no había pasajeros que abordaran en Torreón, (sic)"hasta de choferes de taxi la hacían."¹¹

De ésta y otras maneras —como la alimentación a bordo de la aeronave— poco a poco se fue ganando la confianza de la gente. La comodidad en las salas de espera, durante el trayecto y al abandonar la aeronave, comenzaron a percibirse como si estuviera en la *sala de la casa*. "Los experimentos en la instalación permitirán determinar cómo los diferentes parámetros de un vuelo, como presión, humedad de aire, ruido, vibraciones, temperatura e iluminación entre otros, impactan en la percepción de comodidad del pasajero durante un vuelo"¹²

⁸ Entrevista por FLORES García, Fco. Javier, al Capitán Piloto Aviador Francisco Yarza Samano, piloto emérito retirado, realizada el 25 de abril de 2012.

⁹ *Ibíd.* Entrevista por FLORES García, Fco. Javier.

¹⁰ *Ibíd.* Entrevista por FLORES García, Fco. Javier

¿Cuán difícil fue convencer a los diferentes públicos para que tomen la decisión de volar en avión? ¿Qué tan complicado fue ganarse la simpatía de los viajantes? — ¿Volar? ¿Y si se cae esa cosa?—.

El avión y la comida a bordo

La búsqueda de un mejor servicio aéreo y de lograr aumentos en los públicos que gustan de vacacionar y viajar dentro y fuera del país, provocó que las aerolíneas, —más allá del ofrecimiento de la comida como elemento identitario que hemos comentado— lo brindaran como un valor agregado al pago del servicio aéreo, dependiendo de la clase en la que se viaja, para recibir una mayor satisfacción.

*Dado que la competencia aumentaba día con día, el implementar un servicio de comidas a bordo mejoraría la imagen, lo cual le resultaría en una mayor cantidad de asientos vendidos. Ya que los mismos clientes se encargarían de hacer propaganda al comentar sus experiencias con la comida y el servicio a bordo de la aerolínea en que viajaron, durante sus reuniones familiares o con amigos.*¹³

Dentro de la misma entrevista con el piloto Francisco Yarza, nos confirma el dato sobre la fecha (manejada por consulta Wikipedia) en que United Airlines, introduce en 1936 el servicio de comida a bordo, que consistía en cajas de cartón con un Sándwich y una fruta, acompañados de bebidas como cervezas, refrescos y café que se servía en termos en primer momento, y en tazas de porcelana, ya con el pasajero.

*Este servicio se introdujo en México en los aviones Boeing 247 y DC-3 de Lamsa, filial de United Airlines y de Mexicana de Aviación, filial de Panamerican. Eventualmente fue adoptado por las demás aerolíneas de esa época. Los alimentos calientes se empezaron a servir a partir de la introducción de aviones multitoques de mayor capacidad como los DC-4, DC-6 Constellation, etc...*¹⁴

En ese momento de la entrevista, viene a nuestra mente un recuerdo, de un comentario que hiciera hace varios años un piloto amigo, quien decía que los alimentos a bordo de los aviones tenían como fin, el mantener alerta a los pasajeros en caso de emergencia, comentario que tiró por tierra el capitán Yarza.

Las comidas de a bordo generalmente tienden a ser bajas en proteína y alta en carbohidratos. El único remedio para mantenerse totalmente alerta sería no comer absolutamente nada o hidratarse lo suficiente... procurar consumir verdu-

*ras frescas como zanahoria, nueces, almendras, y no consumir alimentos con gran cantidad de grasa ya que el organismo no digiere rápidamente los alimentos con grandes cantidades de sodio y grasas saturadas y a 37000 pies le es aun mas difícil lo cual le producirá una expansión intestinal y la presurización dentro del avión acentúa aun mas este fenómeno haciéndole sentir como globo inflado.*¹⁵

Las aerolíneas involucradas

La compañía **Ecuatoriana de Aviación**, fundada en febrero de 1957, propiedad del estadounidense Clarence Shelton, y junto con otras aerolíneas (Tan de Honduras y APSA del Perú). Desarrolló rutas internacionales desde Quito y Guayaquil hacia Miami, Los Ángeles, Nueva York, Chicago, Nassau (Bahamas), Ciudad de México, Panamá (Panamá), Caracas, Bogotá, Cali, Lima, Río de Janeiro, Sao Paulo, Santiago de Chile y Buenos Aires. Durante los años 70 y principios de los 80, se pintaron los aviones con coloridos diseños, realizados por el pintor ecuatoriano Osvaldo Guayasamín. El toque barroco de los diseños hizo que el pueblo de Ecuador los bautizara los aviones como los "payasos". Tras complicaciones de navegación, operó hasta su cierre en 2004.

La compañía **Mexicana de Aviación** fue creada en 1921 como una aerolínea de transporte de correos y pasajeros. Formó parte del consorcio de Pan American Airways hacia 1940. En los años 70 fue conocida como la aerolínea milagrosa por sus extraordinarios resultados, incremento de ingresos y pasajeros en una época difícil y de crisis mundial, debido al alza de los precios del petróleo. Ya en los 80 fue nacionalizada por el gobierno federal. En los años 90 estuvo bajo el mando de CINTRA (Corporación Internacional de Transporte Aéreo). Desde el 2005 pertenece al Grupo Posadas. Actualmente la empresa transita por un proceso muy complicado de suspensión indefinida de operaciones desde finales de 2010.

La publicidad

La publicidad de marca y estrategia comercial para televisión, vino casi de la mano del invento que distribuyó la imagen hasta los tele-hogares. Al igual que en la radio, una mina fructífera permitía una nueva rama e actividades... la publicidad televisiva. Los seres humanos nos volvimos centro de interés de los medios masivos, los cuales se encargarán de rodearnos de la información y datos, que nos ayude a "decidir" la mejor tecnología, las herramientas de mejor calidad y los servicios que nos ofrezcan la solución para vivir mejor.

Al observar un spot promocional de los 70, situamos el tipo de publicidad que se utilizaba en esa década. "Si miramos la publicidad de los años cincuenta, sesenta, incluso de los setenta, podemos comprobar cómo presentaba, a los consumidores, los productos nuevos que aparecían en el mercado y les contaba cómo funcionaban y lo que podían hacer con ellos; es decir, la función principal de la publicidad era dar a conocer los productos para venderlos. Así los anuncios publicitarios decían: esto es una lavadora y sirve para lavar toda la ropa"¹⁶

¹¹ Ibidem. Entrevista por FLORES García, Fco. Javier.

¹² "Spanish.china.org.cn" Artículo publicado en abril de 2012. *Inauguran en Brasil centro para proyectar comodidades en los aviones*. NIU, Sandra. Centro de Información de Internet China http://spanish.china.org.cn/international/txt/2012-04/06/content_25079731.htm (Fecha de consulta 15 de noviembre de 2012)

¹³ Ibidem. Entrevista por FLORES García, Fco. Javier.

¹⁴ Ibidem. Entrevista por FLORES García, Fco. Javier.

¹⁵ Ibidem. Entrevista por FLORES García, Fco. Javier.

¹⁶ MARTÍN Requero, María Isabel; Alvarado López, María Cruz. op. cit. p.8

Actualmente las sociedades humanas, estamos rodeadas de un mayor número de instrumentos tecnológicos, y mientras más tecnología nos rodee, muchos más esquemas publicitarios se pondrán al servicio de la modernidad, en todos sus aspectos. La mayoría de los publicistas coinciden en que la necesidad puede estar presente en las comunidades humanas casi de forma natural; pero la seducción publicitaria también “nos ayuda” a crear esa necesidad, a partir de elementos que comparten, y que para este caso permiten la adhesión a la *identidad* de grupo. “Porque las personas que viven en una región tienden a tener los mismos valores, actitudes y preferencias de estilo”.¹⁷

Los seres humanos nos ceñimos de forma natural a diferentes grupos que nos van conformando como parte de la misma sociedad. Estas asociaciones permitirán en el futuro, definir el “*proyecto de vida*” que responda a las inquietudes que mayor interés se hayan marcado en el individuo, mismas que disiparán mis necesidades de afecto y relación, incluso las pretensiones de escalar socialmente y parecerme o pertenecer a tal o cual grupo, necesitando el vestir, poseer y hasta comer cierto tipo de productos o servicios para lograrlo.

Los seres humanos estamos listos para trabajar en pro de la *identidad*. “La curiosidad humana, la necesidad del descanso, la emulación social, el alto nivel de renta y un montón de motivos más han dado lugar al fenómeno turístico. El número de viajeros crece y crece sin cesar, la oferta de lugares bonitos, de buen clima, de buena mesa, aumenta cada día”.¹⁸

Todo esto debido a los intereses de colocación de marca de diferentes consorcios y organismos, que han visto en la publicidad, la estrategia que los posicionará en el mercado. Promoción que desde la imagen televisiva pareciera solucionar muchas preocupaciones.

Las empresas aéreas como tal, han visto la necesidad de utilizar la publicidad en todas sus manifestaciones, para poder estar presente en la mirada y la mente del público. De igual forma, eso que se compra en la terminal aérea, no es el logro final, pues ya a bordo, las aerolíneas siguen invirtiendo en sus clientes.

*Se calcula que las aerolíneas destinan alrededor de 16% de su presupuesto a proveer servicios a bordo —alimentos, bebidas, el kit de aseo personal y todo lo que le ayude al pasajero a estar cómodo—. Se trata del segundo desembolso más grande tras (después de) la compra de combustible.*¹⁹

La publicidad actual, se sitúa en el contexto que le corresponde, en esta sociedad de la información y del conocimiento, y teniendo en cuenta las tendencias actuales, ya no se habla de productos, ni siquiera de marcas, se habla de la vida y de lo que le preocupa al ser humano: sus relaciones, sus aspiraciones, sus éxitos, sus certezas, sus incertidumbres, sus anhelos y sus vivencias. Las marcas, con sus productos, quieren comunicar valores, actitudes y posiciones ante los temas que preocupan a los ciudadanos y se presentan al consumidor como una alternativa para lograr la realización personal y encontrar el bienestar.

Dicha publicidad nos dará la oportunidad de reconocer los mecanismos para poder asegurar mi búsqueda de *identidad*, con mejores resultados. Y para esto, la teoría publicitaria crea una

insatisfacción en el consumidor...

*“... lo primero que debe conseguir es la insatisfacción del consumidor; es necesario que te sientas demasiado feo, demasiado gordo, demasiado pobre, que pienses que la gente de tu entorno no te quiere lo suficiente. La sociedad de mercado, con todas sus virtudes, se asienta sobre la insatisfacción permanente del consumidor, sobre la sensación de una carencia, que es más espiritual que material, pero que la publicidad promete compensar a través de las mercancías. Cuanto más pobres, más insatisfechos, y como la compra de una mercancía nos volverá todavía más pobres, la insatisfacción no puede sino aumentar con el consumo.”*²⁰

No está de más pensar que esta alianza entre la publicidad y la cultura ha dado paso a la consolidación del consumismo, la oferta, la demanda y la búsqueda de *identidad*, en una parafernalia promocional que busca la gratificante inmediatez. “El título de esta nueva tendencia de consumo actual se debe a la cita de la diseñadora Coco Chanel. Y algo así debe ser, pues el lujo no tiene nada que ver con las auténticas necesidades, ni con la cantidad de bienes de consumo, sino más bien con la calidad, la clase o la distinción. Parece como si cuando ya están satisfechas todas las necesidades del cuerpo, necesitara satisfacer las del alma, o mejor dicho necesitamos seguir necesitando.”²¹

Rasgos de identidad encontrados en los anuncios comerciales analizados

Línea aérea Ecuatoriana, video promocional.

Trama: Dos personajes llegan a Miami en vuelo aéreo, al comenzar a bajar del avión, hablan sobre la oportunidad cumplida de estar en esa ciudad. Lo que les faltará es un buen guía que los lleve a conocer. En ese instante aparece el guía quien les saluda con afecto y emociona con la que será su gran aventura. Inicia la parte donde hablan sobre el vuelo. Los dos viajeros hacen notar lo bueno de éste, pero sobre todo, de la comida que sirvieron a bordo. Regresan a su interés por conocer la ciudad y cierra con un chiste sobre la cantidad de dinero que deberán pagar para recibir los servicios del guía. El cierre es el jingle de la compañía aérea Ecuatoriana es la línea aérea de primera.

Storyboard: La secuencia inicia cuando los viajeros salen por la puerta de pasajeros dispuestos a bajar. La toma de contrapicada (haciendo más “altos” a los personajes). La siguiente toma es de picada, que muestra al guía que llega a la plataforma de aterrizaje. Todas las demás tomas son planos medios y acercamientos de cada uno de los personajes. El cierre es un panning de un avión que sale de la pista en pleno despegue.



¹⁷ MUÑOZ Machado, Andrés. Logística y turismo. Ediciones Díaz de Santos. España, 2005 p.4

¹⁸ MUÑOZ Machado, Andrés. Ibídem p. 4

¹⁹ op. cit. Entrevista por FLORES García, Fco. Javier.

²⁰ MARTÍN Requero, María Isabel; Alvarado López, María Cruz. op. cit. p. 26

²¹ Ibídem. p. 133

Toma	Texto	Com No Verbal	Intención	Aspiración	Explicación
Los dos personajes salen del avión y se detienen en la escalerilla	"Por fin Miami, Sarsozita"	Voz alta. Gesticulación marcada	Alegría. Interés de estar ahí.	Por fin la llegada a los EU	Estar en "Primer mundo"
Los dos personajes platican al pie de la escalerilla para bajar del avión	"La gran metrópoli de los 'iunaiti estaiti tietis corporation'"	Voz alta. Gesticulación marcada	Alegría. Explica a quien no sabe (su acompañante)	Llegué a EU y eso me da la posibilidad de explicar en el tono del "saber"	Aunque tampoco el que explica, sabe. La mera llegada le status. Lo posiciona en otro plano individual.
Plano de acercamiento con el guía que los ha recibido y comenta los lugares a los que los llevará	"Te llevaremos por los grandes rincones históricos de esta ciudad"	Acentuación vocal (el que sabe) movimientos exagerados (seguridad)	Te llevaremos por el primer mundo	Conocerás lo que no imaginas.	¡Por fin! Están en el primer mundo.
Al preguntar por el vuelo	"Lindo. Y la comida"	Voz reflexiva y acentuada (Tono de completud)	Comimos muy bien en el vuelo. Me siento muy satisfecho	Comerás siempre bien al estar en este país y se relaciona con el servicio aéreo. (Volar por esta línea aérea, te permite SER)	El avión es una prolongación del modernismo del primer mundo al que llegas
Hacen hincapié en la comida, al preguntarles sobre el vuelo	"Nos dieron una comida... un vino... una carne sabrosísima... y un postre que..."	Voz reflexiva y acentuada. Haciendo inflexiones en el tono (sugestivo, casi sensual)	Buscar y tener lo mejor	Tener lo mejor es estar bien, reflejado en la comida que les ofrecen	Logro de status, al tener la posibilidad de comer bien. Identificar el ESTAR BIEN con la atención y la comida recibida en el servicio aéreo
Avión de Ecuatoriana despegando y jingle cantado	"Ecuatoriana es la línea aérea de primera"	(Mensaje cantado)	Confianza en la línea aérea de primera	(Canto) Sonoridad, importancia	Volar en Ecuatoriana, representa una prolongación del anhelo, del ESTAR BIEN

El video es acompañado por otras circunstancias como:

Los personajes

Quienes llegan son personajes reconocidos (status) del espectáculo y la comedia 'Don Evaristo', también conocido como 'Evaristo Corral y Chancleta' (hecho por Ernesto Albán Mosquera), uno de los grandes humoristas ecuatorianos de antaño, junto con 'Sarsozita' (Oscar Guerra), su compañero de aventuras. Quien los recibe en Miami (guía turístico) es José Candelario *Tres Patines* (hecho por Leopoldo Fernández) reconocido en Estados Unidos—incluso radicaba allí—México, Centro y Sudamérica. De hecho desde la década de los 70, *Tres Patines* era reconocido por su programa radial de La Tremenda Corte, transmitido en Cuba desde inicio de los 40 del siglo pasado.

Al recibir (un cubano radicado en Miami) a dos ecuatorianos, en la línea aérea ecuatoriana, en los Estados Unidos, con el trato, la comodidad, la atención y la comida de primer mundo que se les ofrece, claro que tiene un tinte de deseo por parte de cualquier latinoamericano, al pretender identificarse con el american dream,

Recursos cómicos

Señalamos en la siguiente tabla el recurso lingüístico utilizado para el comercial, comparado contra el recurso cómico del material teórico de un estudio de Blanca Estela Ruiz²². utilizado por los personajes del video.

Recurso cómico	Texto	Intención
*La homofonía, uso de voces de distinta significación pero igual sonido... Tuvo/tubo, correspondería al equívoco, tan abundante en el subgénero. (mi/ Miami)	"Por fin Miami, Sarsozita"- "¿Es suyo son Evaristo?"	Confusión de palabras, alusivo a lo posesivo
*Paronomasia, palabras que se diferenciaban tan sólo por una letra... Nueve/nueva, pudiendo corresponder al equívoco. (Histórico/historico)	"Te llevaremos por los grandes rincones históricos de esta ciudad"	Confusión de palabras
Comparativo	"-Tu sabes chico... .- Chico pero sanforizado"	Alusivo...
Enredo de palabras (Cambio de letras entre palabras)	"Los llevaré al lion country, para que vean ahí los ligartijos y los higuepótramos"	Confusión de palabras
Enredo de cambio (vuelto) de dinero	"-¿Qué te pasa chico? – el vuelto chico. – Cosa ma´ grande en la vida, chico"	Quedarse con al cambio de un billete de 50 pesost

²² "Letras" Revista. Vol. I, núm. 34, 2002. *La tremenda Corte: un caso de lingüisticidio*. RUIZ, Blanca Estela. Universidad Nacional de Costa Rica, p.176
<http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/letras/article/view/3635>
 (Fecha de consulta. 15 de noviembre de 2012)

El recurso de la *comida* juega un doble valor simbólico; el del sustento biológico y de la proyección de la *identidad* (económico y de territorialidad). Parte de la experiencia de estar en el *primer mundo* se relaciona con el comer bien, comer copiosamente, probar manjares caros o exóticos. Y desde el primer momento, inicia la travesía en el viaje por avión, con la atención y la comida de primer nivel. No es extraño decir entonces, que la comida brinda una posibilidad de status y de *identidad* dentro de las culturas diversas *“La comida se articula doblemente con la identidad de una cultura, está presente en los órdenes biológico, fisiológico y orgánico y a su vez se articula con su mundo de lo simbólico, de lo significativo, en los aspectos de la representación y el sentido. Por lo tanto es importante abordar la situación particular de la muerte y de la vida como reflexión universal del ser humano y que en primera instancia depende del acto de comer”*²³.

Línea Mexicana de Aviación, video promocional

Trama: Secuencia de imágenes que refuerzan los conceptos referidos en el texto. Imágenes en salas de abordar de la línea y de escenas a bordo del avión. Acompañado siempre por un avión de la línea pero en miniatura (computadora) haciendo alusión a la frase promocional *“Nada es más grande que nuestros pasajeros”*. Ideas que se manejan: En tierra el nuevo y excepcional launch, restaurante exclusivo, cava de vinos y atención de su personal. A bordo cocina de autor y asientos totalmente cama. Cierre con slogan *“Vuela en lo más alto”*.

Story board: La secuencia tiene un orden cronológico (desde que bajas del auto para llegar a la terminal aérea, hasta que estás en pleno vuelo, pasando por la sala de abordar y los primeros momentos del viaje. Todo el video está en cámara lenta para apreciar los ambientes y percibir la tranquilidad y confort del desarrollo (status y diferencia con otras líneas aéreas).

El primer plano es siempre un avión de la compañía que a escala, corteja el desarrollo del comercial, mismo que cierra siendo la real aeronave en el que viaja el pasajero. Planos medios y generales acompañan la secuencia.

Toma	Texto	Com No Verbal	Intención	Aspiración	Explicación
Pasajero saliendo de su auto para llegar a la central aeroportuaria. Pasa un avión pequeño en primer plano	<i>“Nada más grande que nuestros pasajeros”</i>	“Mexicana. Vuela en lo más alto”	Darte tu lugar y reconocerte como lo más importante	Cada ocasión que viajes en la línea serás nuestra preocupación	Si viajas en la línea, serás lo más importante
Pasajero saliendo de su auto para llegar a la central aeroportuaria. Pasa un avión pequeño en primer plano	<i>“En tierra, nuevo y excepcional launch”</i>	Voz en off masculina con tono seguro. Posturas y poses de confort y tranquilidad (imágenes)	Darte el mejor trato y servicio en la espera y alimentación terrestre	Tratarte siempre bien, al viajar en la línea	Convencerte de la calidad y el servicio desde que estas en tierra en cuestiones de descanso y alimentación

²³ DELGADO Salazar, Ramiro. Op. cit. p. 93

Toma	Texto	Com No Verbal	Intención	Aspiración	Explicación
Medios planos de pasajeros en área de restaurante y descanso	“Restaurante exclusivo... cava de vinos”	Acentuación en sus alimentos	Darte el mejor trato y servicio en la espera y alimentación terrestre	Tratarte siempre bien, al viajar en la línea.	Convencerte de la calidad y el servicio desde que estás en tierra en cuestiones de alimentación
Medios planos de pasajeros a bordo de la aeronave	“A bordo, cocina de autor y asientos totalmente cama”	Voz en off masculina con tono seguro. Posturas y poses de confort y tranquilidad (imágenes)	Darte el mejor trato a bordo de la nave	Servicio y calidez a bordo, resaltando la alimentación y la comodidad	Convencerte de la calidad y el servicio a bordo de las aeronaves
El avión a escala que estuvo en primer plano, ahora es la nave real que está en pleno vuelo	“Mexicana. Vuela en lo más alto”	Voz segura masculina en off	Convencerte de su seguridad y servicio	Servicio y calidez a bordo, resaltando la alimentación y la comodidad	Mostrarte lo que puedes “vivir” si viajas en esta línea

El video es acompañado por otras circunstancias como:

Los personajes

Son personas sin nombre pero con status elevado (quienes con posturas y atuendos, nos hacen saber su nivel social). Son individuos que obtienen una posición (identidad) al utilizar los servicios de la aerolínea. Ellos mismos (pasajeros) son quienes invitan (con su actitud) a quienes observan el comercial a pertenecer al grupo de quienes disfrutan del servicio.

Recursos técnicos y apoyos visuales

Avión a escala pequeña, que acompaña a los pasajeros, pero haciendo alusión a que *“lo grande del avión”* es pequeño frente a los pasajeros. Cámara lenta (tranquilidad, elegancia, control). Vestimenta elegante (Traje y vestidos elegantes). Posturas y actividades (Propias del status al que se pertenece o se aspira, como lectura de periódico, etc.)

Los elementos como el descanso, la atención y la comida, son elementos utilizados nuevamente. La comida, sigue siendo un recurso utilizado para un spot comercial. No es extraño que la publicidad se haga de estas consideraciones tan básicas para despertar el interés y apelar la búsqueda de la identidad de las personas para reconocer las mismas necesidades, pero bajo otra luz que alumbre al pasado, en los dinamismos nuevos del modernismo que construyen a los individuos actuales. Mary Douglas, citada en el texto *“Comida y cultura”* manejando el enfoque cultural y estructuralista, se acerca a la comida como a un objeto que permita conocer hechos biológicos y sociales. *“Este enfoque parte de la idea de considerar la comida como un código que debe ser descifrado y el cual corresponde a una sociedad determinada y refleja un sistema social con dimensiones internas y externas”*²⁴

²⁴ DELGADO Salazar, Ramiro. Op. cit. p. 96

La imagen (i) explica al individuo (yo) como un ser que al utilizar el servicio (aéreo en este caso) refuerza su identidad o confirma su aspiración, que camina hacia lo pretendido (identidad completa), mientras que los otros lo observarán negativamente, ya que gastará en servicios o productos externos para construirse internamente (ser). Aunque algunos lo justificarán como: Su *status* le permite darse ese estilo de vida, incluso cierra su círculo (ser por poseer bienes externos) y (por poseerlos refuerza su *identidad*), de otra forma sería (aparentar poseer, para aparentar *ser*) que funciona para quienes aspiran a esa *identidad*.

Hablando en cuestiones de comida

Es la comida el elemento que permite mostrarles a los “demás” quién soy yo a partir de lo que hago, y para este caso, lo que “me alimenta”. Es pues, la manera de demostrarles que yo, soy yo. ¡Claro que no es lo mismo! Lounge... launch... y lunch. Si bien se pueden usar indistintamente, los colores y texturas, decoración, arreglos y atmósfera que acompaña la cita con la comida puede ser una gran diferencia vivencial, a nivel de status o clase social.

Al referirnos a la comida como parte de una cultura, es importante relacionarla con el concepto de *identidad* para abrirnos a un razonamiento histórico que no sólo habla de puntales alimenticios, sino de una gama de territorios que son expropiados por la publicidad para despertar aspiraciones individuales. “Las celebraciones, el universo de los espíritus y la comida no son campos lejanos del contexto de lo religioso.”²⁵

En la imagen (ii) el yo se construye en la identidad del poseer, para prolongar su pertenencia y legitimar su *ser*, aunque implique un sacrificio. Mientras que el otro (sin identidad) se encuentra en la postura de la admiración y el deseo, proclive al recelo y la envidia.

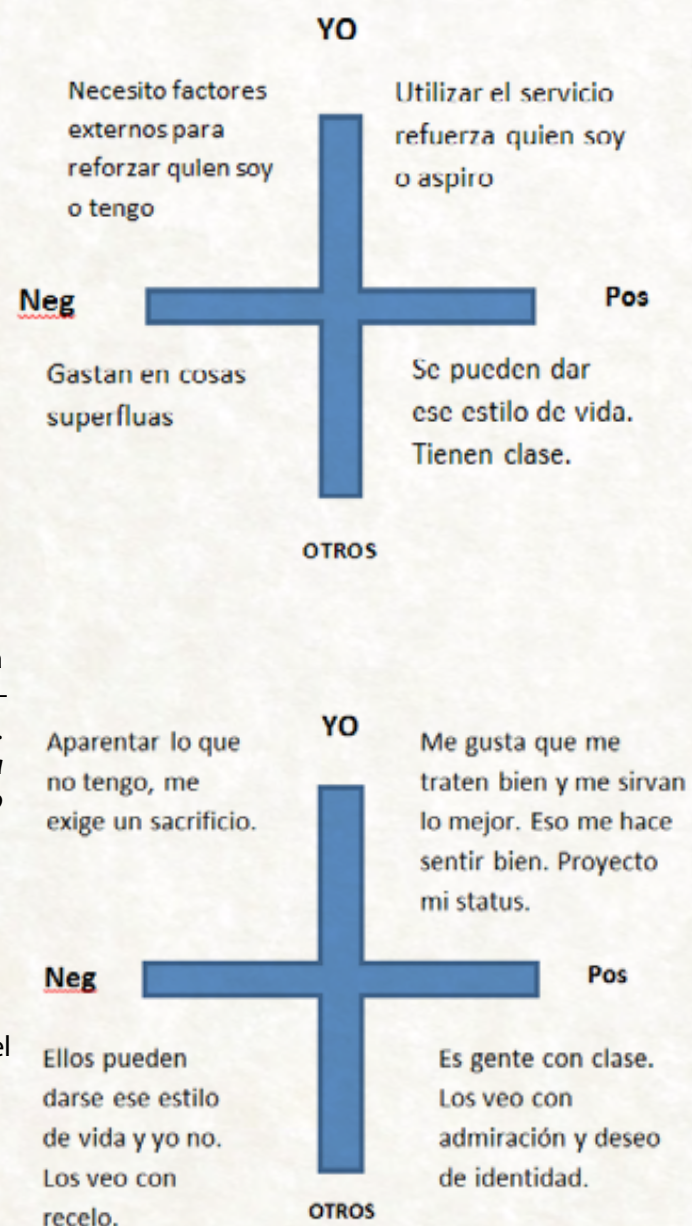


Imagen ii

Hablando publicidad

El manejo publicitario que las empresas implementan es *La estrategia indirecta*, buscando cubrir necesidades —espacios— que los clientes aparentemente no satisfacen, despertando intereses individuales de manera gradual y paulatina. Que para el caso concreto es, despertar los sentimientos internos de aspiración de “*status social*” a partir de una plataforma básica de subsistencia en el ser humano: La COMIDA.

La antropóloga Emily Martin argumenta “que el lenguaje del sistema inmunológico nos proporciona metáforas del yo y de sus fronteras”²⁶ hablando de *inmune* como, una fortaleza privada, donde las definiciones de la persona se engendraban desde lo interno y estable. Ahora este sistema inmunológico es mucho más flexible y su funcionalidad depende de su “*adaptabilidad*”; y los medios publicitarios han sabido sacar ganancia de la situación.

Tenemos una luz que permite pensar que estas nuevas formas de construirnos en la identidad, en la apariencia individual pero influidos en lo colectivo, permitirá describir nuestra decisiones —aparentes— más allá de la providencia y los designios de DIOS, por un lado; y por otro el pensarnos como seres conformados en la obligación colectiva frente a la modernidad. Estamos hablando pues de una creación multifuncional del yo-colectivo. “Aunque las personas se puedan sentir angustiadas por lo que consideran una crisis de identidad, Gergen cree que muchas pueden llegar a abrazar las nuevas posibilidades, las nociones individuales de una desaparición del yo- en un estadio de la racionalidad”²⁷

El uso de las herramientas publicitarias en aspectos como la alimentación, puede hacernos ver la *comida* como un concepto que puede generar *identidad*, a partir de sus rituales de consumo, su forma y lugar de adquisición, el tipo de alimentos, marcas y hasta el costo de la comida, que diferencia un mismo producto con la misma calidad. Estas condiciones nos llevan a confirmar que la comida funciona como un signo de diferenciación de status social. ¡Y eso lo saben los publicistas!

Para nuestro caso práctico, expuesto desde un principio en nuestro documento, podemos decir que: en el material audiovisual (videos comerciales) que se han comparado con referencia de la comida que se servía en los vuelos aéreos, buscaba mostrarse como un elemento identitario, para ambos públicos (1975/ 2007).

Tan distintos en forma, pero similares en contenido, los spots de *Ecuatoriana de Aviación* y *Mexicana de Aviación*, son dos ejemplos publicitarios —separados por la historia— con dimensiones culturales y comerciales muy similares, con públicos ávidos de pertenecer a un status, donde la promesa de venta es la verdadera *identidad* del individuo; sujeto que se ha dejado seducir por el canto de sirenas de la publicidad, en nuestras sociedades de consumo.

²⁶ TURKLE, Sherry. *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de internet*. Ed. Paidós Ibérica. Barcelona 1997. p. 321

²⁷ *Ibíd.* p. 324

²⁵ DELGADO Salazar, Ramiro. op. cit. p. 101

Bibliografía

- Bauman, Zygmunt. *La sociedad individualizada*. Editorial Cátedra. Madrid, España, 2001.
- Martín Requero, María Isabel; Alvarado López, María Cruz. *Nuevas tendencias en la publicidad del siglo XXI*. Comunicación social, ediciones y publicaciones. Sevilla, España, 2007
- Muñoz Machado, Andrés. *Logística y turismo*. Ediciones Díaz de Santos, España, 2005.
- Stanton, William J. *Fundamentos de marketing*. Ed. McGraw Hill. 1995
- Turkle, Sherry. *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de internet*. Ed. Paidós Ibérica. 1997

Referencias en Internet

- Ecuatoriana de Aviación, (Video en plataforma de internet, YouTube). http://www.youtube.com/watch?v=5MjuRoFfnbU&feature=player_embedded (Fecha de consulta. 13 de noviembre de 2012)
- DIALNET. Revista de Historia Latinoamericana,. España. Vol. 2, Número 2, año 2009. p.59 *La mesa está servida: comida y vida cotidiana en el México de mediados del siglo XX*. Aguilar Rodríguez, Sandra. http://dialnet.unirioja.es/servlet/listaarticulos?tipo_busqueda=EJEMPLAR&revista_busqueda=14649&clave_busqueda=277142 (Fecha de consulta. 13 de noviembre de 2012)
- "LETRAS" Revista Académica de la Universidad de Costa Rica lingüística. Vol. 1, No 34 (Año 2002). *La tremenda Corte: un caso de lingüisticidio*. RUIZ, Blanca Estela. Página digital <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/letras/article/view/3635/3492> (Fecha de consulta. 13 de noviembre de 2012)
- Mexicana de Aviación, (Video en plataforma de internet, YouTube). <http://www.youtube.com/watch?v=-v8VONXeX-0> (Fecha de consulta. 13 de noviembre de 2012)
- "REDALYC". Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal. Publicado en 2001, enero- abril, año/vol. XXXVI, número 001. *Comida y cultura: Identidad y significado en el mundo contemporáneo*. DELGADO Salazar, Ramiro. <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=58636104> (Fecha de consulta. 13 de noviembre de 2012)
- "Spanish.china.org.cn" Centro de Información de Internet China /Artículo publicado en abril de 2012. Artículo, *Inauguran en Brasil centro para proyectar comodidades en los aviones*. NIU, Sandra http://spanish.china.org.cn/international/txt/2012-04/06/content_25079731.htm (Fecha de consulta. 13 de noviembre de 2012)

Entrevistas

- Sr. Víctor Manuel García Reyes. Director General, promotor e investigador del Museo Nacional de la Aviación y el Espacio, la Ciencia y la Tecnología A.C. en la ciudad de Torreón, Coahuila. Entrevista realizada el 23 de abril.
- Capitán, Piloto Aviador Francisco Yarza Samano, piloto emérito retirado. Con experiencia vasta de pilotaje en diferentes aeronaves y trabajo sobresaliente en varias empresas aéreas.

Una aproximación a los cambios en las ideas sobre el uso del agua y la limpieza, siglos XIII a XIX

Irma Trinidad García

Resumen

El presente trabajo es un recorrido a través de la historia de la limpieza, desde el siglo XIII al XIX, ilustrado con pinturas relativas al tema que reflejaban esos particulares aspectos de la vida.

La historia muestra que en todos los pueblos, el agua ha sido base fundamental para el desarrollo de éstos, primero, como líquido vital para sobrevivir y también, para la limpieza, cocinar alimentos, hacer abluciones, para curar y tratar enfermedades, y aun en el culto religioso o en forma recreativa.

En los pueblos babilonios, egipcios, griegos y romanos es usada como un complemento a las prácticas religiosas. En los ritos realizados por Brahma, Buda, Moisés, Mahoma, Manú, Zoroastro, se utilizó de diferentes maneras el simbolismo del agua. Para el bautismo católico es esencial el agua como purificación.

Palabras clave: historia, limpieza, siglo XIII, siglo XIX, agua.

Abstract

The following work is a tour through the history of cleanliness, from the XIII to the XIX centuries, illustrated by pictures relating to the theme that reflected those particular aspects of life.

History shows that in all nations, water has been fundamental base for the development of them, first, as vital liquid to survive and also, for cleaning, cooking food, doing ablutions, healing and treating diseases, and even in religious cult or as recreation.

In Babylonian, Egyptian, Greek, and Roman people is used as a complement for religious practices. In the rites made by Brahma Buddha, Moses, Mahoma, Manú, Zoroaster, the symbolism of water was used in several ways. For catholic baptism, water is essential as purification.

Keywords: history, cleanliness, centuries XIII to the XIX, water.



INGRES, Jean Auguste Dominique. *El baño turco*. 1862. Óleo sobre lienzo. Musée de Louvre. París, Francia.²

tal; además, puede servir como medio de relación social.¹

En este ensayo estudiaremos los cambios que se han generado en este ámbito entre los siglos XIII al XIX. Esta será una primera aproximación, ya que cada uno de los cambios requeriría por sí mismo un estudio profundo.

Un cambio importante del uso del agua con fines de limpieza nace a raíz de las enfermedades; algo tan simple como un resfrío era mortal por falta de la limpieza. Es hasta el siglo XIX cuando se descubren los desinfectantes para el agua, para el tratamiento y desinfección de la misma: va cambiando la sensibilidad olfativa que permite percibir los olores nauseabundos tanto del entorno como de la cercanía de las personas que no se aseaban, pues aunque había cierto aseo, sobre todo en las clases sociales altas, sólo limpiaban lo veían los demás. Todos estos cambios, unidos, van generando un proceso de transformación en el aseo, tanto físico como en el entorno del ámbito en el que se mueven los ciudadanos, los cuales se imponen como necesarios al ir transcurriendo el tiempo, hasta llegar a la intimidad del cuerpo y el aseo profundo del hogar, los hospitales y en todo lugar, incluyendo las calles. Estos elementos los conocemos a través de múltiples fuentes, como la literatura o como las pinturas que reflejan la vida cotidiana de aquellas épocas.

1.- La importancia del agua, tanto en la limpieza como en la salud.

Desde el punto de vista de la salud individual y de la medicina, el agua *“alimenta y cura”*. Hoy en día estamos acostumbrados a contar con el agua de manera inmediata al darle sólo vuelta a la llave. Pero tenemos que recordar que en siglos pasados no se contaba con esto. Por ello, resultan importantes unos baños en Valencia que, en el siglo XI, y tras la conquista de Pedro II (1177-1213), en la guerra de reconquista de España por los cristianos, parecen haberse donaron a perpetuidad a un vecino de Teruel llamado Juan el Pintor y su esposa doña Menga, los cuales eran de origen musulmán y se llamaban hamman. Fueron utilizados con una finalidad religiosa, pero acudían personas de diferentes creencias, era un lugar de encuentro en donde se hacía la purificación mayor de ablución o limpieza de todo el cuerpo, sin la cual no se podían hacer las oraciones diarias, lo que explica la gran difusión en la era medieval, ya que el agua corriente escaseaba en las casas y los creyentes acudían a participar al hamman como un sauna moderno.

La entrada del hammam se adornaba con un pórtico, un arco de herradura, falsas columnas laterales en bajorrelieve. Antes de entrar en el baño propiamente dicho, se encontraba la sala de estar, que era la más espaciosa del baño, ancha, para albergar a muchas personas tumbadas y alta de techo, porque necesitaba buena aireación y no requería conservar el calor.³

Dentro había tres naves rectangulares, en la primera estaba el acceso y evacuatorio, la segunda era *“la sala tibia”*, donde recibían masajes y el baño propiamente dicho, y la tercera la sala caliente, donde había una alberca que se llenaba con un chorro de agua hirviendo, la gente se sentaba alrededor a recibir el vapor que emanaba de la alberca.

² Grupo de mujeres desnudas en un harén. Ingres pinta con gran maestría este conjunto de mujeres. El erotismo del cuadro es suave y no provoca escándalo, ni aun lo hizo en su época 1862. Está considerado como la obra maestra de los últimos años de Jean August Dominique Ingres.

³ Esta información ha sido recuperada actualmente por un grupo de turolenses, que buscaron representar el ambiente que rodeaba a los baños públicos en el siglo XVIII. *“El hammam de Don Juan el Pintor y su esposa doña Menga”*. <http://hammamdejuanymenga.blogspot.mx/>

Introducción

Me propuse hacer un recorrido a través de la historia de la limpieza, desde el siglo XIII al XIX, ilustrándolo con pinturas relativas al tema que reflejaban esos particulares aspectos de la vida.

La historia muestra que en todos los pueblos, el agua ha sido base fundamental para el desarrollo de éstos, primero, como líquido vital para sobrevivir y también, para la limpieza, cocinar alimentos, hacer abluciones, para curar y tratar enfermedades, y aun en el culto religioso o en forma recreativa.

En los pueblos babilonios, egipcios, griegos y romanos es usada como un complemento a las prácticas religiosas. En los ritos realizados por Brahma, Buda, Moisés, Mahoma, Manú, Zoroastro, se utilizó de diferentes maneras el simbolismo del agua. Para el bautismo católico es esencial el agua como purificación. Además,

... numerosas civilizaciones han considerado el aseo personal como una práctica saludable y placentera, sobre todo las culturas clásicas -griega y romana-, y esta tradición se ha transmitido a lo largo del tiempo a otras culturas, como la islámica, hasta llegar al mundo moderno occidental; además, puede servir como medio de relación social, y prueba de ello es la práctica común desde tiempos remotos en zonas tan distantes como Escandinavia, Turquía, Irán o Japón. Es aquí donde el misticismo lleva las creencias a otro campo: el netamente terapéutico, aunque en aquél solo cuenta la fe y en éste la ciencia.

Los manantiales sagrados de aquellas primeras épocas, tuvieran o no componentes curativos, llegaban a ser sagrados por la divinidad del manantial y lograban, según ellos, la salvación y la curación. Por eso se ha transmitido a lo largo del tiempo a otras culturas, como la islámica, hasta llegar al mundo moderno occiden-

¹ Ficosecco, Néstor Hugo. *Hidroterapia y termalismo como ciencias aplicadas a la salud*. Editorial Corpus, Argentina, 2006, p. 105.

La imagen a la derecha muestra lo que podía haber sido la posible entrada al hammam, donde se lavaba el cuerpo y en forma simbólica se purificaba el alma.⁴



En este lugar se limpiaba la piel, se eliminaban toxinas a través de la sudoración, lo cual se hacía con vapor caliente; se daban masajes aplicando aceites hidratantes de almendras, rosas, jazmín y narciso. Se cuidaban los cabellos con hojas de añil y henna y se lavaban los dientes con un dentífrico a base de nogal, clavo y cilantro. Se limpiaba el cutis y además se hacían depilaciones.

Tenía sus reglamentos, porque no podían ir juntos hombres y mujeres. Se usaba el lunes para mujeres, martes para hombres, miércoles nuevamente mujeres, jueves de hombres, viernes para judíos y moros, por último, el sábado para hombres y el domingo se cerraba con motivo de la reverencia a la Resurrección del Señor.⁵

En el siglo XIII, un pregonero recorría las calles de París ofreciendo el disfrute del calor de los baños de agua y de vapor, y se sabe que inclusive el ingreso a los baños se usa para premiar a ciertos artesanos, domésticos o jornaleros, lo que nos hace ver, que en esa época se apreciaba el baño personal. El baño de vapor se usa con frecuencia, pero en unos cuantos decenios cambia su percepción.

Juan I. Carmona, en su *Crónica urbana del malvivir, siglos XIV-XVII nos*, dice *“En la sociedad cortesana la atención se concentra en la soberanía omnipresente de lo visible: se prescinde del agua para efectuar la limpieza del cuerpo con excepción de las manos, el rostro y el cuello, que son las únicas partes que se muestran. El agua es sinónimo de desequilibrio, en tanto agente nocivo capaz de penetrar por todas partes aprovechándose de la permeabilidad de los poros de la piel y de la exposición de los órganos. Los baños de agua y de vapor engendran fisuras y quiebres en el equilibrio de un cuerpo que deberá “cerrar las puertas” ante la infiltración que conlleva su práctica.”*⁶ El baño se va dejando de practicar pues se piensa que al abrirse los poros por el agua caliente, las enfermedades penetran en su interior:

En general, se pensaba que el cuerpo húmedo se mostraba abierto, es decir vulnerable, mientras que, si estaba seco, se hallaba cerrado, lo que significaba que contaba con mayores defensas.⁷

Una etapa crucial en todo esto fue la peste negra en 1348 en la Europa Occidental de la Edad Media. Es un parteaguas, donde se distingue cómo hubo un antes y un después de esta terrible epi-

demia que aniquiló familias enteras, pueblos y ciudades. La peste surge, se va y de repente vuelve a surgir, se especula que surge de generación espontánea, otros comentan que la peste la trajeron las ratas negras que llegan en barco del oriente, y se dice que desaparece gracias a la rata parda que no es portadora de la pulga que la contagia, y que terminan con las ratas negras, pero no hay una explicación coherente.

Podemos suponer el riesgo tan alto que existía al fraternizar, tener contacto con amigos o con la familia. Todo ello era un peligro para contraer la enfermedad, y hubo personas que prefirieron huir antes de arriesgarse al contagio, aunque algunos, al no darse cuenta de que estaban enfermos, propagaban la enfermedad.

Nos dice Vigarello en su libro *“Lo limpio y lo sucio”* que:

...en Mallorca en 1546 se rechazó a cañonazos un barco barcelonés que deseaba comprar alimentos para dar de comer a Barcelona, la cual era atacada por la peste, y no les permitieron comprarlos, y ni tan siquiera atracar con el buque.⁸

Las ciudades víctimas de la peste se convierten en verdaderas trampas condenadas al horror como la muerte, enfermedad, o el hambre, fueron presa de actos de violencia que se suscitaban a raíz de la enfermedad. Los municipios y consejos de las ciudades contaminadas, elaboraban draconianos reglamentos que se debían seguir para la limpieza individual.

En esta impactante pintura Pieter Brueghel nos acerca a la devastación que fue la peste en esta época, que dejaba poblaciones diezmadas al paso de esta enfermedad. Su pincel recreó la experiencia, de tal manera que nos recorre un vivo temor ante lo que vemos en su cuadro, imagi-



BRUEGHEL, Pieter “El Viejo”. 1562. *El triunfo de la Muerte*. Óleo sobre tabla, Renacimiento. Museo del Prado.⁹

⁸ Vigarello, Georges. *Lo limpio y lo sucio*. Alianza Editorial, Madrid, p. 19

⁹ El paisaje anodino y arrasado nos habla de la pequeñez, crueldad y falta de sentido común del hombre, que pretende cambiar un destino impuesto. Esta pintura es del más importante pintor y grabador holandés de este siglo, considerado como una de las cuatro grandes figuras de la pintura flamenca y fundador de una verdadera dinastía de pintores.

nándonos lo que se padeció en ese tiempo, donde la muerte se enseñoreó de los lugares donde pasaba.

Hay un miedo terrible a la enfermedad, y debido a esto, se pierde el hábito del baño. Se teme que en éste se cuele la enfermedad por la piel y entonces se llega a la conclusión de que hay que proteger el cuerpo lo más posible:

Este temor se prolonga a lo largo del siglo XVII. La peste, sin explicación renace con frecuencia anual, según lugares y periodos y provoca las mismas prohibiciones. Se dice, a partir del siglo XVI, que el cuerpo está compuesto de capas permeables, donde es más fácil que penetre el agua y el aire, y por lo tanto hay que protegerlas de cualquier modo, ingeniarse con corazas, que pueden ser ropa muy entallada, por ejemplo. Se dejan atrás telas demasiado gruesas, usándose telas que se ciñen, para así librar el cuerpo de la enfermedad. Al tener esta forma de pensar, se comienza a usar la ropa muy pegada al cuerpo, donde el aire pestilente no pueda penetrar, ni agarrarse de nada para enfermar a las personas.

Vigarello documenta que es tanto el temor de las personas a enfermarse, que los notarios no pueden acudir a las casas a hacer testamentos, y los elaboran desde la calle para no tener contacto con los enfermos, y siempre ante testigos del hecho.¹⁰

Los baños de vapor, en este momento, son considerados causa de muerte y enfermedad; lo opuesto a épocas pasadas donde eran algo usual y placentero: una forma de convivencia con la familia y amigos.

2.- La limpieza de manos y rostro, baños secos.

Aunque el baño fue desterrado, en forma general, sobrevivieron algunos establecimientos que se usan como hoteles y como lugares donde se puede bañar una persona. Esto sólo se hace posible en los estratos aristocráticos y en realidad, de poca frecuencia: sólo al regresar de un viaje, o para una cita galante siempre con total discreción. Suelen estar lejos de las miradas.

Este aseo comenzó a ser común entre la aristocracia, a quienes les empieza a importar como los perciben quienes los rodean, y ante quienes esperan presentarse limpios, aunque sólo sea externamente.

En el siglo XVI, se desata una plaga de piojos y pulgas. La esposa espulga al esposo, la madre al hijo, la sirvienta al ama, y hay despiojadoras profesionales. La ropa se guarda en baúles muy apretados, para que no quepa ni un solo insecto de éstos.

Y sin embargo el traje tiene que ser decente y limpio porque es lo que atrae lo esencial de la mirada.

Lo que nos llega a través de pinturas y escritos, es el intento de la gente de “verse limpia”. Esto se logra a base del “aseo seco”, el cual se logra frotando el rostro y las manos vigorosamente con un trapo blanco, y manteniendo la ropa limpia, para lo cual se comienzan a usar varios cambios de camisa con los puños y el cuello blancos. Esto responde a un tipo de conducta en los siglos XVI y XVII.

¹⁰ Vigarello, Georges, op. cit, p. 6.

¹¹ Elías, Norbert, El Proceso de la Civilización FCE 1977.

La apariencia (involucrada en los trajes, pelucas, bordados, camisas, encajes y aún el comportamiento) concentraba toda su atención a la hora de sentirse limpio”. El cuerpo escondido debajo de cargados vestidos, no era considerado. Ser



REMBRANDT, Hamenszoon van Rijn. *Cornelis Anso y su mujer* 1635. Óleo sobre lienzo, barroco. Colección Wallace, Londres, Reino Unido

limpio implicaba, ante todo mostrarse limpio y comportarse como tal. Ya lo establecía una regla de buena conducta, vigente en 1555. “Es indecoroso y poco honesto rascarse la cabeza mientras se come y sacarse del cuello o de la espalda piojos y pulgas, y matarlos delante de la gente”¹¹

En esta hermosa pintura que ejecuta maravillosamente Rembrandt, usando el claroscuro en ella, nos hace experimentar por medio de su paleta, cómo en todas las épocas se busca trascender. La imagen que nos presenta el pintor, nos lleva a observar a los personajes los cuales denotan una limpieza extrema, ¿sería así en realidad?

El aseo en seco y la apariencia del vestido, signan la manera de entender la higiene corporal del período. De hecho en sus orígenes la ropa interior permanecía oculta bajo otras prendas. Pero a partir de los siglos XV-XVI empezó a asomarse al exterior, inisnuándose alrededor del cuello y puños. Su blancura era un indicador visible de la limpieza en la persona que la llevaba puesta. Se vuelven una especie de escaparate de limpieza, pero también inevitablemente de lujo y refinamiento con todos sus encajes, tiras bordadas y festones.¹²

3.- La Ropa y la importancia de lo blanco. La ropa interior.

¿Qué hace que la gente se vuelva sensible a los olores? Parte del aseo en ésta época era tirar por la ventana los orinales a la calle, la cual se convertía en un arroyo de olores y miasmas pútridos, donde proliferaba la suciedad, animales sucios como ratas, y con esto, las enfermedades.

Se comienza a usar en forma habitual el dar agua para las manos, como signo de cortesía y amistad. En las casas nobles se ven los “aguamaniles” con frecuencia para el aseo de las manos y el rostro.

¹² Sarti, R. Vida de familia. Casa, comida y vestido en la Europa Moderna. Barcelona Crítica 2003, pp. 252-253

La camisa (ropa interior) no se ve, pero ayuda a separar la tela pesada del traje de la piel. Todavía no se le da el uso debido, pero ya comienza en ciertos niveles a ser necesario tener varias prendas que pueden ser hasta seis, con los puños blancos y a veces con encajes, de color blanco. Sin embargo el calzón se cambia a veces una vez cada mes. El traje acapara las miradas y no debe de verse ajado ni sucio, ya que eso haría a la persona *non grata*. Sin embargo, los manteles y lencería se cambiaban diariamente en la casa. Es usual contar con suficientes, y a veces hasta en exceso. No se sabe con certeza que tan frecuente se lava la ropa interior, porque no se le da importancia a este hecho.



DE HOOCH, Pieter. *El armario de la ropa blanca*. 1663. Óleo sobre tela. Museo Nacional de Amsterdam.

Vemos una obra del pintor Pieter de Hooch, quien nos lleva a través de su pintura, a algo tan cotidiano como guardar la ropa blanca de uso en una casa. En esta labor tan frecuente nos damos cuenta el lugar tan importante que en Holanda se le daba a esta actividad.

Estos hábitos de limpieza alcanzan a la manufactura textil en Holanda que sigue procesos de fabricación complejos:

...el lienzo era tejido en largas piezas, sumergido en un baño de ácido láctico lavado, aprovechando el agua limpia de las dunas, colgado para secarse y extendido sobre los campos para su blanqueado natural. Destinado a la confección de lencería, ajuares, ropa de cama y mesa, el uso de ropa blanca es un signo de higiene y distinción muy estimada en una sociedad como la holandesa caracterizada por su sentido del orden, el gusto del confort y el amor a la limpieza. Los holandeses alardeaban de la excepcional calidad de sus linos, que exhibían en cuellos primorosos,

¹³ Bolaños Atienza María, Interpretar el Arte. Edit. Libsa. Pág.86



CHARDIN, Jean Baptiste Simeón. *La lavandera*. Óleo sobre tela. 1735. Museo del Hermitage, San Petesburgo, Rusia.

que eran la envidia de Europa, pues como decía un inglés "en ningún sitio se ven camisas tan finas como en Holanda".¹³

Se tiene ropa de uso diario en la casa: manteles, sábanas, servilletas, en mayor cantidad que la ropa que se usa en el cuerpo, siendo la más usual las camisas blancas, ya que la ropa interior podía pasar meses sin que sintiesen necesidad de cambiarla. Pero se llegaban a tener varias camisas para cambiarse el mismo día, porque se pensaba que la ropa blanca absorbía los olores.

En esta pintura que debemos al pincel de Jean Baptiste Simeón Chardin, vemos otro momento maravilloso del día: contemplamos a una mujer lavando ropa blanca, mientras otra en el patio, tiende alguna prenda más, y el niño toca la flauta acompañando a su mamá. El agua es sumamente necesaria, ya que se usa para tener la ropa limpia, blanca y presentable, que todos los nobles usaban para parecer "limpios".

En el siglo XVII ya es importante lavar el rostro y las manos al levantarse y traer ambas partes del cuerpo limpias, ya que éstas tocan todo y por ello deben ser objeto de limpieza constante, lo mismo los dientes, ya que se lleva alimento constantemente a la boca. El cabello hay que cortarlo y peinarlo y quitar la mugre con polvos, así como cortar las uñas cada ocho días.



RENOIR, 1890. Óleo sobre lienzo. Impresionismo. Museum of Art, Filadelfia, E. U.

El baño se usa en fiestas y recepciones, es un elemento que indica riqueza y pertenece a una cierta clase social. Las crónicas cuentan que Felipe "El Bueno", sólo tomaba baños cada cuatro a cinco meses, y en ese tiempo eso era normal entre la gente acomodada.

En este periodo, el agua se usa casi siempre para adorno público, como fuentes, cascadas, etcétera, aunque no sólo para eso: en esta pintura vemos como el agua es fuente de placer en "Las grandes bañistas", de Auguste Renoir: se ven jóvenes gráciles, desnudas, nadando y bañándose con alegría. Se vincula este tipo de actividad con los placeres y el juego.

Dice VigarelloUna historia de la limpieza corporal es, por tanto, una historia social.

Aun siendo algo agradable, el uso del baño sigue siendo muy limitado, incluso para la misma aristocracia, ya que no en todos lados se observa la instalación de éste. Ni aún en los hoteles era común. En 1750, de 73 hoteles en París, sólo cinco cuentan con baño. Se va pasando del agua caliente, a la tibia, llegando a la fría, la cual es más aceptada porque da vigor y endurece los músculos.

El baño se asocia a una época de calor donde el baño da frescura, provoca relajación, y dispone al sueño. Poco a poco vamos llegando a la limpieza como se concibe actualmente, y con ella a la higiene, la cual va de la mano con la apariencia.

Georges Seurat en su estilo tan clásico, nos permite observar un día de descanso, posiblemente un domingo. Varias personas se encuentran en la orilla de un río. Se ve que un niño ha estado dentro del agua y ahora reposa, sentado frente al agua, mientras otros todavía gozan del baño. Cada vez más la gente comienza a buscar la frescura de un baño, y el placer de la convivencia en un ambiente agradable.

4.- El perfume y su importancia en el aseo.

El perfume se usa para recrear la sensación de limpieza. Se comienzan a usar friegas y perfumes importantes en este tiempo. Queda documentado que la persona que suda, se frota vigorosa-

mente las axilas con un trapo perfumado porque el olor que se expide es desagradable y hay que eliminarlo.

Nos dice Alain Corbet que desde la antigüedad, los médicos no cesan de repetir que, de todos los órganos de los sentidos, la nariz es la más próxima al cerebro, lo que explica la rapidez y el poder de acción de los olores inhalados.

Hemos hecho comentarios anteriormente de cómo se comienzan a usar los perfumes entre la aristocracia, tratando de que los olores sean agradables en los sitios donde la gente se reúne, siempre siendo las personas con dinero las que tienen la oportunidad de usarlos ya que tienen acceso a éstos.

La aristocracia vive con afeites, coloretes y perfumes que dan una apariencia de limpieza y confort (así lo sienten y creen esas personas). Se pierde gracia por exceso de artificio en esos peinados piramidales y llenos de polvos y pomadas de olores fuertes, los cuales se usan en forma profusa.

El exceso en el uso de esas pomadas, perfumes y polvos va formando una capa que impide la transpiración: por esa razón se cae el cabello, y la gente padece fuertes dolores de cabeza. Hay también quien muere por la mugre que se va acumulando.

El perfume tiene mucha importancia en este período. El olfato se vuelve importante en una sociedad en que se percibe el olor al transpirar y denota la falta de aseo, ya que en ocasiones el baño se hace un lado y se recurre a estar "limpio" a los ojos de los demás aseándose sólo la cara y las manos y recurriendo a la limpieza de la ropa blanca que es la que se usa interiormente:

La moda del pañuelo perfumado, elemento de privilegio en las estrategias feme-



SEURAT, Georges Pierre. *Un baño en Asnières*. 1884. Óleo sobre lienzo. Puntillismo. National Gallery de Londres, Londres, Reino Unido

¹⁴ Corbin, Alain. El perfume o el miasma. El olfato y lo Imaginario social. Siglos XVIII y XIX. Fondo de Cultura Económica, México, p. 91.

ninas, se mantendrá durante el siglo XIX. Los perfumistas, pero también las coquetas, confeccionan "cojincitos para llevar encima" y los llenan de violeta ligeramente almizclado. Las almohadillas de Inglaterra, de seda o de tafeta de Florencia – pues otras telas corrompen los olores – se confeccionan en casa. Disimulan un cojincito de algodón perfumado o una pulgarada de polvos olorosos. Se les ata con listones sobre las batas de las damas, se les coloca en armarios, cómodas y cajones de las mesas de noche.¹⁴

Pero este tipo de aseo exterior tenía sus inconvenientes: los rostros de la nobleza se van deteriorando y presentando un aspecto detestable por los polvos y los almidones que deterioran su piel y dan inclusive una sensación de mugre. Los postizos, ensucian el cabello, el cual pierde su brillo; las mejillas van perdiendo color y los rizos piramidales estropean el cabello.

La Enciclopedia metódica de 1789 dice que "la mayoría de los afeites están compuestos de minerales más o menos dañinos pero siempre corrosivos, y algunos funestos efectos son inseparables de su utilización".

Después de que se abusó de este tipo de "aseo", del cual no todos podían participar, porque por supuesto los perfumes no eran fáciles de adquirir para el pueblo en general, se empieza a generar una transformación en la limpieza, ya que se comienza a percibir que también la salud era importante. Y es que los cambios han sido radicales. Para cerrar este tipo de transformación, nos referiremos a una anécdota que se decía de Enrique IV de Francia:

El puesto de honor entre los mugrientos lo tiene Enrique IV de Francia, el cual no solamente no se baña nunca sino que además no tenía ni siquiera la costumbre de perfumarse. En su noche de bodas su esposa estuvo a punto de desmayarse y cartas de sus amantes dejaron testimonio de las náuseas y vahídos que sufrieron al compartir su lecho.¹⁵

Con la ciudad industrial llegan nuevas formas antes no concebidas de limpieza: para la calle, las casas, los cuerpos, etc; es una forma de ir cambiando lentamente las costumbres, no sólo de las personas adineradas, sino también del pueblo en general.

Como la limpieza llama a la limpieza, la del alojamiento exige la del vestido y ésta la del cuerpo, y ésta finalmente, la de las costumbres.¹⁵

5.- La higienización en general.

Con estos cambios se persigue llegar a un punto en que todo se encuentre libre de gérmenes y bacterias, dentro de lo posible. Ya no nos podemos guiar por lo que "vemos", lo "sucio", por el "olor": debemos ir más lejos todavía, no orientarnos por una piel blanca y limpia, ya que ésta puede tener bacterias. Es importante cuidar las fuentes públicas, las pilas de agua bendita de las iglesias. El baño es el mejor desinfectante, pero teniendo cuidado, ya que se llegó al extremo de pensar que el agua podía volver a poner en la piel las bacterias por lo que se "restregaba" la piel varias veces al día.

¹⁵ Corbin, Alain. El perfume o el miasma. El olfato y lo Imaginario social. Siglos XVIII y XIX. Fondo de Cultura Económica, México, p. 91.

¹⁶ Vigarello, Georges, Lo limpio y lo Sucio. Edit. Alianza. Madrid., pág. 241

¹⁷ Vigarello, Georges Lo Limpio y lo Sucio. Edit. Alianza. Madrid. Pág. 256

El lavado de manos se vuelve imprescindible: al dejar la casa, al llegar al trabajo, al regresar al hogar, y por supuesto cada vez que se va a ingerir un alimento:

Las zonas corporales que vigilaban tradicionalmente los tratados de urbanidad (manos, rostros, boca y dientes) se convierten de pronto en algo de lo que se ocupan los tratados de higiene de fines de siglo.¹⁷

6.- El baño como una prolongación de la alcoba.-

Llegamos en nuestro recorrido a la cotidianidad de la intimidad del baño, algo sumamente necesario en la vida diaria. Y sin embargo, en el viaje emprendido desde el siglo XIII, hemos visto que el baño se usó y se siguió utilizando en los demás siglos, pero en forma de placer, algo típico de un burdel. Pero el baño se va haciendo necesario en la vida diaria, por limpieza, por higiene, por sentir esa sensación de frescura y de vigor que invade el cuerpo al hacerlo diariamente.

Ya en el siglo XIX, vemos con naturalidad una dama tomando un baño en un cuadro de Jean Auguste Dominique Ingres. Este artista nos lleva con su pincel a adentrarnos en la intimidad de esta hermosa mujer. No sabemos si es una alcoba, o se encuentra en algún lugar privado donde puede llevar a cabo su higiene personal. Sin embargo en este siglo, no siempre es común "tener" en forma privada un lugar acondicionado para este evento. Todavía en los hoteles, como dijimos anteriormente, no siempre hay baños para todas las personas.

En la segunda mitad del siglo XIX, va tomando forma un baño, pensando en las mayorías, ya que usar tinas es costoso y lento cuando hay muchas personas, como en el ejército o en las cárceles, donde se ha llegado al conocimiento que para tener salud se debe tener limpieza, tanto de los lugares donde se alojan, como en forma corporal. Y surge la ducha, para que en forma de "lluvia" se laven las personas.



INGRES, Jean Auguste Dominique. La bañista de Valpicon. 1808. Óleo sobre lienzo, neoclasicista francés. Museum of Art Filadelfia (PA) Philadelphia.

En 1857 se hace un primer intento con el 33º. Regimiento de línea de Marsella:

... varios soldados pasan juntos bajo un mismo chorro vertical: Los hombres se desnudan en la primera habitación y con un pedazo de jabón cada uno, van a formarse de tres en fondo bajo el tubo regadera; tres minutos les bastan para limpiarse de la cabeza a los pies. En cuanto se retira la primera serie, deja libre el sitio para otros tres, preparados por adelantado y así sucesivamente.¹⁸

¹⁸ Vigarello, Georges, Op. cit., p. 274

Vigarello, concluye en su libro cómo el baño y su espacio forman una unión indisoluble para esta práctica en la vida moderna:

“Quizá nunca se había manifestado hasta tal grado esta exigencia de intimidad. Jamás, quizá, no se había asociado la historia de la limpieza con la del espacio: crear un lugar cada vez más privado en el que el aseo se hace sin testigos, reforzar la especificidad de este lugar y de estos objetos” ¹⁹

7. Conclusiones

El agua no solo es líquido vital para la subsistencia del ser humano, sea individualmente o como grupo social, sino que, y seguramente por lo aseverado, en diversas culturas el agua pasó a formar parte del culto religioso a través de prácticas de purificación.

Los procesos culturales históricos nos muestran que el agua, líquido necesario y de uso cotidiano, dependiendo del contexto social, también pasa a la consideración de una práctica de aseo personal o colectiva para una placentera convivencia.

Resulta interesante cómo, en la obra literaria *La traición de Roma*, que recrea un evento en el siglo I, en el cual en un edificio destinado a los baños colectivos conviven dos de los más famosos personajes capitales de la historia, Aníbal y Escipión, cartaginés y romano, enemigos acérrimos, pero aún así pueden disfrutar de un ambiente relajado en que el agua cumple su tarea placentera en medio de una tregua, en que las armas velan mientras la contienda espera para mejor ocasión.

El agua forma parte de un proceso cultural donde a veces cumple un papel de importancia en los ritos religiosos, o a veces es denostada, como cuando se llegó a considerar el vehículo de propagación de la enfermedad de la peste negra en el siglo XIV en Europa, y por consecuencia peligrosa en el uso del aseo personal.

La historia da testimonio sobre los “baños secos” que se usan para poder verse limpios y así conservar el equilibrio del cuerpo, y no permitir que la enfermedad penetre en él.

El agua se vincula a las pautas o prejuicios sociales del momento: en algunos casos, se da importancia sólo a la limpieza de la ropa que se muestra al exterior; parece que la interior no importa. En otros casos, se observa la importancia de los perfumes en la convivencia social para suplir la ausencia del baño como tarea de aseo.

El artista, el pintor, fino observador de las prácticas mundanas de las sociedades en que le toca convivir, deja plasmada el continuo proceso de la consideración que merece el agua, tanto como líquido vital, como para el aseo e higiene, acciones asociadas a uno de los bienes más preciados del ser humano, la salud.

Las ilustraciones de famosas obras de pintores que han dejado plasmado el uso del agua en ese proceso cultural, sirven para mostrar las prácticas citadas y reafirmar la situación cambiante que el agua ha venido jugando a lo largo de los tiempos y lugares.

Seguramente que en el siglo XXI, el agua, que cada vez más escasea ante la creciente demanda, será objeto de cambios en su uso individual y colectivo, que por ahora no imaginamos o apenas vislumbramos.

¹⁹ Íbidem, p. 268

El proceso de empobrecimiento de la clase media en México

Leonor Domínguez Valdés

Resumen

Con este trabajo, pretendo dar continuidad a otros anteriores, mismos, que he elaborado en relación con la misma temática: el empobrecimiento de la clase media como uno de los principales fenómenos que han producido el adelgazamiento, o más bien, la ruptura del tejido social en nuestra nación.

Palabras clave: empobrecimiento, clase media, tejido social, nación.

Abstract

With this work, I intend to continue with previous ones, ourselves, who have developed in relation to the same subject: the impoverishment of the middle class as one of the main phenomena that have been thinning, or rather, the breakdown of social in our nation.

Key words: impoverishment, middle class, social fabric, nation.

Introducción

El motivo fundamental por el cual, desde hace doce años me he dedicado a estudiar la pobreza, a partir de la perspectiva del proceso de empobrecimiento de la clase media, surge del principio de que si bien, hoy día son muchos los especialistas quienes se han ocupado del tema, aún son muy pocos aquellos quienes le han prestado atención al abordaje de la problemática vinculada con el proceso de deterioro económico y social en los diferentes estamentos que conforman dicho sector de la sociedad.

Para la elaboración de este trabajo, empezaré por describir el problema en cuestión, desde una perspectiva diacrónica. Así, daré inicio a la generación de este artículo, mediante una brevísima reflexión, en torno al comportamiento de la economía nacional, a partir de la década de los años ochenta y cuál es la condición actual de este importante sector de la población del país.

Posteriormente, haré una descripción etnográfica acerca de cuáles han sido algunos de los principales síntomas que revelan el estado de deterioro de la clase media y cómo es que esto se ha

visto reflejado en el estilo de vida de esta capa de la sociedad nacional.

El siguiente punto de análisis estará directamente vinculado con el proceso de deterioro y merma del capital económico y social de este importante grupo poblacional, mismo que representa al 32% de la población nacional. (Cfr: Aguilar Rodrigo. www.google.com/CNN-México: julio de 2011).

Es evidente que para poder hacer una aproximación adecuada al análisis y la elaboración de propuestas de solución al problema en cuestión, es necesario que se establezca como condición de posibilidad, la diferenciación de aquellos rangos en los que se les suele ubicar a los diversos hogares que se considera pertenecen a la clase media mexicana.

Así, y para fines prácticos del trabajo de análisis, habré de considerar que la clase media mexicana se concentra fundamentalmente en tres estamentos. A saber: clase media-alta, clase media-media y clase media-baja.

Ahora bien, a fin de poder presentar algunas alternativas de solución a los múltiples problemas que aquejan a este sector de la población, resulta imprescindible señalar de qué manera se ha visto afectado cada uno de los estamentos que en su totalidad constituyen la denominada "clase media" mexicana, y cuál ha sido el impacto de la crisis en cada uno de ellos.

En cierta medida, todos y cada uno de los sectores que juntos constituyen la clase media nacional han visto afectada su estabilidad económica y social, y han tenido que hacer ajustes significativos en sus proyectos de gastos, inversión en la adquisición de bienes y demás insumos necesarios o suntuarios, que acostumbraban consumir las familias de cada una de las esferas que conforman la clase media de nuestro país.

Como ejemplo presentaré tres estudios de caso, con la pretensión de que cada uno de ellos posibilite las condiciones para tener una clara percepción de las semejanzas y las diferencias que existen entre cada uno de los tres grandes estratos socio-culturales y económicos, que juntos representan al 32% de la población nacional.

Finalmente, presentaré una propuesta que muestre algunas alternativas de solución a los problemas económicos y sociales que enfrentan actualmente las familias de clase media, mismos que han tenido una profunda incidencia en la dinámica psicológica y afectiva de cada una de las personas quienes conforman el sistema familiar y de éste como entidad total.

Planteamiento del problema

En todos los países del mundo, la clase media constituye el sector más importante de la sociedad, toda vez que es ésta la que hace las veces de amortiguador y banda elástica que regula la tremenda tirantez que existe entre la pequeñísima capa de la población que conforma la clase alta, y la densa y cada vez mayor franja poblacional que constituye la clase baja del país.

Históricamente, la clase media ha sido el elemento regulador del equilibrio y el balance entre los sectores más ampliamente favorecidos, y aquellos cuyas condiciones de vida son altamente precarias.

Ciertamente, la clase media surgió como tal con el advenimiento del desarrollo del modo de producción capitalista. No obstante, ya desde el periodo feudal, es posible ver que existía un

cierto sector de la sociedad al cual solía dársele el título de hidalguía y si bien éstos no pertenecían al sector social conformado por la nobleza, tampoco formaban parte de lo que constituía al conglomerado social de la gente plebeya.

Hoy día, la existencia de ese importantísimo sector de la población, que pertenece a la clase media, resulta ser vital para el mantenimiento de la estabilidad y la paz social en cualquier país del mundo.

Actualmente, nuestro país tiene una población de 112,336,000,000 de habitantes y toda la riqueza de la nación se encuentra concentrada en las manos de un 3% de la población nacional. Estos son los grandes magnates del país, a quienes ya en más de una ocasión se les ha denominado los "amos de la nación". En torno a ellos podemos hacer mención de otro pequeñísimo segmento de la población, mismo que aglutina a un porcentaje de aproximadamente el 8% de la población del país, quienes constituyen la clase alta. Estos son los ricos de nuestro país y son quienes poseen algunas de las empresas de gran capital.

A la clase media mexicana la integran un total aproximado de 32,000,000 de personas. Este sector de la población está integrado en su mayoría, por medianos y pequeños empresarios y por empleados que ocupan cargos de nivel alto y medio alto en los diferentes sectores de la producción nacional.

Por último, la clase baja mexicana está integrada por un total de 50,000,000 de personas. Este sector de la población es el que suele dedicarse a la realización de trabajos que requieren de una inversión de destrezas técnicas mínimas. También forman parte de esta fracción la gente que puebla nuestro país aquellas personas quienes realizan trabajos manuales.

No debemos olvidar que de entre este sector de la población nacional, más de 20,000,000 de mexicanos, viven por debajo de lo que denominamos la línea de la pobreza. Es decir, que estamos de frente a un vastísimo sector de la población que vive en condiciones de pobreza extrema o miseria.

Desarrollo

En cierta forma, podemos decir que la formación de una incipiente clase media surgió durante el feudalismo, durante este periodo de la historia, la sociedad no estaba estratificada en clases; existía una clara división de estamentos, en torno a los cuales, se aglutinaban aquellas personas quienes poseían mayores riquezas y éstas conformaban el núcleo al que pertenecían la alta y la baja nobleza.

Luego, había otra capa de la población, misma que estaba integrada por aquellos sujetos quienes se dedicaban ya sea a las artes de la guerra, el cultivo del conocimiento, el comercio, o bien, aquellos quienes poseían pequeñas propiedades destinadas a la producción de alimentos, o a la cría de ganado.

Por último, podíamos contar con una enorme franja de la población, en su mayoría formada por gente pobre que no poseía propiedad o bien alguno, y cuya forma de ganarse la vida consistía en trabajar como peones o como criados al servicio de los nobles.

El surgimiento de la revolución industrial europea dio paso a la aparición del modo de producción capitalista, y con ello al nacimiento del modelo de estratificación social en clases. Así fue como la nueva sociedad europea se dividió básicamente en tres grandes estamentos, en torno a los cuales se organizó la vida económica y social.

La clase alta representaba a los grandes terratenientes, al naciente sector empresarial y mercantil. La clase media estaba constituida por aquellas personas quienes dominaban las artes y las ciencias, o bien, por los artesanos quienes eran sabedores de oficios.

La clase baja estaba constituida por una vasta masa de población trabajadora. Estas personas se ganaban la vida como obreros, trabajadores agrícolas asalariados y como empleados del servicio doméstico, entre otras cosas.

Con la instauración del modo de producción capitalista y con la evolución posterior que éste ha tenido, el modelo de estratificación social en clases sociales ha prevalecido hasta nuestros días. No obstante, hoy día, cada una de éstas se ha subdividido en una serie de estamentos, mismos que hacen que la distancia que existe entre uno y otro de estos a veces resulte casi abismal.

Toca ahora que me ocupe de la evolución que han sufrido el mundo y el país en la actualidad. La década de los años ochenta del siglo XX marcó un hito en la historia del mundo y como consecuencia lógica en la dinámica económico-social de nuestro país, que fue entonces, cuando se instauró el modelo neoliberal en el mundo, mismo que sin preámbulo alguno, simplemente arrasó con lo que otrora fuera el modelo económico mexicano basado en la política del “Estado Benefactor”.

Esta irrupción tan abrupta del sistema neoliberal en la economía nacional trajo consigo, en primer término, una profunda devaluación de la moneda mexicana, misma que tuvo lugar en 1982.

Posteriormente, en 1987, México se vio estremecido por una estrepitosa caída de la bolsa mexicana de valores y con ello un gran contingente de personas (en su mayoría jubiladas y pensionadas) de clase media, vieron seriamente afectada su estabilidad económica, toda vez que al tener un nulo conocimiento acerca del comportamiento de los mercados bursátiles, habían invertido el producto de sus ahorros en la compra de este tipo de instrumentos de inversión.

Dicho evento, marcó la pauta para que sobreviniera un proceso posterior de franca decadencia de aquello que ilusoriamente parecía ser el despegue de nuestro país y su carrera ascendente hacia el primer mundo.

El auge de la industria maquiladora en México, mismo que no fue sino un espejismo, cayó en picada cuando los mercados de los países emergentes de Asia resultaron ser mucho más atractivos para las empresas transnacionales que los nuestros, que en las naciones asiáticas hay un gigantesco ejército de fuerza de trabajo disponible, que suele laborar por salarios mucho menores que aquellos que cobran los trabajadores mexicanos.

Además, en las naciones emergentes de Asia, tales como China, Singapur, la India y Corea, no existe ley alguna que regule los salarios, los horarios y días a los cuales deberá estar sujeta la jornada laboral de los operarios, ni existe tampoco un sistema de seguridad social que ampare a los mismos.

Lo anterior hace evidente el hecho de que bajo esas bases, los costos de producción y consecuentemente las ganancias que resultan de la instalación de plantas maquiladoras en países más pobres que el nuestro, suelen ser mucho más jugosas para los inversionistas de las grandes corporaciones transnacionales.

Posteriormente, el país se vio sacudido por una serie de acontecimientos de naturaleza político-social, tales como los asesinatos de importantes actores de la vida nacional, mismos que estremecieron a la sociedad mexicana e internacional en general. A esta serie de eventos, se les

sumó el proceso de devaluación de la moneda, mismo que tuvo lugar a finales del año de 1994, y posteriormente el día uno de enero de 1995 el país se vio estremecido ante el movimiento guerrillero insurgente en Chiapas. Esta secuencia de eventos concatenados se fueron sumando hasta llegar a generar algo que podríamos definir como una crisis económica permanente, la cual se tradujo en un deterioro cada vez mayor de las clases media y baja de nuestro país.

La distancia entre el sector de la población que constituye la clase alta y las debilitadas clases medias y bajas del país, se ha agudizado cada vez más.

Condiciones actuales de la clase media mexicana

Actualmente, la clase media mexicana se ha visto seriamente afectada y esto se ha reflejado en un franco deterioro de su capacidad adquisitiva y en una estrechez económica cada vez mayor, lo cual se ha manifestado en la incapacidad, o bien, la dificultad de este sector de la población para poder cubrir los gastos que le demandan su condición socio-cultural y el estilo de vida con el que solían vivir.

La reducción del poder adquisitivo de la clase media ha obligado al sector que la constituye a reducir sus costos de inversión al máximo, con tal de poder conservar la capacidad de mantener un ritmo de vida digno. Las familias y personas, quienes pertenecen a la clase media, han reducido al máximo sus gastos en la adquisición de objetos suntuarios, tales como alimentos y bebidas que no resultan ser indispensables, para el sano sustento de la misma. También han reducido los costos de inversión en la adquisición de artículos de uso personal, tales como vestido, calzado, accesorios y aquellos productos necesarios para el aliño personal.

Los rubros destinados a la inversión en el mantenimiento y el cuidado preventivo y curativo de la salud también se han reducido al máximo, y cada vez son más las personas de clase media quienes acuden a recibir atención en salud en las clínicas y los hospitales públicos, tales como los hospitales generales, municipales, universitarios y aquellos a los cuales tienen derecho los trabajadores al servicio del Estado.

Hoy día, incluso aquellos empleados quienes ocupan niveles gerenciales medios, medios altos e incluso altos, suelen acudir a recibir atención médica en las clínicas y los hospitales del IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social) y del ISSSTE (Instituto de Seguridad Social, al Servicio de los Trabajadores del Estado). La introducción al mercado de los medicamentos genéricos—intercambiables, también ha resultado ser de gran ayuda, para las familias y las personas de clase media, toda vez, que el precio de estos productos, es mucho menor, que el precio de los productos de patente. Pese a que la tasa de reproducción actual de la población es de 1.8 hijos por pareja, para las familias de clase media resulta cada vez más difícil costear la educación para sus hijos.

Actualmente, para la clase media mexicana, la inversión en la educación de sus hijos representa una prioridad y es por ello que éstas gastan gran parte de sus ingresos en este rubro.

Para este sector de la población la posibilidad de educar a sus hijos en escuelas y universidades privadas guarda un significado muy especial, puesto que el ingreso de los niños y los jóvenes a este tipo de instituciones demanda una inversión económica mucho mayor de parte de los padres de éstos.

En oposición a lo anterior, la educación en las escuelas y universidades del sector público suele ser mucho más económica. No obstante, desafortunadamente, la calidad en los procesos de

enseñanza aprendizaje frecuentemente suele ser mala. Al contrario de lo que ocurre en otros países, en México, aquellos estudiantes quienes egresan de las escuelas y universidades del sector público suelen encontrarse con mucho mayores dificultades al momento de competir con los alumnos egresados de las universidades privadas por las diferentes posiciones en los mercados laborales.

Así, una vez que las familias de clase media han invertido la mayor cantidad de su capital disponible en los rubros de inversión que he señalado antes, la posibilidad de destinar por lo menos una parte de sus ingresos en la creación de un fondo de ahorro para el retiro, suelen reducirse al mínimo, cuando no resultan ser nulas.

La trampa del endeudamiento:

Las condiciones actuales del mercado laboral presentan una marcadísima tendencia a la reducción de la planta de trabajadores y eso hace que una significativa cantidad de personas, sean despedidas de sus empleos y al no contar con una reserva de capital que les permita sobrevivir recurren al endeudamiento, ya sea, mediante el uso de las tarjetas de crédito, la adquisición de capital en los mercados de compra de dinero por la vía informal como la usura, o bien, mediante la venta de sus activos fijos.

La situación suele agravarse a medida que se retrasa la reincorporación de las personas en el mercado de trabajo, toda vez que es entonces, cuando se han agotado las reservas económicas de las cuales dispone la familia para poder solventar los gastos fijos que exige el diario vivir.

Cuando la clase media opta por alternativas más sanas para su sobrevivencia.

Algunas de las estrategias más útiles a las cuales suele recurrir la clase media para sobrevivir de manera más eficaz y eficiente a la crisis, son las siguientes:

Las familias de clase media suelen tener una mayor capacidad para evaluar la relación costo—beneficio que representa el hecho de pertenecer a un sector tan vulnerable como éste, suelen adoptar una actitud de previsión, con objeto de poder sortear alguna crisis que eventualmente se pueda presentar.

Estas familias suelen ser capaces de jerarquizar y priorizar sus necesidades y demandas más importantes. De esta manera, antes de adquirir o no algún bien, ponderan la importancia de comprarlo o no.

La regulación del consumo y la ponderación, acerca de si es necesario o no adquirir algún bien evita que las familias caigan en la trampa del consumismo, de tal manera, que se abstienen de adquirir cualquier artículo que no resulte ser absolutamente necesario para alguno de sus miembros.

Otra de las tácticas que suelen seguir las familias de clase media, quienes intentan ser capaces de funcionar eficientemente, es la siguiente:

Las familias de clase media, quienes tienen una cultura de previsión y conservación de

su estatus, optan por ponderar en un estricto orden de importancia, las verdaderas necesidades de cada uno de sus miembros.

Así, el primer rubro que éstas deberán asegurarse que quede satisfecho, es el de la satisfacción de las necesidades básicas; que les permitan tener la seguridad de que contarán con los recursos necesarios para mantener estándares saludables de alimentación, vestido, salud, techo y educación.

También es muy importante que las familias puedan satisfacer sus necesidades superiores, tales como: el sano esparcimiento, la posibilidad de tener acceso al conocimiento, el enriquecimiento de su vida emocional, afectiva y la capacidad de disfrutar del gozo estético entre otras.

Por último, las familias de clase media han optado por reestructurar su dinámica social al interior de las mismas, al haberse visto impelidas a incorporar al mercado de trabajo a todos aquellos miembros de la misma, quienes constituyen el sistema. Así, cuando alguno de sus integrantes pierde el trabajo, o bien, cuando el salario de los jefes de familia ya no alcanza para sufragar los gastos, los ingresos del resto de sus miembros serán de gran utilidad para el mantenimiento de la estabilidad económica de la misma.

El impacto de la crisis económica en la dinámica emocional y afectiva de las familias de clase media

El actual estado de cosas ha generado en las personas un profundo sentimiento de inseguridad y temor ante la posibilidad de verse en riesgo de perder sus empleos, o bien, de tener que cerrar sus pequeñas o medianas empresas.

Lo anterior ha traído consigo un enorme incremento en los niveles de estrés e inseguridad en los individuos. Muy frecuentemente éste se refleja en el incremento en la ingesta de alcohol, en un aumento en el consumo de tabaco, y en el incremento de los niveles de irritabilidad e intolerancia de las personas, mismo que es fácil apreciar en la manera de conducir, en la falta de tolerancia para escuchar, para esperar y una clara disminución de la capacidad para resistir la frustración.

Lo anterior ha traído como consecuencia un incremento importante en la presencia de trastornos de ansiedad, depresión, trastornos del sueño y en ocasiones un cierto grado de paranoia. Esta última condición, se ha visto agravada por el fortísimo impacto que el clima de violencia e inseguridad han tenido sobre la sociedad civil.

La presencia de estas condiciones de inestabilidad emocional afectan a toda la familia, de tal manera que cuando uno de sus miembros sufre alguno de estos trastornos o alteraciones, todo el sistema familiar enferma y entonces sobreviene en mayor o menor medida la pérdida de la armonía afectiva en todos los miembros del conjunto universal de la unidad económica de producción.

“Cuando el hambre entra por la puerta, el amor sale por la ventana”

Si al desgaste económico que por más de cuatro décadas ha sacudido a las familias mexicanas de clase media le sumamos la creciente oleada de violencia que ha hecho presa a la nación durante un lapso de más de diez años, resulta imposible que pensemos, que esta situación no vaya a traer consigo cambios importantes en la dinámica de las parejas.

Durante años las familias han estado habituadas a mantener un cierto ritmo de vida y re-

pentinamente se ven obligadas a renunciar a él, es fácil esperar que tarde o temprano sobrevengan los problemas y las fricciones conyugales y, que como consecuencia de ellos, los hijos, hermanos, padres e incluso otros miembros de la familia, se vean afectados.

En aquellas familias de clase media, en las cuales el hombre suele ser la cabeza de la misma y repentinamente pierde su trabajo, las mujeres suelen experimentar una enorme inseguridad y un inmenso temor ante el futuro.

Cuando la pareja suele ser más funcional y sana; frecuentemente, la mujer suele convertirse en un pilar afectivo para el hombre e incluso, suele incorporarse al mercado de trabajo, para así poder contribuir, al sostenimiento de la casa.

En otras ocasiones, cuando la jefatura familiar recae sobre el hombre y la relación con su pareja guarda un cierto grado de disfuncionalidad, o bien, una funcionalidad patológica, la pérdida del trabajo de éste suele tener una fortísima resonancia en la estabilidad de la misma.

Entonces cabe la posibilidad de que el hombre al no sentirse suficientemente apoyado por su compañera caiga en un estado depresivo y viva la inactividad y el paro laboral en condiciones de una inmensa soledad, lo cual suele agravar en él, la vivencia de minusvalía, misma que puede conducirlo a un estado de parálisis emocional que se traducirá en la pérdida de la autoconfianza, lo cual a su vez, reducirá sus posibilidades de lanzarse más agresivamente a la búsqueda de empleo.

No es algo infrecuente ver que las mujeres cuyos esposos han sufrido la pérdida de sus empleos, o quienes han vivido la quiebra de sus pequeñas o medianas empresas, se sientan incapaces de hacerle frente a la situación y entonces opten por irse de la casa, ya sea temporal o definitivamente.

En aquellos casos en los cuales la mujer es y ha sido el apoyo y el sostén de la familia, la situación suele ser diferente, toda vez, que como producto de su formación socio-cultural a las mujeres no se les ha inculcado ese acendrado sentido del deber, que las obliga a mantener un cierto estatus social y que deposita toda su valía en términos de su capacidad de generar ingresos.

Así, a diferencia de los varones, cuando son las mujeres quienes pierden el trabajo, suele resultarles mucho más fácil dedicarse al desempeño de cualquier otra actividad que les reporte ingresos aunque ésta no represente para ellas una posición de estatus.

Diseño de un proyecto de prevención y atención terapéutica individual y familiar, para aquellas personas y familias cuya estabilidad y salud mental se encuentran en situación de riesgo

Una vez que hemos comprobado que la actual crisis económica ha abatido a la clase media por más de cuatro décadas, y que ésta ha traído consigo un desgaste significativo en la salud mental de un número cada vez más importante de personas, he considerado que es absolutamente necesario que se implementen programas preventivos y terapéuticos en materia de salud mental en todas las clínicas y hospitales de los sectores público y privado.

También en las instituciones eclesiásticas, escolares y en los mismos centros de trabajo deberá de haber centros de atención para personas quienes viven los efectos psicológicos que suele traer consigo la pérdida del empleo.

La pérdida del trabajo, como cualquier otra, representa una situación de muerte y como tal, una experiencia de vacío y pérdida del sentido y el significado de la vida.

Con base en lo anterior, es que considero necesario poner en práctica el proyecto en cuestión.

Pasos a seguir:

- 1.- Entrevista de evaluación individual.
- 2.- Entrevista de evaluación familiar.
- 3.- Análisis diagnóstico.
- 4.- Diseño del plan de trabajo a seguir para cada caso concreto.
 - 4.1.- Plan de trabajo individual (con la persona directamente afectada por la pérdida del empleo).
 - 4.2.- Plan de trabajo familiar (con el o la consultante y todas las demás personas, quienes conforman el sistema familiar).
- 5.- Diagnóstico.
 - 5.1.- Individual (evaluación diagnóstica de la persona directamente implicada en el problema).
 - 5.2.- Familiar (evaluación diagnóstica de cada uno de los miembros que conforman el núcleo familiar).
- 6.- Pronóstico.
- 7.- Facilitación de recursos, para el diseño y puesta en marcha de acciones concretas.
- 8.- Importancia del reconocimiento y desarrollo de destrezas cognitivo—conductuales, como un recurso para facilitar el proceso de superación de la crisis y evitar la “parálisis” emocional, que frecuentemente suele impedir que la persona que ha sufrido la pérdida de su empleo, no cese en el intento de continuar buscando trabajo, o bien, de emprender alguna actividad lucrativa por su cuenta.

La técnica de los estudios de caso

La técnica de los estudios de caso es una de las herramientas metodológicas más ampliamente utilizadas por la antropología socio-cultural y por la psicología.

Los estudios de caso suelen constituir una fuente inagotable de recursos que posibilitan que el investigador ilustre de manera sumamente gráfica la realidad que pretende mostrar, analizar y comprobar.

Así, de lo anterior se desprende mi interés por reconstruir los casos de tres familias, quienes han resentido el impacto de la crisis durante las últimas cuatro décadas. Es decir, de la década de los años ochenta a nuestros días.

Primer estudio de caso:

La familia Soto.

La familia Soto pertenece a la clase media y de acuerdo con los estándares de medición de la estratificación de clases en México podríamos ubicarla en el rubro de la clase media-media.

Los señores Soto se casaron hace treinta y cuatro años. Entonces, apenas se vislumbraban los pequeños desequilibrios económicos que trajo consigo la crisis que se desató hacia finales del periodo echeverrista.

En aquel entonces el señor Soto apenas había obtenido el grado de licenciado en Administración de Empresas, en la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Autónoma de Coahuila y trabajaba como profesor de tiempo en una preparatoria estatal de la ciudad de Torreón, Coahuila.

Al mismo tiempo, el señor Soto, quien por años se había entrenado y capacitado como instructor en artes marciales, había empezado a ahorrar un poco con el fin de poder adquirir una vivienda y de rentar un local para instalar su academia de artes marciales.

A los pocos años de casado el señor Soto logró adquirir un crédito bancario y así fue como pudo comprar una casa, misma que está ubicada en la colonia centro de la ciudad de Torreón, Coahuila. Posteriormente obtuvo otro crédito bancario y compró el local adjunto a su casa, en el cual logró construir su academia de artes marciales.

Una vez que hubo logrado lo que se había propuesto, el señor Soto renunció a su trabajo como profesor de planta en la preparatoria y se dedicó de lleno a administrar su negocio y a trabajar como director e instructor principal del mismo. La señora Soto trabajaba y aún trabaja en la academia, como asistente de su esposo.

Cuando el señor Soto pudo construir el local en el cual ahora tiene su negocio, el matrimonio ya tenía tres hijos; un varón y dos mujeres; gran parte de las ganancias que obtenían como producto del trabajo en su academia las invertían en los siguientes rubros:

- Pago de la deuda del crédito hipotecario.
- Gasto corriente de la casa.
- Gasto corriente del mantenimiento preventivo y correctivo de la academia; remodelaciones y adecuaciones de la misma.
- Gasto corriente de la manutención de la familia.
- Pago de colegiaturas.
- Gastos por concepto de mantenimiento del vehículo de la familia.
- Gastos en salud (Hasta ahora, la familia Soto no cuenta con el derecho a la asistencia en los servicios del sector salud).

Con la crisis económica de 1995 los señores Soto vivieron un periodo de intensa tensión, ya que a raíz de eso el volumen de la deuda hipotecaria se disparó de manera impresionante y todo lo que habían logrado pagar a lo largo de más de diez años, sencillamente se convirtió en polvo.

Ante tal situación, los señores Soto tomaron todas las medidas necesarias con el fin de lograr abatir la deuda y así no quedar en riesgo de perder sus pequeñas y modestas propiedades, mismas que habían logrado conquistar, después de años de trabajo.

Pese a su resistencia inicial, otra de las medidas que tuvieron que tomar fue la de cambiar a sus hijos de escuela, e inscribirlos en un colegio menos caro y con menores exigencias que el anterior.

También tomaron medidas drásticas en relación con los gastos y la inversión en la compra y adquisición de aquellos alimentos que no formaran parte de los recursos necesarios y que permitan observar un régimen dietético adecuado.

Desde entonces, la familia Soto optó por prescindir de la contratación de asistente doméstica alguna y solamente contratan a una persona para que realice las labores de aseo de la academia. El resto del trabajo doméstico lo lleva a cabo la señora.

Actualmente, el hijo varón ya está casado, tiene dos hijos pequeños y ha podido comprar una casa de interés social medio, en una colonia de reciente creación, misma que está ubicada en una zona residencial hacia donde actualmente apunta el crecimiento de la ciudad de Torreón, Coahuila.

La segunda hija también se casó con un profesionista: técnico superior en mecánica de máquinas industriales. Esta pareja tiene un hijo de apenas dos años de edad y hace algunos meses consiguieron un crédito INFONAVIT para poder comprar un departamento en una colonia de clase media-media, también en la ciudad de Torreón, Coahuila.

La tercera y última hija de los señores Soto se casó con un joven cuando aún los dos eran estudiantes y de dicha unión nació una niña. Al año de casados la joven tomó la decisión de divorciarse, ya que tanto ella como su pequeña hija eran víctimas de maltrato verbal y físico de parte del joven esposo y padre.

Actualmente, esta joven mujer de apenas veintiséis años ha logrado obtener el grado de licenciada en psicología y trabaja como psicóloga industrial para una empresa trasnacional que tiene una filial en la ciudad de Torreón, Coahuila. Ella y su hija viven en la casa de sus padres, quienes se encargan de llevar y recoger del jardín de niños a la pequeña de apenas cuatro años.

Gracias al hecho de que los señores Soto son sumamente austeros, ahorrativos y cuidadosos de su patrimonio es que han podido ponerse al día con los pagos de las hipotecas y hasta ahora han logrado hacerle mejoras muy importantes a su casa y a la academia. Ahora, la familia Soto tiene dos vehículos de reciente adquisición en vez de solo uno y los señores cuentan con un seguro en dotales para su vejez. No obstante, aún no cuentan con algún tipo de cobertura en materia de servicios en salud, públicos o privados.

La familia Romo:

Tanto el señor como la señora Romo proceden de familias de clase media-media. En el caso del señor Romo éste siempre recibió su educación formal en instituciones de educación pública y realizó sus estudios de licenciatura en Economía en la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma de Coahuila, en la ciudad de Torreón, Coahuila.

Desde que el señor Romo ingresó al mercado de trabajo laboró en diversas empresas de la ciudad y no fue, sino durante la década de los años 90 cuando tomó la decisión de trabajar de manera independiente como comerciante en la distribución de pinturas industriales.

La señora Romo trabaja como profesional de la Psicología clínica y cuenta además con grado de maestría en Psicoterapia Familiar y de Pareja; ha realizado estudios en diversas especialidades en dicha disciplina.

Ella siempre ha ejercido su profesión como psicóloga clínica, misma que ha combinado con el ejercicio de la docencia y el trabajo como empleada institucionalizada en diversas dependencias del sector público, tales como el DIF municipal y los Centros de Integración Juvenil.

De la unión de los señores Romo nacieron tres hijas, quienes siempre recibieron su educación formal en colegios privados de primer nivel.

La hija mayor de los señores Romo obtuvo el grado de licenciada en Psicología en una universidad privada de la región y actualmente ejerce su profesión de manera independiente; se dedica fundamentalmente a la Psicología Industrial.

Esta joven mujer contrajo matrimonio con un joven quien ejerce de manera independiente la profesión de abogado.

De la unión de esta joven pareja han nacido dos niños; un varón quien actualmente tiene cuatro años y una niña, quien tiene escasamente dos meses.

Estos jóvenes esposos radican en la ciudad de Torreón, Coahuila y viven en una colonia de clase media-media. Ellos no cuentan con casa propia, de tal manera que una parte de sus ingresos la destinan al pago de la renta de la casa, además del pago de servicios tales como agua, luz, teléfono y gas, entre otros.

Otra parte importante de los gastos de esta joven familia se destina a los costos de inversión en el sostenimiento de la misma, tales como alimentación, vestido, transporte y servicios médicos, cuando estos son necesarios, ya que ninguno de los dos cuenta con algún tipo de cobertura en materia de servicios de salud.

La segunda hija de los señores Romo aún es soltera y vive con sus padres. Ella tiene ahora 26 años cumplidos y obtuvo el grado de licenciada en administración turística en una universidad privada de la región.

Desde muy temprana edad esta joven profesionista mostró tener una clara inclinación por el arte de la danza y fue así que se dedicó a estudiar y capacitarse en el ejercicio de esta profesión, misma a la que ahora se dedica, como socia y docente de una importante academia de baile de la ciudad de Torreón, Coahuila.

De manera paralela, esta chica ejerce la docencia como profesora de medio tiempo en una preparatoria privada.

La tercera hija del matrimonio Romo también vive en casa de sus padres y ya pronto terminará sus estudios universitarios; obtendrá el grado de licenciada en Comunicación. Ella también ha cursado sus estudios en una universidad privada de la ciudad y actualmente trabaja como asistente de edición en algunas revistas de circulación regional. Además, trabaja como agente libre en video y audio; grabación, edición y producción final, fundamentalmente de eventos artísticos.

No fue sino hasta el año de 1999 cuando los señores Romo pudieron conseguir un crédito hipotecario para así poder comprar una casa propia, misma que se encuentra ubicada en una colonia de clase media-media en esta ciudad.

Actualmente, los señores Romo aún están pagando el crédito por concepto de la compra de su casa y la colegiatura de la universidad de su tercera hija.

La familia Romo cuenta con dos vehículos de su propiedad, además de una camioneta, misma que es propiedad de la compañía de pinturas en la cual el señor Romo trabaja como distribuidor independiente.

Los ingresos de la familia Romo se destinan fundamentalmente a la cobertura de los siguientes rubros:

- Pago del crédito hipotecario por concepto de la compra de la casa.
- Pago de la colegiatura de la universidad de su tercera y última hija.
- Pago de servicios diversos, tales como agua, luz, gas, teléfono, internet y mantenimiento de los pagos mensuales por concepto del uso de insumos de telefonía celular.
- Pago por concepto de la renta de una casa, en la cual se encuentran ubicados el consultorio de la maestra y la oficina del licenciado Romo.
- Pago por concepto del pago de servicios de la casa en la que se encuentran ubicados, tanto el consultorio, como la oficina.
- Pago por concepto de la compra de todos los insumos necesarios para el sostenimiento de la familia, tales como alimentación, vestido, servicios médicos y entretenimiento entre otros gastos.
- Pago por concepto de la cuota de membresía a un club deportivo al cual asisten fundamentalmente personas de clase media.

De acuerdo con las diversas conversaciones que he sostenido con el matrimonio Romo, pese a que ahora tienen menos gastos cada vez les resulta más difícil sostener el estilo de vida decoroso al que están habituados, toda vez, que en general los costos de la vida han aumentado de manera importante y los ingresos que ambos reciben por concepto de la prestación de sus servicios no se han incrementado de manera paralela.

“A veces me desespero mucho porque siempre hemos vivido al día y nunca hemos podido ahorrar un solo centavo y eso me agobia y me preocupa, pues nos estamos haciendo viejos y no tenemos un respaldo económico”, comentó la maestra Romo.

“Además de la crisis económica, me genera mucha inseguridad la crisis social y el clima actual de inseguridad que prevalece en el país y en la región, pues siempre estamos expuestos a que nos ocurra algo. A mis dos hijas menores ya las han asaltado y ya nos han robado dos autos” (sic).

“Definitivamente, la situación que prevalece actualmente en el país y en la región ha traído consigo una parálisis de la economía que nos ha perjudicado a todos.”(sic)

Sin embargo, quienes más lo hemos resentido somos las clases media y baja. La clase baja sí para que veas, ellos sí que están metidos en una situación de la que muy difícilmente podrán salir. *“Nosotros, la clase media, nos hemos hecho cada vez más pobres, pero los pobres, ya no pueden sino quedar sumidos en la miseria y de ahí, no hay salida posible”* (sic).

Para la familia Romo el hecho de que tanto ellos como sus hijas cuenten con una preparación académica formal les ha permitido abrirse paso en la vida y contar con un trabajo digno, además de gratificante y ciertamente mucho mejor remunerado que cualquier trabajo de los que desempeñan aquellas personas quienes no cuentan con una formación profesional y una preparación sólidas.

La familia Villa:

Los Villa son una familia que está formada por el padre, la madre y tres hijos: un varón y dos hijas.

El matrimonio de los Villa también pertenece a la clase media-media, aunque a lo largo de sus casi treinta años de matrimonio ha atravesado por diferentes etapas de crisis económica realmente importantes, mismas que en ocasiones, se han prolongado durante años.

De los hijos de la familia Villa el que recibió una mejor educación fue el mayor, quien es el varón y siempre se educó en colegios privados de nivel medio; cursó la carrera de licenciado en hotelería en la *“Escuela Panamericana de Turismo”* en la ciudad de México.

Desde que inició sus estudios de licenciatura el joven Villa empezó a trabajar primero como *“botones”* en un hotel categoría gran turismo, allá en la ciudad de México. Así, con lo que ganaba como fruto de su trabajo, este joven estudiante podía obtener ingresos extras para poder costearse los gastos que le representaba el hecho de vivir y estudiar fuera de su casa.

Las dos hijas menores de la familia Villa cursaron sus estudios en colegios de menor nivel académico y socio-cultural que el hijo varón y, al terminar sus estudios de preparatoria se fueron a estudiar a la Universidad de Guanajuato.

Ambas chicas estudian profesiones vinculadas con las *“artes visuales y plásticas”*, también trabajan a tiempo parcial para poder complementar los gastos necesarios que les permitan poder solventar el costo que representa el hecho de tener que vivir fuera casa.

En la familia Villa, el peso del mantenimiento de la casa siempre ha estado a cargo del señor, quien cuenta con el grado de licenciado en Derecho y con una maestría en Derecho Penal.

Durante los primeros años de casados, el licenciado Villa trabajó como abogado en la Procuraduría Federal del Consumidor. Posteriormente, con el cambio de procurador, éste trajo consigo a todo su equipo y así, el licenciado Villa perdió su empleo por primera vez.

Entonces, el matrimonio Villa solamente tenía un hijo y la casa que habitaban era de renta y solamente contaban con un vehículo en el cual transportarse.

Cuando el licenciado Villa perdió su empleo, la familia se vio obligada a reducir sus gastos

al mínimo y como consecuencia de ello tuvieron que mudarse a vivir en una casa más modesta.

Posteriormente, el licenciado Villa consiguió trabajo como gerente general de la Asociación Nacional de Agencias de Automóviles en la ciudad de Torreón, Coahuila, en cuyo trabajo permaneció por espacio de aproximadamente cinco años; para entonces, ya habían nacido las dos hijas menores de este matrimonio y los gastos de manutención de la familia eran mucho mayores; el sueldo que ganaba el licenciado Villa ya no era suficiente para poder sostener a la familia.

Fue entonces cuando el licenciado Villa decidió independizarse y ejercer su carrera como abogado litigante. Pese a todos los esfuerzos, y a la intensa labor de búsqueda de clientes que llevó a cabo el licenciado Villa, la inversión de trabajo fue en vano y él tuvo que cerrar su despacho.

Durante los dos años en los cuales el licenciado Villa estuvo trabajando por su cuenta, tuvo que echar mano de todos los ahorros que hasta entonces había podido reunir y como consecuencia de ello, la familia se vio metida en serios apuros económicos.

Así, el licenciado Villa comenzó de nuevo la incesante búsqueda de trabajo y mientras tanto, echaba mano de todo lo posible, para así poder mantener a la familia. Ello implicó la venta de algunos activos e incluso, el empeño de algunas alhajas y objetos ornamentales finos que el matrimonio había recibido como regalo de bodas.

Al cabo de un tiempo, el jefe de familia, logró conseguir un empleo como abogado penalista en la Procuraduría Federal de Justicia, en cuya dependencia trabajó durante más de veintidós años.

De acuerdo con la información que me ha proporcionado mi informante, ésta ha sido la etapa de su vida matrimonial, durante la cual, alcanzó el mayor nivel de prosperidad económica y también el más alto grado de posicionamiento social.

Durante el transcurso de los veintidós años que el licenciado Villa trabajó para la PGJR, Él pudo comprar un decoroso departamento en la colonia centro de la ciudad de Torreón, Coahuila y también le fue posible adquirir dos automóviles.

Además, la familia Villa pudo reponer, casi en su totalidad el mobiliario de la casa, por muebles, enseres y utensilios diversos de mejor calidad.

El nivel de consumo de la familia Villa se incrementó de manera substancial y esto podía notarse con facilidad, toda vez que fue durante este periodo de la vida de la familia cuando ellos pudieron gozar de una cantidad importante de bienes suntuarios.

Análisis comparativo:

Primera etapa

Durante el periodo previo al ingreso de mi informante a su empleo en el cargo de abogado penalista de la PGJR, los gastos familiares eran más bien austeros y todos llevaban un estilo de vida sobrio.

La distribución de los ingresos del jefe de familia tenía como destino cubrir los siguientes rubros:

- Pago de la renta de la casa.
- Gastos por concepto de la compra de alimentos y artículos de uso doméstico y de aliño personal.
- Gastos por concepto de pago de servicios, tales como: agua, gas, luz, teléfono, y televisión por cable entre otros.
- Gastos por concepto de pago de colegiaturas.
- Gastos por concepto de pago de manutención del automóvil de la familia.
- Gastos por concepto de pago de servicios médicos.
- Gastos por concepto de abono a tiendas departamentales y a tarjetas de crédito.

Segunda etapa:

En el transcurso del tiempo durante el cual mi informante trabajó para el sector público, el nivel de gastos de la familia se incrementó de manera considerable, pues si bien la familia aún distribuía el dinero de la misma manera, el volumen de gastos destinado a cada rubro era cada vez mayor.

Entonces, el licenciado Villa ya no tenía que pagar una renta mensual, pero sí una deuda hipotecaria por concepto de la compra del departamento, mismo que a la fecha, ya ha terminado de pagar.

Los gastos en la compra de alimentos, insumos de uso doméstico y enseres necesarios para el aliño personal, se incrementaron notablemente, toda vez que la señora Villa solía comprar toda clase de alimentos suntuarios, además de los víveres necesarios que garanticen una buena y sana nutrición.

En el rubro destinado a la compra de insumos para la limpieza y el aseo doméstico, la señora de la casa también solía comprar una serie de artículos que no eran estrictamente necesarios para mantener limpia la casa, para el lavado de la ropa, etcétera. Lo mismo sucedía en relación con el dinero que se destinaba a la adquisición de artículos para el aliño personal.

El volumen de gastos en este rubro también aumentó de manera considerable, ya que entonces la señora Villa solía comprar una mayor cantidad de productos de esta naturaleza, mismos que solían ser también más caros que los que acostumbraba comprar antes.

Los gastos por concepto de pago de luz, agua, gas, teléfono, televisión por cable, telefonía móvil e internet, se incrementaron drásticamente, pues los señores Villa decidieron invertir una mayor cantidad de dinero en la compra de paquetes de servicios más caros, amén de que los consumos en el gasto de energía eléctrica, gas y gasolina aumentaron de manera significativa.

El hecho de tener que costear los gastos de pago de colegiaturas, vivienda, alimentación y transporte de los tres hijos quienes estudiaban (las dos hijas aún están en la universidad) fuera de casa, implicó que una parte importante de los recursos económicos de los cuales podía disponer la familia Villa se destinaran a cubrir los enormes gastos que demanda la educación de los hijos.

La inversión de dinero destinada al mantenimiento de los dos automóviles de la familia; la adquisición de pantallas de televisión, mismas que vinieron a sustituir a las televisiones convencionales, que dicho sea de paso, aún estaban en muy buen estado y, la compra de equipos de cómputo más nuevos y sofisticados, también representaron un incremento en el volumen de gastos de la familia.

En el transcurso de los veintidós años, durante los cuales mi informante trabajó para la federación, ninguno de los miembros hizo uso alguno de los servicios médicos a los que podían acudir al ser derechohabientes del ISSSTE (Instituto de Seguridad Social al Servicio de los Trabajadores del Estado). Por el contrario, en toda ocasión hicieron uso de los servicios privados del sector salud.

En lo que respecta a la compra y adquisición de medicamentos, el jefe de la familia, piensa que adquirir medicamentos genéricos intercambiables no es bueno, ya que estos no surten el mismo efecto, que los medicamentos de patente. Por lo tanto, la inversión de dinero en este rubro, también resulta ser mucho más onerosa. Gastos por concepto de abono a tiendas departamentales y tarjetas de crédito.

Como el ingreso mensual del licenciado Villa era considerablemente importante en relación con los sueldos que solía ganar en sus trabajos anteriores, el gasto mensual por concepto de pago del uso de tarjetas de bancarias y de crédito en almacenes y tiendas departamentales se elevó de manera considerable.

Hoy en día, el licenciado Villa se encuentra desempleado y no tiene ahorros suficientes como para resistir siquiera por un lapso mayor a tres meses más de cesantía. La señora Villa continúa con su rutina como ama de casa, ya que desde el inicio de su vida matrimonial y hasta la fecha, nunca ha querido contratar los servicios de algún tipo de asistencia doméstica y tampoco ha querido desempeñarse en algún empleo remunerado.

El joven primogénito de la familia ha logrado conseguir ascensos importantes dentro del mundo de la hotelería y ahora viaja internacionalmente como promotor de la compañía para la cual trabaja. Él aún vive en la ciudad de México, y piensa en establecerse definitivamente allá.

Una de las hijas gemelas de este matrimonio ya ha terminado sus estudios universitarios en la Universidad de Guanajuato y vive de nuevo en la casa de sus padres; actualmente trabaja como diseñadora de imagen en una empresa de la ciudad de Torreón. Ahora esta chica colabora con parte de su sueldo, al sostenimiento de la casa.

La otra gemela aún continúa estudiando artes visuales en la Universidad de Guanajuato y trabaja en una galería de arte, en donde logra obtener algunos ingresos adicionales, mismos que le permiten complementar los ingresos que necesita para sufragar los gastos que le demanda el hecho de vivir fuera de la casa paterna.

Nada se concluye:

En realidad es imposible plantear cualquier tipo de conclusión en relación con el tema de la pobreza y aún más, con aquello que concierne al problema del empobrecimiento de la clase media en nuestro país.

"Hacia la década de los setenta, el régimen autoritario mexicano comenzó a resquebrajarse, o al menos, a dar sus primeras señales de agotamiento. A partir de allí, ocurrieron hechos lamentables, como la represión estudiantil de 1968 o fuertes crisis económicas, que golpearon a una clase media, que había aprendido a vivir en una estabilidad política y económica" (2011.Larrosa Fuentes Juan. *"La lucha por las telecomunicaciones en México"*. La amenaza de la explotación global. Colección Análisis Plural. Ed. ITESO—CEE. México.)

Paralelamente el mundo marcó sus pasos hacia un reacomodo geopolítico, que culminó con la caída del Muro de Berlín y el ascenso de gobiernos conservadores. (Margaret Thatcher en el Reino Unido y la dinastía Bush en Estados Unidos), quienes impulsaron políticas neoliberales que promovieron la desregulación económica y, por consiguiente, una menor intervención de los gobiernos en ese terreno.

En el caso mexicano, el proyecto neoliberal se incubó durante la década de los ochenta con el presidente Miguel de la Madrid Hurtado y tuvo un fuerte impulso en los noventa bajo el mandato de Carlos Salinas de Gortari. Estos cambios se inscribieron en lo que muchos economistas han denominado, como *"el ajuste estructural"* que vivió la mayor parte de los países de América Latina.

En México se hicieron reformas económicas; la planta productiva se abrió a la posibilidad de inversión de capitales extranjeros y se firmó el Tratado de Libre Comercio con Canadá y Estados Unidos.

"Muchos empresarios mexicanos sucumbieron ante la apertura de los mercados, pero los pocos que sobrevivieron adquirieron una gran solvencia económica para competir internacionalmente." (Ibidem)

Si bien esta situación afectó severamente a los pequeños, medianos y grandes empresarios, resulta perfectamente comprensible que el efecto de la quiebra masiva de empresas haya repercutido en una oleada de despidos masivos en todas las capas de la sociedad.

Fueron notorios los despidos entre el personal de las empresas, al que comúnmente se le suele denominar de mandos medios y altos y, quienes a su vez son a todas luces representantes de la clase media mexicana.

La desaparición de un buen número de empresas nacionales y la severísima contracción de las restantes ha traído consigo una tremenda parálisis económica y financiera, misma que se ha manifestado en un aumento considerable en la tasa de desempleo, en las enormes dificultades a las que se enfrentan hoy día los nuevos cuadros de egresados de las universidades de todo el país y el despido constante de personal.

Ante este panorama la situación actual de la clase media mexicana está sumamente comprometida y si las cosas continúan como están, muy pronto habremos de vivir una contracción cada vez mayor de este sector y, con ello, a una agudísima polarización en la estructura de clases.

Mientras tanto en México tenemos a un sector empresarial que no se preocupa por el interés público.

Slim, Azcárraga, Hernández, Vargas, Salinas y Milmo Zambrano, son nombres *"genéricos"* que identifican a los zares que en mayor o en menor proporción han sido *"bendecidos"* con el favor de los gobiernos estatistas, de economía mixta, privatizadores o neoliberales por igual, y que han demostrado aguda capacidad de ser exitosos en crisis y en prosperidad... *"Ellos son los que siempre han ganado"*.

(2011. Larrosa Fuentes Juan. *"La lucha por las telecomunicaciones en México"*. La amenaza de la explotación global. Colección Análisis Plural. Ed. ITESO—CEE. México).

Fuentes de Consulta

1. Aguilar Rodrigo. <http://mexico.cnn.com/nacional/2011/07/27/:CNN-México>. El 32% de los hogares es de clase media. 27-07-2007.
2. BienvenueauNews.cn-www.XINHUANET.COM el estancamiento de la clase media en México.
3. GilbertDennis.<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=59806805>
4. 2011. Larrosa Fuentes Juan. Análisis Plural. La amenaza de la explotación global. *"La lucha por las telecomunicaciones en México: una disputa en contra de los viejos modelos políticos y económicos"*. Ed. ITESO-CEE-México.
5. 2011. Lipovetsky Gilles y Juvin Hervé. *El occidente globalizado*. Ed. Anagrama. Barcelona.
6. Steels Emmanuelle. *El impacto de la crisis económica en México: el desplome y el despertar post-crisis*. El Universal, 9 de Junio de 2009.
7. <http://KiKka-roja.blogspot.mx/2009/04/la-clase-media-de-mexico-emp...>
8. <http://www.eluniversal.com.mx/notas/579741.html>. México tiene una clase media empobrecida.
9. <http://síntesisstv.info/v2/noticias/últimas-noticias/9885-clase-media-e...>Enpunto. *"La clase media en México es prácticamente"*
10. <http://www.unidospormexico.org/octava.html/>. La clase media

Hábitos de lectura en alumnos y maestros universitarios

TALLER DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Coordinado por Mtro. Sergio Garza Saldívar

Mónica Adame – Jorge Badallo – Edith Carrillo – Daniela Conteras – Italia Delgado – Gabriela García – Jaime Martínez – Julia Mendoza – Elena Morales – Ana Laura Quintero – Brenda Ramírez – Brenda Sáenz – Carol Villalobos – Gustavo Valdés – Andrea Vázquez – Virginia Zepeda

Resumen

Al iniciar este curso, se realizó un pequeño análisis del entorno en esta ciudad, para de ahí identificar algún tema viable e interesante para hacer la investigación exploratoria. De un variado espectro de posibles temas, salió a relucir el tan bajo índice de lectura en que se encuentra México y peor Coahuila. Esto atrajo la atención de los investigadores, quienes sabían que podía ser un tema bastante sonado, sin embargo, en la región no se sabía con exactitud cómo era la situación. Con el fin de saber cómo era la situación del hábito de lectura de los laguneros y con la curiosidad de quién tenía el mejor hábito, los maestros o los estudiantes de nivel superior, comenzó esta investigación.

El trabajo de investigación sobre hábitos de lectura entre maestros y estudiantes de las distintas universidades de Torreón muestra los métodos de estudio, la diversidad de herramientas utilizadas para realizar lecturas, entre otras. Cada una de las personas practica algunos de ellos con alguna regularidad por lo tanto para nosotros es importante hacer esta distinción.

La población que escogimos se adaptó a las necesidades de la investigación por lo que se consideró que fueran aproximadamente ocho universidades para así obtener una muestra representativa y poder llevar a cabo de forma fiable y válida la investigación. Así mismo se consideraron las preguntas y objetivos de investigación planteados en un principio.

Leer, además de ser entretenido, enriquece el conocimiento intelectual, puesto que desde esta perspectiva se interpretan palabras que tienen como principal finalidad volver a la persona mucho más autocrítica, democrática y por otro lado, favorecer potencialmente la participación social.

Palabras clave: análisis, lectura, universidades, Torreón, investigación.

Abstract

By the beginning of this course, a brief analysis of the surroundings of this city was made, so an interesting subject could be found for investigation. From a variety of points we could talk about, there was one that caught the investigators' attention, the low level of reading in Mexico, and even worse in Coahuila. They chose this subject because they knew it will stand out, even though they weren't totally aware of the situation. Everything started with their curiosity of knowing how the reading habit of the laguneros is, of knowing who has better habit, the teachers or the students of college.

The investigation of reading habit between teachers and students of different colleges in Torreón shows their studying methods and different tools that are used for reading. Every individual uses one of those regularly, so it's important for us to make a distinction between them.

From the people we chose for our investigation, we chose approximately eight universities for our investigation, so it could be a trusting and valid one. The questions and objectives were planned from the beginning.

Besides interesting and fun, reading gives us intellectual knowledge, making the person more democratic and auto critical, making them capable to socially participate.

Key words: analysis, reading, universities, Torreón, research.

Tanto la lectura como la escritura son herramientas básicas que fomentan el aprendizaje y conocimiento intelectual, por lo que, el realizarlas con frecuencia beneficia en todos los sentidos. Quienes tienen el hábito por la lectura suelen ser más analíticos sobre los contenidos a los que están expuestos (medios de comunicación audiovisuales e impresos). Una persona que fomenta el hábito de lectura está preparada para debatir, analizar y participar con mayor facilidad en cualquier tema.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Objetivo General

- La presente investigación tiene como objetivo general identificar las diferencias en los hábitos de lectura entre los maestros y los jóvenes universitarios de Torreón.

Objetivos Específicos

- Identificar el nivel de lectura de los universitarios en Torreón.
- Identificar el nivel de lectura de los maestros universitarios en Torreón.
- Distinguir los factores que influyen en la decisión de leer en ambos casos.
- Comprobar cuál de estos dos sujetos, maestros o alumnos, tiene un mayor nivel de hábito de lectura.
- Identificar la percepción que tienen los alumnos de las lecturas asignadas por los maestros.

Preguntas de Investigación

- ¿Existe una diferencia entre el nivel de lectura entre alumnos y maestros y en qué porcentaje?
- ¿En cuántos alumnos universitarios fue un factor determinante el hábito de la lectura para la elección de su carrera?
- ¿Con qué frecuencia leen libros los maestros y en qué frecuencia los alumnos?
- ¿De qué manera los profesores hacen manejo de la lectura? ¿Es sólo cuestión de obligación escolar o se busca que los alumnos adquieran el gusto por la lectura?
- ¿El número de lecturas encargadas como tarea pueden ser un factor para crear un hábito o una aversión?

Delimitación de la Investigación

Se estudiará la relación de los alumnos y los maestros con respecto al hábito de la lectura entendiendo a maestro o profesor como:

Persona que ejerce o enseña una ciencia o arte. Profesor normalmente adscrito a una

determinada cátedra o departamento.

A Alumno como:

Discípulo, respecto de su maestro, de la materia que está aprendiendo o de la escuela, colegio o universidad donde estudia.

Hábito como:

Modo especial de proceder o conducirse adquirido por repetición de actos iguales o semejantes, u originado por tendencias instintivas.

Y lectura como:

Acción de leer. Interpretación del sentido de un texto.

Todo esto de acuerdo con la Real Academia Española de la Lengua.

La presente investigación se concretará en la ciudad de Torreón, Coahuila, México. Entidad que actualmente cuenta con 31 Universidades, entre instituciones públicas y privadas. De igual manera, el estudio se llevará a cabo tomando en cuenta ambas perspectivas, tanto la privada como la pública. El estudio se realizará en las siguientes universidades: Ibero Torreón, ITESM, ITL, UVM, UAL, Escuela Normal de Torreón, UANE, UA de C. Dividiendo al equipo de investigación en grupos de dos para asistir a cada una de éstas. Un miembro del equipo estará encargado de investigar a los alumnos y el otro miembro, a los maestros.

La investigación se llevará a cabo en un lapso de tres meses, que es la duración del Taller de Investigación Cuantitativa, que es donde ésta se estará desarrollando la misma.

En la actualidad la ciudad pasa por un periodo crítico donde el desempleo, el exceso de egresados, la corrupción, la inestable economía y la inseguridad son temas de los que nadie escapa.

El diputado local por el Partido de la Revolución Democrática, Sergio Duarte Sonora dijo "que la guerra contra el crimen organizado por el presidente Felipe Calderón desde diciembre de 2006, es errónea y la militarización de las calles y los operativos tales como el de la Laguna Segura en los municipio de Gómez Palacio, Lerdo y Torreón, Coahuila no ha reducido en nada las muertes violentas y demás inseguridad que impera en la zona." La economía también es un tema difícil "pues Moreira, cuando en diciembre de 2005 llegó al poder en Coahuila, la Entidad tenía una deuda de 323 millones de pesos, y a su salida, el 4 de enero de 2011, ya era de 33 mil 867 millones de pesos (10 mil 385 por ciento)."

La SEP identificó las carreras de Contaduría, Administración, Derecho, Ingeniería Eléctrica, Ingeniería en Computación e Informática, Arquitectura y Urbanismo, Comunicación y Ciencias Políticas, entre otras, como las que cuentan con un exceso de egresados, registran más de 135 mil egresados por cada puesto de trabajo. "En promedio, 55 de cada 100 egresados de las instituciones de educación superior del país trabajan en un área diferente a la que estudiaron, y se subemplean en quehaceres como taxistas, choferes de microbuses, taquerías o el comercio ambulante. En el caso de las "carreras críticas", la SEP ha señalado que

el nivel de desempleo en el área de especialización puede llegar a 8 por cada 10 egresados.”

Otro de los problemas socioeconómicos que tenemos en Torreón es que la mano de obra es muy barata, los sueldos son muy bajos y si se comparan con lo que se invierte para pagar los estudios, hay una diferencia abismal. La mano de obra es tan barata que ha atraído a inversionistas extranjeros.

“El Director de Fomento Económico en Torreón, Fernando Félix Aizcorbe, aseguró que una de las ventajas con las que cuenta en municipio es tener mano de obra barata, asunto que les ha llamado la atención a los japoneses que visitaron la región para determinar si realizarán aquí su inversión.” “La mano de obra aunque esté mal comentarlo, es muy barata y también los puestos a nivel directivo, estamos mal pagados, si nos comparamos con regiones como el Bajío y con Monterrey. Aquí los sueldos son mucho más bajos, es un plus que tenemos que ofrecer a los empresarios que nos visitan”. Puede visualizarse como positivo tener mano de obra barata, sin embargo, si se reflexiona se llegara a la cuenta de que en realidad denota problemas económicos serios.

La Secretaría de Salud comunicó que Coahuila era el estado número uno en obesidad infantil en México, ya que uno de cada cuatro niños tiene algún grado de sobrepeso. Pero también se estima que seis de cada diez adultos también padece sobrepeso. Además, los alumnos de educación básica de la región Laguna de Coahuila son quienes más kilos aportan para que el estado sea considerado el primer lugar a nivel nacional.

Respecto al contexto del fomento a la lectura en la región, tenemos que la Universidad del Valle de México cuenta con una red de Centros de Información– Bibliotecas, en las cuales se realizan actualizaciones e investigaciones que permiten responder a las demandas de la comunidad académica. En información reciente se dio a conocer que están integrando las nuevas tecnologías al manejo de las Bibliotecas Digitales, donde los alumnos podrán hacer uso de sus gadgets como los iPad, iPhone, iPods; para poder tener acceso a recursos en línea. Además, la UVM iniciará el servicio de préstamo de equipos iPad para la descarga de libros electrónicos. En esta misma línea, la radiodifusora Radio Torreón hace una renovación en programas orientados a atender a los niños con un concurso de lectura en radio para alumnos de quinto y sexto año de primarias públicas del municipio de Torreón, donde diez finalistas podrán ganar computadoras y bicicletas y formarán parte de un programa de fomento a la lectura en el segmento “Chicles y gomitas”, según lo anunció Armando Cobián, director de la radiodifusora.

Todos estos elementos nos aportan una idea clara de en qué situación se encuentra esta ciudad donde se realizará el estudio y de esta forma comprender mejor a los sujetos de investigación.

Justificación.

El estudio sobre los hábitos de lectura de los jóvenes y maestros universitarios, se presenta como una posibilidad de explorar un área poco investigada en esta región. Si bien los trabajos realizados a nivel mundial y nacional demuestran la pobreza de lectura en nuestro

país, en comparación con otros, a nivel local esta información no ha sido tan examinada.

Recientemente, se publicó que en Coahuila, estado donde se localiza la ciudad a investigar, se lee menos de un libro al año, cuando la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO) mantiene como estándar 25 libros al año. De manera que a nivel estatal ya tenemos un parámetro, entonces lo que se busca es indagar en la región sobre éstos hábitos, tanto de maestros como de alumnos, no sólo para conocer la frecuencia con que puedan leer un libro, sino para poder determinar cómo este hábito en particular puede beneficiar al individuo que lo lleve a cabo. A partir de lo que se recabe, se contará con una base para poder realizar futuras investigaciones que puedan adentrarse con mayor profundidad en otros problemas.

Viabilidad o Factores de la Investigación.

- Recursos financieros:

- Presupuesto para material (impresiones, copias, etc.). Se necesitará de la colaboración económica de cada uno de los participantes en la investigación.
- Presupuesto para gasolina y otros. El traslado a las universidades, bibliotecas y demás lugares, requiere otro tanto de aporte por parte de los investigadores.

- Recursos humanos

- Serán un total de 16 personas las involucradas en la investigación, es un alto número de capital humano con el que se podrán distribuir las tareas y manejar una muestra más amplia.
- Alumnos y maestros de universidades. Según el total de personas de la muestra son de las que se requerirá su colaboración y disposición.

-Recursos materiales:

- Permisos para acceder a las universidades, bibliotecas y solicitar la información requerida.
- Encuestas, sondeo.
- Material diverso: lápices, plumas, etc.
- Transporte para el traslado a los diferentes lugares de los que se hará uso.
- Internet, libros, periódicos para búsqueda de información.

-Tiempo:

- Son alrededor de 3 meses los que se tienen para la elaboración de la investigación
- Los horarios de los investigadores y de los alumnos y profesores de las distintas universidades deberán coincidir para el mejor aprovechamiento del tiempo.

- Otros factores:

- Inseguridad, el nivel de robo de vehículos y asaltos a incrementado en la ciudad.
- En Torreón hay mucha diversidad de universidades.

Evaluación.

Para desarrollar esta investigación de manera correcta necesitamos crear o identificar algún parámetro para el nivel del hábito de lectura, ya sea por cantidad de hojas leídas, cantidad de horas dedicadas a leer, cantidad de palabras leídas, etc. Esto debido a que si no se tiene un parámetro establecido el nivel de relativismo aumentará y la investigación tendrá muchas deficiencias.

Así mismo se tiene que considerar el prejuicio de que los maestros no serán honestos en el momento de preguntarles si consideran que ellos tienen un buen hábito de lectura, creemos que ellos contestarán afirmativamente a pesar de que no sea verdad por el hecho de dar una buena imagen como maestro, por lo tanto tenemos que considerar algún método para contrarrestar esta deficiencia.

También se le tiene que definir al encuestado que es lo que nosotros, los investigadores, entendemos como lectura (p.ej. el medio por el cual leen) para de esta forma eliminar posibles mal interpretaciones.

Consideramos que nos faltaría abordar cuál es el pasado de los investigados, cuál fue su experiencia con la lectura en la infancia, para de esta forma tener una comprensión más global de este problema. Enfocar esto a lo cuantitativo, no a lo cualitativo; con preguntas como: ¿De niño/a te gustaba leer?

Se debe tomar en cuenta que esta investigación puede ser el comienzo para posteriormente hondar en más aspectos de este tema y desarrollar nuevas y diferentes investigaciones en esta región, donde no se ha estudiado mucho sobre esto.

CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES Y GENERALIDADES SOBRE LA LECTURA

1.1.- Historia de la lectura

La lectura y la escritura son habilidades básicas en el aprendizaje de posteriores conocimientos, por lo tanto, utilizarlas con solvencia brinda muchos beneficios, pues no sólo proporciona información sino que educa y te va generando hábitos de reflexión, análisis y concentración. Una persona que tiene el hábito de la lectura cuenta con autonomía cognitiva, es decir, está lista para aprender durante su vida. Por estas razones, es relevante conocer el origen de estas dos actividades de aprendizaje.

Según Jordi Adell y Alberto Manguel *“La lectura y la escritura son dos grandes conquistas para la humanidad”*; estos dos autores han especificado los grandes hitos de la conformación de estos acontecimientos. (Adell, 1997)

El primer suceso fue la aparición del lenguaje desde hace ya miles de años, cuando el pensamiento pudo expresarse por medio de sonidos guturales provocados por las cuerdas vocales del ser humano dando paso a la creación del lenguaje oral.

Sin duda, esto permitió hacer referencia a los objetos que no estaban presentes y a las emociones o estados internos del hombre. Gracias a esto, los conocimientos podían transmitirse de unos a otros y el pensamiento tomaba una estructura.

Tiempo después surge la escritura, la cual consiste en la creación de signos para expresar gráficamente la lengua. Manguel afirma que *“hacia finales del cuarto milenio A.C., los habitantes de las nuevas ciudades de la Mesopotamia oriental inventaron un arte que cambiaría para siempre la naturaleza de la comunicación entre los seres humanos: el arte de escribir”*. Como resultado de esta invención se pasa de la representación de objetos a los signos en forma de cuña que significaban sonidos. (Manguel, 1999)

Con el transcurso de los años, hubo un gran cambio respecto a la acción de leer, pues se dio paso de la lectura en voz alta a la lectura silenciosa o murmurada. Con esta nueva posibilidad de leer en silencio ya podría existir una relación individualizada con esta herramienta del conocimiento o del saber. Además de todo esto, se da un giro de la lectura *“intensiva”* a la *“extensiva”*, es decir, el lector se encontraba limitado a escuchar los libros que tal vez ya habían sido leídos, memorizados, escuchados o recitados pasando de generación en generación.

En cambio, Manguel menciona que *“El lector extensivo, en cambio, fue un lector muy diferente: consumía numerosos, diversos y efímeros impresos; los leía con rapidez y avidez; los sometía a un examen crítico que no sustraía ya a ningún terreno a la duda metódica”*. De esta forma, una dependencia comunitaria infundida de obediencia fue cambiando a una lectura mucho más libre. (Manguel, 1999)

Otro gran momento es la aparición de la imprenta, ya que la posibilidad de reproducir

textos en grandes cantidades tuvo una influencia decisiva en la transformación de las sociedades, ya sean políticas, económicas o sociales.

Gutenberg funda en 1450 un taller de impresión y publica, hacia 1456, la Biblia de 42 líneas o Mazarina. Todo parece indicar que, en España, el primer libro aparece en 1472. El descubrimiento y la conquista traerían, años más tarde, la imprenta a nuestra América. Por lo tanto, aumentó la demanda del libro por la mayor alfabetización de la población, así como por las inquietudes religiosas, el interés y la curiosidad colectiva. De esta forma es como el saber se expande y las bibliotecas se van conformando cada vez con más ejemplares.

El último gran momento fue la aparición de los medios electrónicos y la digitalización con Charles Babbage, quien sentó las bases para la ilusión del primer computador digital y de las aplicaciones analógicas que posibilitaron la aparición del teléfono, la radio, la televisión, el fax, etc., que actualmente migran hacia la digitalización y adquieren capacidades interactivas entre el emisor y el receptor, y de procesamiento y manipulación de la información.

Guglielmo asegura que *“el paso del libro impreso a la pantalla electrónica es una auténtica revolución en el campo de la lectura; un paso tan gigantesco como el que se dio entre el rollo y el códice, que lleva a que se afirmen o se impongan nuevas maneras de leer que todavía no es posible caracterizar por completo”*. Sin duda, esta intervención ha revolucionado la forma actual de leer.(Cavallo, 2001)

1.2.- ¿Qué es leer?

Leer es algo fundamental para poder desenvolverse en distintas etapas o escenarios de la vida. Esto hace que tengas una perspectiva más amplia; Hoy en día es necesario que una población esté alfabetizada ya que es esencial tanto para el desarrollo social como para el económico.

Sin embargo no se llega completamente a comprender la importancia de leer bien, sino que desde pequeños los niños se interesan por esforzarse por leer algunos artículos de su interés; por ejemplo, la letra de una canción. Leer tiene muchos propósitos, puede ser que lean por interés, por placer o por aprender.

“La comprensión del texto —afirma— es alcanzada por su lectura crítica, es decir, implica la percepción de relaciones entre el texto y el contexto”. Por esta razón, es de suma importancia la comprensión de la lectura, pues debemos llevarla a nuestro contexto o realidad para poder entender satisfactoriamente y como resultado tener una opinión crítica.(Barthes, 1987)

La lectura es una actividad básica para las personas, ya que te abre muchas formas de aprendizaje tanto personal, intelectual, etc. Por eso es importante que desde pequeños se comience a enseñar e inculcar el hábito de leer para que desde pequeños tengan esta costumbre por gusto y no lo tomen como una carga o una actividad únicamente escolar.

De acuerdo con Elsa M. Ramírez Leyva de la Universidad Autónoma de México, ella comenta esto: *“se aprecia la influencia de la semiótica en cuanto a incorporar no solamente el ámbito textual basado en los alfabetos, también otros sistemas de lenguaje, como son el corporal, musical y el icónico. Además encontramos acepciones con operaciones o aparatos relacionados con la tecnología electrónica.”* (Leyva, 2008) Aquí podemos darnos cuenta que la investigadora está relacionando la lectura con otros tipos de lenguaje que tienen la misma finalidad como el estudio de signos dándoles un significado, además, está también tomando en cuenta las nuevas tecnologías y las formas actuales de leer, por ejemplo, en la pantalla de la computadora.

“La lógica de la lectura no es deductiva sino asociativa, porque vincula el texto material con otras ideas, otras imágenes, otras significaciones, como una lógica que difiere de las reglas de la composición” (Leyva, 2008). De acuerdo a esta investigadora, no deduces lo que lees sino que lo asocias a tus propias experiencias y a tu propia vida para poder comprenderlo.

Según Roland Barthes haces trabajar el cuerpo de tal forma que relacionas los signos de los textos de acuerdo con tus experiencias provocando que tu pensamiento esté más activo y puedas reflexionar con cada frase a fondo. *“Leer es hacer trabajar a nuestro cuerpo siguiendo la llamada de los signos del texto, de todos esos lenguajes que lo atraviesan y que forman una especie de irisada profundidad en cada frase.”* (Barthes, 1987)

La lectura es el enriquecimiento de nuestra cultura y ejercita nuestra mente y alimenta nuestra imaginación y memoria. Al momento de leer nos cultivamos y nos permite tener temas de conversación en diferentes circunstancias y situaciones de nuestra vida cotidiana. Es muy importante destacar que hay una interpelación significativa entre el emisor, receptor y mensaje, esto quiere decir que al momento de leer a un autor resulta muy interesante porque vamos a tratar de entender lo que el autor trata de explicar en sus palabras y tenemos que analizar a profundidad el mensaje para poder comprender al emisor, en este caso el autor del libro y de esta forma poder asimilar su idea principal.

1.3.- ¿Cómo saber si se lee?

Las características de un lector que no es efectivo en el momento de llevar a cabo la lectura son las siguientes (Estudiar, 2008):

Lectores ineficientes:

Leen todo a la misma velocidad. Hay que adaptar la velocidad al nivel de dificultad.

Como se menciona en el punto anterior, es clave saber manejar los tiempos, a la hora de estar leyendo, haciendo pausas cuando no se entienda algún aspecto por completo, teniendo en cuenta que esto se presenta con mayor frecuencia en textos de alta dificultad. Por otro lado cuando se presente una lectura menos compleja, podrá ser leída con mayor fluidez y el tiempo perdido en la acción será menor.

- Realizan movimientos ineficientes de los ojos.
- Regresiones innecesarias. Vuelven atrás para releer material que ya habían leído.
- Movimientos arrítmicos. Saltan sus ojos alrededor de la página, especialmente cuando están cansados.
- Barridas de retorno defectuosas. Cuando terminan una línea, no vuelven rápidamente a la primera palabra de la siguiente.
- Poca superficie de fijación. Perciben sólo 4 palabras cada vez que sus ojos se fijan.

“Una persona que no sabe leer adecuadamente suele tener regresiones durante la lectura, además de no contar con un movimiento ocular ‘educado’, lo cual lleva a no cubrir una amplia visión del campo de textos, resultando en una ineficacia para captar la mayor información posible (Estudiar, 2008)”.

- Subvocalización. Dicen las palabras según van leyéndolas.
- Concentración. Piensan en otras cosas cuando leen.

El subvocalizar y la falta de concentración afectan en la comprensión del lector, por ejemplo aquella persona que cuenta con déficit de atención, se le complica obtener con facilidad la información que se encuentra leyendo. Es recomendable tratar de subvocalizar lo menos posible, esto contribuirá a saber leer con mayor calidad.

A continuación, trataremos las características de lectores eficientes.

Lectores eficientes:

Características de alguien que sí lee; es decir, un buen lector (Estudiar, 2008):

- Leen el material aproximadamente de 3 a 5 veces más deprisa que el lector medio.
- Tienen un movimiento de los ojos suave y rítmico mientras van avanzando a lo largo del material, con pocas regresiones (o relecturas del material).
- Sus ojos siempre están en el lugar previsto, en vez de ir vagando por la página.
- Tienen una amplia zona de enfoque sobre las palabras.
- Han reducido su nivel de subvocalización (decirse a ellos mismos la palabra) a un mínimo
- Tienen un enfoque flexible y sistemático para muchos tipos

diferentes de material, así como buena concentración y memoria.

Leer con velocidad es importante para tener una lectura de calidad, se puede lograr esto con mayor eficacia, si aprendes a tener un buen manejo y agilidad en el movimiento ocular, la práctica es esencial para lograr el cometido; entre más tiempo lo apliques, se podrá perfeccionar esta técnica.

La memoria es otro punto relevante, el estar recabando la información de manera precisa al mismo tiempo que se lee, de manera fluida, llevara a la consecución exitosa del saber leer. Es determinante tratar de recordar sobre todo detalles importantes del texto, como por ejemplo, el nombre de los capítulos, los personajes protagonistas, sucesos determinantes en la historia, etc.

CAPÍTULO 2

LA EDUCACIÓN FORMAL Y LOS HÁBITOS DE LECTURA.

2.1.- Contextualización

El mundo evoluciona día con día y con él va cambiando la forma de vida y la manera de hacer las cosas. En este ensayo hablaremos del nuevo enfoque que da la experiencia de la educación formal para los hábitos de lectura en los jóvenes universitarios ya que hoy en día se ve más difícil el gusto por la misma.

Es sorprendente como el ser humano siempre está en busca de sentirse superior en cualquier ocasión, lo cual es bueno, pero desgraciadamente a veces lo hace en quehaceres innecesarios, en este caso no viendo los beneficios que puede tener la lectura, así dejándola a un lado por pensar que es mera obligación y que uno mismo puede hacer sus propias definiciones.

Probablemente si observamos definiciones siempre encontraremos que son exigencias establecidas ya sea por la moral, la ley o la autoridad o cosas que se deben hacer (Farlex), lo cual algunos padres no quieren dar esa misma obligación a sus hijos, queriendo que ellos mismos tengan ese acercamiento con los libros, pero, ¿realmente debería uno dejar pasar tiempo para tratar de imponer este hábito en los niños? ¿Realmente lo que está afectando al gusto por la lectura es que se los impongan como obligación?

Mucho nos hemos preguntado a cerca de cuántos libros leemos por año, y sabemos también que la respuesta en nuestro país no es muy alentadora. Se ha dicho que el mexicano en promedio lee entre 1.3 y 2.8 libros anualmente. Más allá de esta cifra, yacen una serie de preguntas como consecuencia y una de ellas sería ¿Cuáles son los factores que nos alejan o nos acercan a tener el hábito de la lectura?

Al tratar de averiguar qué es lo que estaba pasando, descubrimos que el que se haya obligado a los niños a leer no es más que un beneficio para ellos, ya que sus conocimientos de la historia, de cultura, el respeto mutuo, la convivencia y la responsabilidad, son gracias a que estos sean obligados a leer y al mismo tiempo a que cuando estos mismos crecen, puedan tener los conocimientos que se les brinda en la escuela, obteniendo resultados positivos a diferencia de personas que no se les inculcan o se les da la obligación de tener contacto con los libros.

2.2.- Un acercamiento diferente

Dados a la tarea de encontrar investigaciones concernientes al tema de la experiencia del fomento a la lectura ligado específicamente al ámbito de la educación formal universitaria nos hemos topado con que hay casi nada. Pero aún cuando, tanto por experiencia propia como gracias a diversas referencias, sabemos que en el mundo se han implementado un gran número de estrategias para acercar al estudiantado a la lectura con el fin de hacer más enriquecedora la experiencia educativa, lo que nos inquieta son las causas de la eficacia o ineficacia de dichas estrategias.

Sobre esto, existe una investigación que hizo la profesora M. Carmen Pereira en la Universidad de Vigo en Pontevedra, España (Pereira, 2008).

La investigación se centró en la visión subjetiva de los alumnos con respecto a una modalidad que se implementó para la materia de Educación Social. Dicha materia tiene como objetivo principal la educación en valores, y todos los catedráticos concordaban con que existe una relación crucial entre el hábito de lectura y la escala de valores de cada individuo, así que pusieron en práctica el siguiente ejercicio.

Cada alumno debía elegir una obra literaria, cualquiera que fuera de su interés individual, sin ninguna restricción ni de nacionalidad ni de género ni de temática, con la única especificación de tener siempre en mente los valores que promueve la obra elegida.

Cada cierto tiempo durante el curso cada alumno tenía un momento para hablar al grupo sobre la obra que estaba leyendo y los puntos principales que iba recogiendo. Durante este proceso, si un alumno, habiendo avanzado un número considerable de páginas, por tal o cual razón no se conectaba con la lectura que había elegido, tenía toda la libertad de cambiarla por otra.

Al final del curso cada alumno tenía que presentar un escrito en el que debía hablar sobre la obra elegida, dimensionarla con respecto a la educación de valores y hacer una reflexión personal sobre los cambios experimentados gracias a dicha lectura. Pero incluso este escrito tenía pocas restricciones, porque los profesores de la materia no querían ponerle barreras a la creatividad de sus alumnos, y por eso no lo llamaron *"ensayo"*. El escrito podía ser hecho en el formato que mejor se acomodara a las aptitudes de cada alumno y

podían acompañarlo de cualquier elemento de apoyo que ayudara a sus compañeros a la comprensión del mismo.

Como resultado se obtuvo que el nivel de participación y compromiso de los alumnos fuera mayor que en períodos anteriores. Los escritos realizados por los alumnos fueron hechos en formatos muy variados, los cuales incluyeron ensayos, relatos a manera de cuento, relatos con viñetas o a manera de tiras cómicas, reseñas humorísticas, críticas y algunos se enfocaron en hacer controversia.

Pero lo más sobresaliente del ejercicio fue que los alumnos expresaron un deseo por seguir fomentando su propio hábito de leer. De tal manera que esta modalidad del curso se implementó para los períodos posteriores agregando nuevos elementos, por ejemplo que algunos de los alumnos que han superado el curso participan en una sesión con los alumnos que lo están tomando para hablar sobre su experiencia y sobre la obra que escogieron. También se ha hecho una lista con los títulos que los alumnos han elegido en períodos anteriores ordenados por orden de recurrencia, siendo *"El Principito"* de Antoine de Saint-Exupéry el más elegido. Otros de los autores más elegidos son los españoles Miguel Delibes y José Luis Sampedro y el brasileño Paulo Coelho.

Resultados como éste son los que nos ayudan a saber que sí existen métodos y estrategias que faciliten a los estudiantes el acceso a la lectura de manera interesada y, al mismo tiempo, nos obliga a hacernos la pregunta de en qué medida afecta el nivel de obligatoriedad sobre el nivel de interés de los jóvenes.

2.3.- Las teorías pedagógicas

A continuación enumeramos las ideas principales de los teóricos de la educación con los que encontramos afinidad en cuanto a la investigación anteriormente mencionada:

2.3.1.- Lev Vygotsky.

La cultura y el contexto social son factores cruciales en el proceso de aprendizaje. La conducta intelectual de los adultos está dada por la inmersión social de cada persona. La cultura es la que aporta a cada individuo las herramientas que favorecen al aprendizaje (Vygotsky, 1992).

Dimensionando esta teoría con la investigación anteriormente mencionada, podemos observar que el éxito del ejercicio se debió en gran medida al contexto cultural en que están sumergidos los ciudadanos españoles desde niños.

España es un país que no tiene los niveles de pobreza que hay en México y tiene tradiciones y costumbres mucho más antiguas, por ende hay un mayor antecedente artístico. Por todo esto, es más fácil que un joven español sea capaz de nombrar un título o un autor sobre el cual pueda estar interesado.

2.3.2.- María Montessori.

Ella da un valor muy alto a la independencia del individuo para hacerse cargo de su propio aprendizaje. Por lo tanto también vemos cierta influencia del método Montessori en la investigación (Montessori, 2007).

A los alumnos se les dio total libertad tanto para elegir la obra que querían leer como en la elaboración de su reflexión personal. Esto probó ser de gran atractivo para los alumnos y los hizo parte de su propio proceso educativo.

2.3.3.- Paulo Freire.

La *“educación problematizadora”* de Freire niega el sistema unidireccional. Es decir que el maestro no tiene el control total en el proceso de enseñanza ni tampoco es sólo el alumno el que aprende en ese proceso, sino que ambas partes tienen un intercambio de conocimientos y ambos se llevan un aprendizaje (Martínez-Salanova, 2004).

En el ejercicio se observa esto claramente porque los profesores pudieron darse cuenta de la forma en la que más disfrutaban los alumnos aprender y el proceso de retroalimentación fue muy enriquecedor.

2.4.- Empezar desde niño

Existe una entrevista otorgada a la Fundación Leer, por parte de la educadora argentina Berta Braslavsky, quien es integrante de la Academia Nacional de Educación y desde el año 2004 forma parte del Consejo Asesor de Fundación Leer.

Dentro de la entrevista, Berta Braslavsky explica que desde los primeros años de vida de un niño es necesario que tenga un acercamiento con la literatura y pone como ejemplo las canciones de cuna: *“Las canciones de cuna -mediante el halago de sus sonidos, la repetición y sus ritmos transmitidos en el vínculo emocional con su madre- establecen su primer contacto con la literatura”*, comentó. (Braslavsky B., 2006).

Esto nos lleva a analizar que no es responsabilidad totalmente de las escuelas educar a los niños respecto al hábito de la lectura sino que desde antes de que inicie la etapa escolar los niños deben tener un primer contacto con el mundo literario. Por otro lado, este primer contacto lo va familiarizando con la gramática y a que vaya formando un lenguaje más rico, y como resultado a esta práctica, ayuda a ir formando lazos con su madre padre o adulto que lo incite a este hábito.

La lectura además de los beneficios gramaticales y afectivos que nos trae, nos ayuda a estimular la creatividad, a hacer del niño y futuro ciudadano del mundo una persona con más criterio y con una cosmovisión de la realidad diferente a diferencia de un niño que no ha sido estimulado.

Otro punto importante que toca Braslavsky en la entrevista es que la imposición a memorizar el alfabeto es la primera forma de vacunar al niño de la lectura, eso sin sumarle que en algunas ocasiones hemos tenido que memorizar párrafos completos sin razonarlos.

“La falta de comprensión significa reducir el texto a la decodificación de los signos que, -a diferencia de los sistemas ideográficos-, en el sistema alfabético solo representan sonidos. Sin la comprensión, suprimida la semántica, la escritura deja de tener sentido y su lectura queda reducida a emisiones verbales sin lenguaje” (Braslavsky B., 2006). De este párrafo nace otra pregunta: De esos 2.8 libros por año que los mexicanos leemos, ¿cuántos han sido solamente escaneados por los ojos y no llegaron a profundizar en el texto? No le encuentro algún sentido que se lean hasta 22 o 23 libros al año, comparándonos con países de primer mundo, si se está dejando de lado la comprensión del texto que debería de ser la prioridad en un lector.

Otro factor importante que menciona Braslavsky es la eficiente preparación de los docentes para transmitir el gusto por la lectura. En primera instancia el docente debe poseer este hábito, ¿Cómo podría alguien hacer llegar un mensaje que no comparte? Para esto, se necesita de un trabajo de reformación del sistema educativo en cuanto a la evaluación de los profesores aunque las instituciones privadas tienen mayor facilidad para decidir a quienes ponen al frente de un salón de clase, por lo tanto el nivel académico tendría que ser muy notorio.

CAPÍTULO 3

LA EXPRESIÓN NO FORMAL EN LOS HÁBITOS DE LECTURA

Al hablar de la influencia en los hábitos de lectura de un individuo, la mayoría de las investigaciones previas nos conducen a la escuela como fuente principal de dónde debiera nacer esta costumbre por leer. Sin embargo, no siempre es así. La educación académica dentro de una institución es un ámbito importante en el desarrollo de cualquier persona. Es ahí donde también se enfoca la promoción para que los niños y jóvenes se acerquen más a la lectura. Pero cabe mencionar, la existencia de otras formas menos convencionales con las cuales alguien puede ser conducido a los libros.

La lectura informal o no formal, es toda aquella que se da fuera de la escuela o de lo que se exige curricularmente. Puede inculcarse por medio de la familia, las amistades, los medios de comunicación, las experiencias positivas o negativas, la tecnología y la sociedad.

“Los procesos de educación informal, aunque también obtienen resultados educativos, su finalidad no es exclusivamente educativa, sino que puede tener cualquier otro objetivo como prioritario” Yubero, 1966 citado en (Mo-

rón, 2001, p. 66). *Es habitual considerar que este tipo de procesos educativos surge dentro de la vida cotidiana en el transcurso de las relaciones sociales, donde se dan mecanismos de aprendizaje tales como la imitación o la identificación.*"

En México los índices de lectura de libros son muy bajos comparados con los de otros países. En el estado de Coahuila en Febrero de 2011 se presentó la Ley del Fomento a la Lectura y el Libro, con la cual se tiene como objetivo promover políticas, programas y acciones que estén relacionadas al fomento de la lectura en el estado. El mes de Enero del presente año, el gobernador de Coahuila, Rubén Moreira, expuso el "Programa Estatal de Fomento a la Lectura Coahuila 2012-2017", mismo con el que se busca aumentar las cifras de 0.8 libros que lee en promedio un coahuilense al año.

El citado programa se conforma de tres áreas diferentes de desempeño. La primera de ellas, llamada "Querer Leer", con la finalidad de familiarizar a las personas con la lectura; también está el "Poder Leer" enfocada en la producción y distribución de acervos para la población; por último, está "Saber Leer", la cual está dirigida a la formación de lectores en el Estado.

Además de las mencionadas áreas, se tiene contempladas otras actividades para complementar este proyecto del fomento de la lectura, por ejemplo: campamentos para niños al aire libre, la creación de seis libros gigantes que estarían viajando por el estado de Coahuila; la apertura de ocho salas para invidentes en las bibliotecas, seminarios, homenajes a escritores tanto del país como del extranjero. Igualmente, impulsar el desarrollo de la Feria Internacional del Libro de Saltillo, que precisamente desde el pasado año se convirtió en un evento que de mayor alcance al convertirse en internacional.

Estas iniciativas invitan a pensar que la lectura es fundamental para el desarrollo de los niños y jóvenes, no solo del Estado sino de todo el país. Sin embargo, cuando se habla de promocionar la lectura, se apunta a la escuela; a que ésta implemente actividades y programas que inviten al alumnado a leer. También los profesores deben esforzarse por influir más en los estudiantes en el renglón de la lectura.

Y mientras los esfuerzos se concentran en eso, las "voces oficiales" como los padres, los maestros y hasta el gobierno, no terminan de explicar el desinterés de los jóvenes por leer, escribir o incluso estudiar; de manera que los culpables son los mismos jóvenes, por las prácticas que ahora llevan a cabo.

Entonces tenemos que el problema de la lectura en un país como México, tiende a simplificarse, "cargando las culpas sobre los chicos por no esforzarse lo suficiente; sobre la televisión, las computadoras y los mensajes de texto por distraerlos de lecturas más valiosas" (Viñas, 2006). Sin embargo, no se ha considerado que sea precisamente porque los tiempos cambian, la tecnología ha avanzado y hasta la visión de la vida es diferente, que los adolescentes busquen horizontes fuera de los libros impresos. Encontrando en el Internet, las nuevas tecnologías y las redes sociales, un lugar donde encontrar algo que leer.

Si bien lo que habría de considerarse es qué leemos, el Internet se muestra como una

caja mágica con millones de contenidos, entre ellos libros, revistas y periódicos. En un estudio realizado en 2011 en los Estados Unidos, la red social Facebook, estaría influyendo en la manera como la gente lee noticias; ya que los usuarios usan este medio como un lugar de encuentro donde comparten la información y recomiendan contenido.

Entonces nos encontramos que los jóvenes que tienen acceso a este nuevo mundo tecnológico, donde tienen la oportunidad de acercarse a la lectura por cuenta propia, por influencia de los mismos medios como el Facebook, el Twitter u otros, donde constantemente esta en movimiento el flujo de información.

"De este modo, la lectura continuaría ocupando un lugar privilegiado y altamente necesario en la sociedad de la información, convirtiéndose en la llave de acceso a los conocimientos, ya que sin habilidades lectoras avanzadas será imposible transformar la multiplicidad de información que se encuentra en la red, en conocimiento." (Centro Nacional de la Cultura y las Artes, 2011)

Si retomamos el aspecto del fomento a la lectura, es importante mencionar que Salazar y Ponce (1999) citados en (Centro Nacional de la Cultura y las Artes, 2011), plantean que la lectura en los niños y jóvenes se asocia con obligación, deberes, aburrimiento. Ello es consecuencia de que la lectura entra en el universo de los alumnos como una vía o medio para cursar y aprobar las materias. Considerando esto, se convierte en una actividad rechazada y que no encaja en el concepto de diversión, y mucho menos como un acto a realizar día a día.

Según el escritor Gabriel García Márquez (1996) citado en (Centro Nacional de la Cultura y las Artes, 2011) la promoción de la lectura no debería ser mucho más que una buena guía de lecturas, un encuentro para sugerir, recomendar libros, cuentos y novelas producto de la experiencia propia; una oportunidad para embriagar al lector potencial con fragmentos encantadores, que atrapan, conectan y enamoran hasta el lector más reticente. Cualquier otra pretensión sólo serviría para alejar a los lectores, para asustarlos.

Siguiendo lo que dice García Márquez, tal vez los esfuerzos que los gobiernos intentan implementar con programas escolares, tendrían mejores resultados si los mandaran sin ese enfoque, de no intentar "meter a golpes" la lectura a los jóvenes, sino de ser inteligentes y ayudarte de lo que actualmente está "in" para llegar e involucrar más a los muchachos. Esas guías de lecturas se podrían sugerir en un blog, en una página de Facebook, o hasta en un tweet. Los interesados, incluso, podrían tener contacto con los autores de dichos libros y compartir experiencias. De esta forma, se trataría de invitar a conocer por medio de la experiencia y no te imponer una actividad justificada en un bien futuro.

La lectura debe darse por convicción propia, para no crear un efecto contraproducente de la misma, si se obliga a alguien a leer o se relaciona con una acción que se tiene que hacer porque alguien más lo pide o lo exige, puede orillar a la persona a tener una mala imagen de leer y así causar una mala experiencia "La familia creando un ambiente de lectura en el propio hogar y las lecturas sugeridas sutilmente y no obligatorias, no constituyen lectores a tener que leer por obligación, ya que a la lectura se llega o se debe llegar lo más libremente posible." Cabanes, 1991 citado por (Morón, 2001, p. 91).

La familia juega un papel muy importante en los procesos informales de la lectura, puesto que si en la familia, los padres están acostumbrados a leer libros en sus tiempos libres o a leer el periódico de forma cotidiana, los hijos pueden adoptar ese tipo de costumbres para su vida, ya que es lo que están habituados a ver como ejemplo.

“En estos procesos educativos de carácter informal podríamos incluir el tipo de acercamiento al libro que se da en la familia, donde se mezclan de forma habitual los hechos de la dinámica cotidiana, con los procesos explícitamente educativos. Por ejemplo, si el padre está leyendo el periódico o un libro para entretenerse y el hijo lo observa para utilizarlo como modelo; o cuando se debe regalar algo para un cumpleaños se regala un libro, con la doble finalidad de cubrir el trámite y al tiempo educar.” (Morón, 2001, p. 65).

Los libros, revistas y periódicos impresos ya no son la única forma de tener acceso a la información, con el desarrollo de la tecnología nuevos métodos de lectura han surgido. Dispositivos como teléfonos celulares “inteligentes”, tabletas en general y tabletas especializadas en libros, donde puedes tener conexión a Internet, y podrás leer al instante los acontecimientos que están surgiendo en el mundo; además podrás descargar libros que podrás leer desde el mismo aparato, cuando tu desees; de manera que convierten un ejemplar de 250 páginas, en un archivo portátil en un pequeño dispositivo que bien puede caber en la palma de tu mano. Estas novedades abren un nuevo mercado para las editoriales al comercializar lectura electrónica. Los países industrializados son los que tienen este tipo de tecnología más cercana, sin embargo también está presente en los países en vías de desarrollo de manera más moderada. Esta nueva forma de leer puede ser atractiva no sólo por la comodidad de la lectura sino por la labor de los mercadólogos al crearnos la necesidad de comprar este tipo de dispositivos, todo esto sin mencionar que se puede aplicar la estrategia de la ecología, resaltando los beneficios que trae al planeta el ya no hacer uso de hojas. Sin embargo, viéndolo desde la perspectiva positiva esto puede fomentar la lectura en la población. En un artículo publicado por The Wall Street Journal Marketing and Research Inc. realizó un estudio a 1,200 personas que leían libros electrónicos y se encontró que el 40% decía que ahora leían más por ese medio que por impresos. De los encuestados el 58% dijo que leía la misma cantidad y tan solo el 2% alegó leer menos. (BACA, 2010)

Los medios de comunicación también tienen mucho que ver en los procesos informales, por ejemplo las revistas o los periódicos, en el caso de una revista que se exhibe mensualmente, promociona la animación a los lectores a crear un hábito mensual a leer esa revista, en primer lugar la revista busca hacerlo por vender, aunque también cumple con una función de fomentar la lectura, de igual forma pasa con los periódicos que se publican diariamente, en el que generalmente el lector busca el tiraje del día siguiente y así consecutivamente.

La sociedad de hoy en día tiene mucho más posibilidades de adentrarse en el mundo de la lectura, que hace algunos años. Ahora existe una apertura de información y fácil acceso a ella que antes no existía, que permiten que la educación no formal tome un papel más importante en el crecimiento de los jóvenes, ahora nos formamos en una gran medida fuera de las instituciones educativas, y la influencia de la sociedad y la cercanía con los medios

de comunicación tienen mucho que ver con las formas en las que actuamos.

Los medios de comunicación pueden acercar a la lectura y ayudar a encontrar rápidamente reseñas de un libro en la red o por medio de recomendaciones de amigos en redes sociales. Sin embargo, estos medios también pueden alejarnos de la lectura, haciendo así más común el tiempo que se habitúa en ver televisión, películas en vez de libros, pasar tiempo en la computadora o haciendo otras actividades.

Los medios también pueden influir bastante en la forma en la que se aprecia la lectura, si lo propician como buen hábito o como algo aburrido o de “Nerds”. “El acercamiento al libro no escapa a la tendencia educativa y esto resulta significativo si consideramos que en contextos educativos informales no se refuerza la convivencia positiva con el libro y la lectura” (Morón, 2001, p. 65) y reforzando la frase anterior de la relación del lector con el hecho de ser una persona aburrada Pedro C. Cerrillo dice: “Leer no está de moda; al contrario, es una actividad muy poco valorada por la sociedad, por los medios de comunicación y, particularmente, por los jóvenes: a muchos adolescentes, de los que leen habitualmente, les da vergüenza reconocer ante sus amigos que son lectores.” (Utanda, Cerrillo, & García, 2005, p. 133).

Puede estar reflejado la dualidad de la imagen social; por un lado, a nivel general, parece estar más valorado el buen lector: pero, por otro lado, en determinados grupos sociales, es más valorado el ocio compartido, en el que la lectura no encaja por sus características de actividad individual, que exige esfuerzo y cierto aislamiento. Quizá, por ello, unos sujetos lo valoran negativamente y otros positivamente, atendiendo a la distinta relación social que suponen las diferentes actividades. (Yubero, Larrañaga, & Cerrillo, 2004, p. 29).

Es muy subjetiva la valoración del hábito de la lectura, y es cierto que los lectores a veces son conocidos como los aislados, y de pronto también pueden verse como los intelectuales y los cultos, pero el problema está en el entorno social, y como lo difunden los medios de comunicación, como menciona Jesús Contreras (El país, 26/07/2002) citado por (Yubero, Larrañaga, & Cerrillo, 2004, p. 33) exponiendo la contradicción social existente respecto a la valoración muy positiva de la lectura unido a una escasa práctica de la misma “Todo el mundo habla mal de la televisión y bien de los libros, pero lo cierto es que la televisión está encendida durante todo el día y que cada vez hay menos tiempo para leer”.

El tiempo de ocio se dirige hacia el entretenimiento consumista y a los medios de comunicación, hacia el abandono de la actividad intelectual, lo que hace que no se dirija hacia la lectura, y que los sujetos perciban que no tienen tiempo de leer (porque no entra en su conceptualización del uso del tiempo libre). Esto sucede porque se asocia la lectura con lo escolar o el tiempo que se invierte en el estudio, por lo que al tener tiempo libre, lo último en lo que quisieran gastarlo es en leer, y parece más atractivo hacer otro tipo de actividades como salir con amigos, ver televisión, usar la computadora, etc. A esto se le agrega la presión social que pueden sufrir determinados grupos – entre ellos estudiantes universitarios, si confesaran abiertamente que no leen. Ante esta situación “la falta de tiempo” es una excusa ante la que se justifica el comportamiento no lector; además, apelan a que tienen otras cosas que hacer lo que les lleva a tener mejor imagen social. Antiguamente, las clases altas se jactaban de disfrutar de tiempo libre para diferenciarse de la clase trabajadora, actualmente como la atribución del horario de trabajo es más igualitaria, con

disposición de tiempo libre por parte de los trabajadores, la distinción se produce por la causa contraria, por tener muchas horas de trabajo y poca disposición del tiempo de ocio. (Yubero, Larrañaga, & Cerrillo, 2004, p. 31)

También suele suceder que se piense que el lector tiene mayor disponibilidad de tiempo, lo que podría tratarse de una justificación pues el tiempo del que disponen debería ser semejante. De hecho, Gómez Soto, 1999 citado por (Yubero, Larrañaga, & Cerrillo, 2004, p. 33) afirma que la disponibilidad de tiempo libre no influye en la dedicación de las prácticas lectoras. En ese sentido, podríamos hablar de un asunto relacionado con estilo de vida y de prioridades en la distribución del ocio.

De acuerdo con una investigación realizada en Venezuela fuera de la escuela existen muchos lugares donde las personas tienen acceso a la lectura y estos lugares funcionan como promotores de ésta.

1) Los kioscos de revistas y periódicos es un espacio que agrupa a lectores. 2) Los consultorios médicos y odontológicos son lugares que generalmente implica esperar, según su naturaleza, poco tiempo o largos ratos. 3) Las peluquerías y centros de belleza también le exige al cliente tiempo de espera, el cual se hace menos pesado si hay la posibilidad de leer. 4) Los terminales de autobuses, aeropuertos y estaciones son lugares en donde los pasajeros desean tener algún texto que leer para hacer más corta la espera. 5) Los cafés, fuentes de soda, restaurantes y bares también son espacios propicios para leer. 6) Los estadios y canchas pueden servir para estimular la lectura entre los fanáticos. 7) Los parques y plazas públicas representan los lugares más idóneos para que las personas lean plácidamente y compartan lo que lean. 8) En las iglesias y templos, la lectura puede permitir que los feligreses se acerquen a Dios. 9) Las oficinas públicas en las que los trámites administrativos exigen largas esperas pueden favorecer la lectura. (Oscar Alberto Morales, et al, 2005)

Estos lugares también aplican en este país como lugares donde se promueve la lectura de manera espontánea, por lo tanto el pueblo mexicano también se puede convertir en una sociedad lectora empleando medios como los citados anteriormente.

CAPÍTULO 4

CONTEXTO Y DINÁMICA NACIONAL DE DOCUMENTOS IMPRESOS

La lectura ha sido siempre una herramienta básica para el aprendizaje y el conocimiento, por lo cual es de vital importancia brindarle una atención primordial, ya que el fomentar el hábito a la lectura desde cualquier área del currículo beneficiará a la persona en el desarrollo de una buena educación.

La lectura es y será siempre una herramienta fundamental para hacer de nuestra sociedad una sociedad más participativa y por lo tanto más próspera.

Leer, además de ser entretenido, enriquece el conocimiento intelectual, puesto que desde esta perspectiva se interpretan palabras que tienen como principal finalidad volver a la persona mucho más autocrítica, democrática y por otro lado, favorecer potencialmente la participación social.

Actualmente el fomento a la lectura ha surgido un cambio importante en la sociedad, ya que con el acceso a la Internet, la web, las páginas virtuales, los dispositivos electrónicos, etc., se han modificado otros hábitos de leer, ya que la llegada de estos permite mayor comodidad en cuanto a la portabilidad, lectura de los textos en cualquier formato, ampliación del tamaño de letra, velocidad en la búsqueda, menor costo y además, los lectores más avanzados del mercado ofrecen conexión a Internet, con los que pueden conectarse con los principales portales de venta de libros electrónicos, así como descargar ediciones electrónicas de diarios o revistas convencionales y por último, ayuda también en el cuidado del medio ambiente, disminución en el consumo de papel, costos de producción menores, entre otras.

4.1.- Libros

En el 2006 se aplicó una Encuesta Nacional de Lectura, en la cual se detectó la *"lectura como fracaso del sistema educativo"* y en la que se reveló que de los 8.8 millones de universitarios del país, gran parte de estos estudiantes en licenciatura no tiene hábito de lectura, ya que el 18% nunca ha pisado una librería, el 35% no lee libros de literatura en general, el 23% no lee libros de ningún tipo y el 7% lo lee nada, ni libros, ni periódicos, ni revistas, estas cifras son sumamente preocupantes para el buen desarrollo del país, tomando en cuenta que es la población con un grado escolar superior.

"Según el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2006) durante el siglo XX en México el porcentaje de analfabetismo aumentó de 80 a 90%, considerando a las personas que no sabían leer ni escribir como analfabetas" (Vicente Gómez I., 2008).

Iris Vicente Gómez plantea en su tesis que el hábito de lectura en México lejos de aumentar el hábito disminuye cada vez con mayor frecuencia, por lo que tomando a diversos autores (Patán, 2007), (Aranda, 2007) citando asevera que la situación de la alfabetización

en México es lamentable porque hay personas que sabiendo leer, no practican la lectura, a pesar de todos los intentos que el gobierno ha hecho para inculcar un gusto por la lectura en la población en general. Del artículo *“La lectura como fracaso del sistema educativo”*, de Gabriel Zaid, señala que las encuestas que se han realizado en nuestro país para medir los índices de lectura, lejos de exponer un avance en nuestro país, pone en evidencia el atraso de México, comparándolo con otros países latinoamericanos y con esto también el fracaso del sistema educativo.

Según la réplica de investigación hecha primero en Inglaterra por Hopper, Vicente Gómez encuentra en los datos de su investigación realizada en las secundarias de Puebla que a pesar de ser Inglaterra y México países con muchas diferencias, también tienen ciertas similitudes en cuanto a la influencia que ha tenido la llegada de los avances tecnológicos como la televisión, los celulares, computadoras con acceso a Internet, video juegos, DVDs entre otras, que sin duda ejercen una fuerte influencia sobre los adolescentes (Sartori, citado en Vicente Gómez, *Ibíd.*).

Noticieros Televisa señala que según la Encuesta Nacional de Lectura del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes en 2010, los mexicanos leen 2.9 libros al año, los españoles 7,7 y los alemanes leen 12 al año, cifras contrastantes con el porcentaje de libros que se lee en México (Televisa, 2010, citando a Encuesta Nacional de Lectura del CONACULTA).

En la actualidad los medios impresos han pasado a formar parte de la era digital, cosa que ha provocado la disminución del tiraje de estos, comúnmente también conocido, como el número de ejemplares impresos. Las siguientes tablas muestran una parte importante de cómo esto efectivamente está modificándose.

4.2.- Revistas

Cuadro 1. Tiraje de las revistas con mayor presencia en México 2002 – 2009
(Merca2.0 edición especial 4 de 7 No. 4, 2005), (Arévalo, 2005)

TÍTULO DE LA REVISTA	TIRAJE	EDICIÓN
TVNotas	645, 625	Semanal
TVyNovelas	550, 000	Semanal
H para Hombres	367,000	Mensual
15 a 20	131, 721	Quincenal
National Geographic	10 millones	Mensual
CARAS	105,000	Mensual
Quién	130,000	Catorcenal
Proceso	54, 444	Semanal
Milenio Semanal	12,564	Semanal
Expansión	170,000	Catorcenal

Cuadro 2. Tiraje de las revistas con mayor presencia en México en 2011
(Merca2.0 edición especial 4 de 7 No. 4, 2005), (Arévalo, 2005)

TÍTULO DE LA REVISTA	TIRAJE	EDICIÓN
TV Notas	624, 770	Semanal
TV y Novelas	204, 180	Semanal
H para Hombres	293, 305	Mensual
15 a 20	131, 506	Quincenal
National Geographic	130, 326	Mensual
CARAS	18, 691	Mensual
Quién	81, 687	Catorcenal
Chilango	36, 019	Mensual
Cinépolis (Gratuita)	200, 000	Quincenales
Proceso	75, 878	Semanal
Milenio Semanal	35, 964	Semanal
Expansión	29, 300	Catorcenal

4.3.- Periódicos

Cuadro 1. Tiraje de los periódicos con mayor presencia en México en 2000
(El Universal Blogs, 2011), (Centro Interamericano de Marketing, 2005)

PERIÓDICO	TIRAJE
Esto	350,000
La prensa	270,000
Excélsior	200,000
El Financiero	135,000
El Universal	170,356
Ovaciones	130,000
Reforma	126,000
La Jornada	106,471
Ovaciones 2ª. Edición	100,000
El Sol de México	55,000
Metro	55,000
Milenio	40,000

Cuadro 2. Tiraje de los periódicos con mayor presencia en México en 2005

(El Universal Blogs, 2011), (Centro Interamericano de Marketing, 2005)

PERIÓDICO	TIRAJE
Esto	385,000
La prensa	280,000
El Universal	170,356
Ovaciones	152,388
Reforma	150,569
El Financiero	147,000
La Jornada	114,548
Ovaciones 2ª. Edición	100,000
Milenio	80,000
El Sol de México	60,500
Excélsior	55,493
Metro	54,108

Expertos de la informática dicen que el problema en el decreciente tiraje o interés hacia los medios impresos en realidad no es de Google. El problema realmente es la flojera y comodidad que brinda el copiar y pegar sin analizar los textos, la rapidez que brinda buscar únicamente la información deseada sin necesidad de tener que leer otros para encontrar el indicado, entre otros que ya se mencionaron al principio de este.

La falta de lectura tiene que ver con el ambiente y la cultura con la que crece un niño. Los padres de familia deben invertir en comprar libros y de preferencia deben hacer una selección para ofrecerle a sus hijos textos de la mejor calidad, adaptados a sus temas de interés y con un género adecuado para cada edad, puesto que existen libro para cada tipo de generaciones, niños, adolescentes, jóvenes y adultos.

Mucho se culpa también al uso de los celulares, mail o blogs, cada vez más usados entre los jóvenes y en los cuales se ha deformado el lenguaje escrito y con las tendencias de estos nuevos medio se ha vuelto aún más.

CAPÍTULO 5

BENEFICIOS DE LA LECTURA

No es rico el que más tiene, sino el que más ha leído

Eduardo Robles

La necesidad de comunicar es inherente en todo hombre. El contacto con los demás es vital para el desarrollo de habilidades de comunicación. Toda persona tiene la capacidad de comunicarse por el simple hecho de haber nacido, sin embargo, se requieren de otras herramientas que complementen el conocimiento y lo amplifiquen a otros niveles, herramientas que sólo se encuentra a través de la lectura.

Las personas que leen por gusto *“se volverán lectores apropiados, adquirirán un gran vocabulario, desarrollarán la habilidad de comprender y usar construcciones gramaticales complejas y desarrollarán un buen estilo de escritura...”, comenta el Dr. Stephen D. Krashen, autor del libro El poder de la lectura.* (Abate, 2011)

La lectura juega un papel importante para las personas en general, sin importar la edad, sexo y/u otras distinciones. Leer crea beneficios importantes para la vida cotidiana, como de manera social, cultural y afectiva, sobre todo, modifica apropiadamente la forma de comunicarse con la sociedad.

Entre otros, algunos beneficios que brinda la práctica habitual de la lectura son:

- Vocabulario
- Ortografía
- Orden del pensamiento
- Comprensión
- Actitud crítica
- Predisposición a escuchar
- Conocimiento
- Cultura (Revista Vinculando, 2009)

La lectura facilita el desarrollo de la inteligencia, impulsa la imaginación y creatividad; es una inmejorable fuente de cultura y aumenta la capacidad de memoria y concentración, además, mejora el manejo de las reglas de ortografía, lo que permite hacer buen uso del lenguaje y la escritura.

“En el ámbito social, proporciona una mayor desenvolvura y seguridad ante los demás, la persona que lee tiene más vocabulario que aquella que no lo hace, lo que da una mayor facilidad de palabra. No existen procesos cognitivos separados del lenguaje, pues todas las demás operaciones y actividades se realizan gracias a éste, ya que traspasa todas las áreas: te enseña a hacer analogías y relaciones lógicas, que son útiles en todas las instancias” comentó la experta en Psicología de la Educación de la U. Católica, Malva Villalón para el Diario La Tercera (Abate, 2011).

La lectura incrementa la cultura y por lo tanto el nivel de conocimiento de quien la practica asiduamente, lo cual permite desarrollarse mejor en cualquier ámbito, ya sea académico, profesional o social. Esta cualidad la hace una persona con la que se antoja conversar, además de que tendrá muchos más temas de interés de qué hablar.

Otro beneficio es el afectivo, la lectura no sólo proporciona una sana distracción, además de los beneficios intelectuales y sociales, juega un papel importante en el desarrollo emocional de la persona: quien tiene cultura y conocimientos se siente a gusto en cualquier ambiente y para hablar de cualquier tema (Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán, s/a). El conocimiento aunado a la facilidad de palabra proporciona a la persona mayor seguridad y confianza en sí misma, que servirán de apoyo para tener una alta autoestima. La persona que tiene el hábito de lectura difícilmente se siente sola.

La lectura también brinda beneficios que ayudan a la salud: leyendo se puede disminuir el estrés, cuando la persona lee se *“envuelve”* totalmente en el texto, así varias áreas del cerebro se activan y ponen a andar la imaginación, haciendo que se aisle de aquellos problemas y momentos difíciles que se le presentan. Asimismo, el cerebro se ve favorecido cuando se aprende y se lee en otros idiomas, se activan áreas jamás utilizadas y se aprovecha un mayor potencial de éste órgano. El especialista en lenguas clásicas Eric Havelock también sostiene que algunos alfabetos, como el griego, sin duda liberaron una capacidad sin precedentes en el cerebro humano a fin de crear pensamientos novedosos (Leer transforma radicalmente nuestro cerebro, 2010).

También, la lectura genera paz y tranquilidad. Cuando se enfoca la concentración en la lectura la respiración se tranquiliza al igual que el pulso, con ello el cuerpo se oxigena mejor, dejando de producir adrenalina, desarrollando memoria, se relajan los músculos, estimula la visión y aumenta el vocabulario (Beneficios de la lectura, s/a).

Las Nuevas Tecnologías de la Información muy vinculadas directamente con el Internet, incorporan las capacidades más potentes de información y comunicación que jamás se hayan visto, posibilitando el acceso inmediato de los lectores, a velocidades inimaginables, y con la posibilidad de bajar y subir información directamente desde sus hogares, a grandes bibliotecas e infinita variedad de documentos de todo el mundo (Valencia, 2006).

Hoy en día, la lectura en medios digitales se ha convertido en una fuente de fácil acceso y de incontable variedad. Los libros, revistas y periódicos tangibles ya no son la única opción para leer. Otra ventaja del ciber-texto, es que la información digital se actualiza día con día y permite conocer en tiempo real todo tipo de datos.

Cuadro 1. Ventajas y beneficios de la lectura electrónica (Eduteka, 2004)

El ciber- lector adquiere el poder de des-estructurar y re-estructurar los textos originales.
Los medios electrónicos brindan al lector la posibilidad de ejercitar múltiples operaciones en uno o más textos electrónicos.
El 93% de la información que se produce a nivel mundial, está en formato electrónico.
Todo el conocimiento humano puede ser almacenado en un microchip del tamaño de un “grano de arroz”.
Búsqueda y recuperación inmediata de información sin importar el lugar de origen, la hora, etc.
La red posibilita posibilidades para leer.
El lector puede leer desde la comodidad de su hogar u oficina, sin desplazarse a otros lugares.
Los textos electrónicos poseen una diversidad de opciones de búsqueda y recuperación.
Un gran porcentaje de la totalidad del conocimiento humano empieza a almacenarse en soportes digitales.
E-reading, brinda la posibilidad de poder combinar textos, imágenes y sonidos.
Existen nuevos formatos de textos (hipertexto, hipermedia, electrónicos, etc.).

Tras todos los beneficios listados, leer se vuelve una actividad muy completa, aporta conocimientos para el mejor desarrollo de la vida social, personal, cultural, pero sobretodo es *“el más importante predictor del éxito profesional”*.

CAPÍTULO 6

LOS NIVELES DE LECTURA

La lectura es un desafío lingüístico, cognitivo y estético, a través de ella se conocen historias, culturas, personas, vivencias y experiencias de otros. En el mundo de la lectura existen diferentes niveles y tipos de lectores, cada uno cuenta con diferentes características, según Fly hay cuatro niveles diferentes (Fly, 1985, p.18 citado en Ruíz, 2003).

El primero, el no lector, se refiere al tipo de persona, por lo general niño, que se dedica a decodificar lo que ven, no tanto lo que leen, lo que alcanzan a distinguir antes de que alguien los enseñe a leer.

El segundo un lector de baja intensidad, se refiere a la persona que no lee con frecuencia y lo que lee lo entiende de un 30 y 59% asimismo lee menos de 250 palabras por minuto.

El lector, el tercero, es aquel que lee un promedio de 250 a 400 palabras por minuto y su nivel de comprensión está entre el 60 a 80%, es decir rebasa más de la mitad de com-

comprensión de la lectura, es capaz de determinar la sinopsis clara de un libro.

Cuando se dice que la lectura es un reto se refiere a que *“Sólo hasta que el lector esté seguro de que ya domina la habilidad decodificadora, podrá enfrentar cualquier tarea lectora como un reto que es capaz de superar”* (Fly, 1985, p.19).

Por último se encuentra el lector eficiente, éste lector con una buena habilidad lectora, es decir la persona que lee más de 400 palabras por minuto, que tiene un porcentaje mayor al 80%, capaz de reconocer el grado de marcaje social que posee el texto y que actúa conforme a ello. Aportan al texto sus experiencias, habilidades e intereses; el texto, a su vez, les permite aumentar las experiencias y conocimientos, y encontrar nuevos intereses, se le considera el lector ideal.

Es así como Edward Fly divide los niveles de lectura, cada uno con diferentes características. Se puede inferir que para llegar a ser el lector eficiente, se atravesó cada nivel de lectura existente.

El libro *“Lectura Efectiva”* de Bessy Yohanna Ruiz Barrios menciona que existen diferentes tipos de comprensión lectora. En Plaza Poj (1995) se afirma que según los objetivos que tenga el lector al leer. Estos se pueden agrupar en Comprensión literal, Comprensión por inferencia, Comprensión crítica o evaluadora y Comprensión valorativa.

En primera instancia podemos encontrar la Comprensión literal, la cual tiene como objetivo principal leer literalmente lo que el texto dice, sin tener otra intención con el texto, que no sea lo estrictamente literal.

Posteriormente podemos encontrarnos con la segunda *“etapa”* de comprensión que es la Comprensión por inferencia la cual es un poco más profunda que la primera y requiere un poco más de atención a la hora de leer ya que esta pretende encontrar información que no se encuentre explícitamente escrita en el texto, sino que es necesario utilizar su experiencia el uso del sentido común y la intuición para la obtención de información.

Seguido de la comprensión por inferencia podemos encontrar la Comprensión crítica o evaluadora, esta categorización de comprensión, requiere de más entrega por parte del lector ya que para poder entrar en dicha categorización es necesario que haya un vínculo entre lo que pasa en lo que se lee con los conocimientos y valores del lector para de esta forma poder dar una interpretación de algún suceso o pasaje que el lector este leyendo.

Por último la Comprensión valorativa busca obtener de algún suceso o pasaje una respuesta emocional o de otro tipo este tipo de comprensión puede variar según las necesidades que cada lector tenga y es por esto que esta categorización se divide en diferentes tipos de lectura como: Lectura Rápida o Lectura Selectiva.

La Lectura Rápida sólo busca las ideas principales y no busca entrar en detalles de un texto esta lectura se hace de manera breve y se consume poca cantidad de tiempo.

La Lectura Global también es utilizada para extraer las ideas más importantes pero esta sólo logra obtener la idea general del texto que se leyó.

La Lectura selectiva es el tipo de lectura que es empleada cuando el lector busca una información más específica sin necesidad de leer todo el texto. Es decir si el lector busca encontrar una fecha específica y sabe que dicha fecha la puede encontrar en el primer capítulo del libro el lector solamente buscará la fecha en dicho capítulo sin necesidad de tener que leer todo el libro para encontrar dicha información.

Por otra parte la Lectura Atenta, es una lectura que requiere más atención y un gran nivel de comprensión, el principal objetivo de esta lectura es obtener una comprensión detallada del texto que se lee ya sea en la modo o la forma en la que el texto expresa las ideas o intenta transmitir las, esta lectura se caracteriza por ser una lectura crítica en donde el lector involucra sus creencias, actitudes y criterios.

Por último podemos encontrar la Lectura por Placer, esta etapa es la etapa culmen de los tipos de lectura que esta se hace con un gusto especial en donde el lector busca engrandecer su vocabulario mejorar sus estructuras gramaticales, por lo general en esta lectura el lector lee grandes cantidades y disfruta de hacerlo.

La lectura constituye un vehículo para el aprendizaje, para el desarrollo de la inteligencia, para la adquisición de cultura y para la educación de cada individuo, no sólo proporciona información o instrucción, sino que forma y educa; creando hábitos de reflexión, análisis, esfuerzo, concentración, recreación, entretenimiento y distracción. Todo depende del nivel de lectura en el que se encuentre cada persona, al principio todo lo que cuesta trabajo es difícil disfrutarlo, pero con el tiempo y la practica el goce se irá incrementando.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

CAPÍTULO 7

CONFORMACIÓN DEL HÁBITO DE LA LECTURA

Como se recordará, uno de los objetivos primordiales de nuestra investigación era analizar los hábitos de la lectura de los maestros y universitarios, sin duda, gracias a la aplicación de esta encuesta pudimos recabar datos interesantes que reflejan diferentes aspectos relacionados con esta actividad, por ejemplo, observamos que los encuestados que respondieron que su capacidad para leer es buena, no realizan esta actividad casi nunca y los que consideran que tienen una mala capacidad para leer la llevan a cabo con menor medida, todo esto se compara con los que leen todos los días, pues dicen tener una muy buena capacidad y obviamente esto ha sido resultado de la practica constante y un gusto activo que ha ido forjando una habilidad mucho más desarrollada. Otro factor importante que se reveló, es que el sexo masculino demuestra mayor fluidez al efectuar una lectura, al

contrario del género femenino, señalando que los varones cuentan con una mayor facilidad para entender la lectura, ya que no tienen que estar haciendo pausas para volver a la palabra en la que se trabaron y esto a la larga manifiesta una mayor capacidad de vocabulario y de almacenamiento de datos.

También se puede relacionar este objetivo a la pobre participación de los padres en el fomento de este hábito en sus hijos, pues el 68% contestó que leían solos, si es que lo hacían, esto nos dice que sus padres no estaban directamente avivando la lectura en sus hijos y como segunda opción con menor porcentaje es que su madre les leía, esto tal vez porque la figura del padre es habitualmente quien trabaja y provee a la familia, dejando a la madre a cargo de este tipo de actividades como la educación de los infantes.

En otra de las interrogantes, pudimos apreciar que las distintas lecturas tienen un mayor impacto en el sexo femenino; es decir, para las mujeres el hecho de estar leyendo un libro va más allá de eso, pues el tema que han leído contribuye a la construcción de su conducta, quizás esto vaya orientado a que a la hora de seleccionar el tema para leer, busca escoger temas que se relacionen con sus estilos de vida. Por contraparte, el sexo masculino le da menos importancia a la lectura que ejecuta, por lo tanto, el hombre mezcla menos su vida con la lectura, ya sea porque prefieren temas más ligeros o simplemente de entretenimiento.

Igualmente se corrobora que la lectura tiene mayor influencia sobre el sexo femenino en la siguiente pregunta: con tus amigos y/o familiares ¿compartes alguna idea a partir de una lectura?, pues el mayor número de mujeres expresó que sí comparte desde un libro hasta un *tweet*, fortaleciendo la idea de que para las mujeres una lectura se puede convertir en un suceso relevante para su vida diaria.

Otro de los objetivos de este estudio es distinguir los elementos que intervienen en la decisión de leer, por ejemplo en una de nuestras gráficas nos dimos cuenta que la mayoría de los encuestados que respondieron que les gustaba algo de las lecturas encargadas por el profesor, era porque se estaba fomentando medianamente este hábito en los alumnos. Por consecuencia, esto podría ser un indicador causante de la inconsistente aceptación a las lecturas asignadas en clases. También vemos como el 40% menciona que nunca se fomentaba la lectura y les gustaba muy poco el tipo de temas establecidos por el maestro, de cierta manera al no promoverse nunca este hábito provocó que no tuvieran un gusto real por la lectura, en contraste con el 25% que dijo que sí se impulsaba esta práctica y que les agradaba mucho leer lo que se les imponía en la escuela.

En otro de los objetivos específicos se plantea la comprobación de que el maestro tiene un mayor nivel de lectura que el alumno, pues la gráfica confirma que los maestros tienen porcentajes más altos en comparación a los que tienen los jóvenes universitarios, mostrando que los maestros disfrutaban más la lectura que sus estudiantes, probablemente sea porque el tipo de lectura que llevan a cabo los segundos va más ligada con su tareas o proyectos escolares determinados por el profesor y por lo tanto no lo hacen porque posean un gusto verdadero. En cambio, los maestros, debido a la satisfacción que les genera esta actividad, pueden leer temas ajenos a la escuela y

tratan de adentrarse más en cualquier tipo de texto haciéndolo con mayor frecuencia; esto también puede ser porque pertenecen al mundo académico y están en constante actualización de temas tanto de su rama como de otros tópicos particulares que no conciernen a su trabajo.

En cuanto a las preguntas que nos planteamos al inicio de esta investigación, podemos decir que en nuestra parte respondemos a dos de las cuestiones. Como primera respuesta obtenida tenemos que sí existe una diferencia sustancial en el nivel de lectura entre alumnos y maestros, pues el maestro disfruta leer mucho más que sus estudiantes, ya que el 68% de los profesores encuestados afirmaron que sí gozan completamente de este ejercicio y que lo realizan con mayor frecuencia que sus alumnos. Como ya mencionamos anteriormente, puede suceder esto porque el maestro lee temas ajenos a la escuela o a su trabajo y se encuentra en una repetida búsqueda de información y de actualización para no quedarse con los conocimientos básicos que adquirió en el desarrollo de su carrera profesional o de su experiencia en el campo laboral, además, de que tiene mucho más arraigado este hábito, si es que el maestro tiene una verdadera vocación por su trabajo y experimenta esa inquietud por aprender y prepararse aún más. También puede que influya que su gusto por la lectura lo lleve a conocer sobre otros temas que no tengan tanto que ver en su área o simplemente utilizar este hábito como herramienta de entretenimiento.

La segunda incógnita con la que comenzamos este proyecto fue de igual forma respondida, pues el impacto que genera en los alumnos un profesor que cuenta con este hábito y fomenta continuamente en ellos esta actividad es de suma importancia, sin embargo, el análisis arrojó desilusionantes resultados, ya que el 70% indicó que se fomentaba medianamente y el 41% que nunca se fomentaba, por consiguiente, el impacto de un profesor interviene en demasía en la estimulación de este tipo de hábitos en los niños, ya sea por falta de interés en sus alumnos o porque solo se concentra en impartir su materia sin generar prácticas positivas o herramientas que les servirán a futuro. También puede ser porque solo imponía temas particulares relacionados a la materia, sin tomar en cuenta la opinión general de los estudiantes y no dejaba que leyeran algo que les llamara la atención. Una buena medida habría sido dejarlos leer lo que más les gustara y a la vez encomendar otro texto para leer que si este combinado con la materia que enseña. De la misma forma nos percatamos de que

Aunque el maestro posea un hábito de lectura no quiere decir que sus alumnos lo tendrán también, ya que si no lo fomenta consecuentemente no podrá crear una expectativa de aprendizaje ni una inquietud de saber más en todo su alumnado.

7.1.- Relación con el marco teórico

En relación con el capítulo uno del marco teórico, leer es una actividad fundamental para poder desenvolverse en distintas etapas o escenarios de la vida, sin embargo, en nuestras encuestas podemos apreciar que el fomento por parte de los profesores no ha sido una

prioridad, pues el 70% expusieron que se difundía medianamente y el 41% que nunca se difundía esta práctica, por lo tanto, esta actividad que debería ser inculcada desde pequeños, muchas veces se ve mermada y no tiene el impacto necesario en los estudiantes, ya que comúnmente se percibe como una actividad que no llama la atención y que da flojera, cuando debería existir una difusión activa y constante que intensifique este ejercicio y de esta forma se genere un hábito en los niños, pero siempre desde un punto de vista positivo, sobre todo si la familia tampoco fomenta esta actividad frecuentemente. La lectura es una actividad básica para las personas, abre muchas formas de aprendizaje tanto personal, intelectual, etc. Por eso, es de suma importancia que desde pequeños se comience a infundir, para que tengan esa costumbre por gusto y no lo tomen como una carga o una actividad únicamente escolar.

Sin duda, leer permite tener una perspectiva mucho más amplia y actualmente, es necesario que una población esté totalmente alfabetizada, pues es esencial para el desarrollo emocional, social, económico y de todos los ámbitos. Desafortunadamente en otra de las preguntas planteadas a los encuestados, responden que su capacidad para leer es buena, sin embargo, no realizan esta actividad casi nunca y los que piensan que tienen una mala capacidad para leer no la llevan a cabo nunca, esto significa que al no efectuar esta actividad con frecuencia se confirma que el hábito no está presente y no existe un auténtico interés en ponerlo en práctica.

Según Barthes *“La comprensión del texto —afirma— es alcanzada por su lectura crítica, es decir, implica la percepción de relaciones entre el texto y el contexto”*. Por lo tanto es trascendental que el lector comprenda lo que lee y después forje una opinión crítica al respecto. Esto lo podemos relacionar a nuestro análisis, pues el género femenino afirmó que se traban al leer, lo cual afecta el desarrollo de esta acción y no permite una comprensión total del texto, pero que las lecturas ejecutadas les dejaban algo que compartir ya sea con amigos o familiares, esto a comparación del género masculino, ya que ellos mencionan que no se traban al leer y no hacen pausas para regresar a la palabra, derivándose a futuro en un mayor vocabulario y acumulación de datos o información, sin embargo, ellos no comparan alguna idea a partir de una lectura y no experimentan ningún cambio de actitud o de conducta por la misma. Algo que se muestra en el marco teórico, es que leer con velocidad es importante para tener una lectura de calidad, se puede lograr esto con mayor eficacia, si aprendes a tener un buen manejo y agilidad en el movimiento ocular, la práctica es esencial para lograr el cometido; entre más tiempo lo apliques, se podrá perfeccionar la técnica.

Así que de cierta manera la comprensión se ve afectada por una habilidad poco desarrollada durante los primeros años de vida, porque si no se practica continuamente, no se tendrá la facilidad de leer con mayor velocidad y la mente no tendrá un ejercicio adecuado reduciendo el nivel de comprensión. También en la página de internet consultada sobre cómo saber si se lee correctamente se menciona que: *“Una persona que no sabe leer adecuadamente suele tener regresiones durante la lectura, además de no contar con un movimiento ocular ‘educado’, lo cual lleva a no cubrir una amplia visión del campo de textos, resultando en una ineficacia para captar la mayor información posible”* (Estudiar, 2008).

En el marco teórico se menciona que, leer tiene muchos propósitos, puede ser que

lean por interés, placer o aprender. Por ejemplo, desde pequeños los niños se interesan y se esfuerzan por leer algunos artículos de su interés, como la letra de una canción o un cuento infantil. Respecto a esto, los encuestados respondieron que les gustaba algo de las lecturas encargadas por el profesor, sin embargo se percibe poca aceptación a las lecturas asignadas en clases y al parecer no les atraían los temas establecidos en la escuela. También consideramos que la poca participación de los padres en el fomento de este hábito en sus hijos, afectó bastante, ya que el 68% contestó que leían solos, si es que lo hacían. Esto nos dice que sus padres no estaban directamente invitando o a leer a sus hijos.

CAPÍTULO 8

EFFECTOS DEL FOMENTO A LA LECTURA EN LA EDUCACIÓN FORMAL

A lo largo del semestre fuimos construyendo la investigación sobre los hábitos de lectura en alumnos y profesores universitarios. Parte importante de esta investigación fueron las bases y antecedentes que tomamos para partir de algo, como lo es el marco teórico.

Específicamente en esta parte del análisis se mostrara una comparación de diversos autores sobre la educación formal y hábitos de lectura respecto a lo que se descubrió en nuestra investigación.

8.1.- El contexto cultural

“El éxito de ejercicios sobre hábitos de lectura en España se debe en gran medida al contexto cultural en que están sumergidos los ciudadanos desde niños. España es un país que no tiene los niveles de pobreza que hay en México y tiene tradiciones y costumbres mucho más antiguas, por ende hay un mayor antecedente artístico” (Vygotsky, 1992).

Durante el análisis de la investigación *“Hábitos de lectura en alumnos y profesores universitarios”* encontramos que en México se lee menos de lo que se lee en países desarrollados. Una de las justificaciones a esta problemática sería la teoría de Lev Vygotsky sobre la influencia de la cultura sobre las personas, donde según nuestra investigación, el estímulo que tenemos es de nuestros padres dejando en un lugar abajo a la escuela.

8.2.- La independencia del individuo

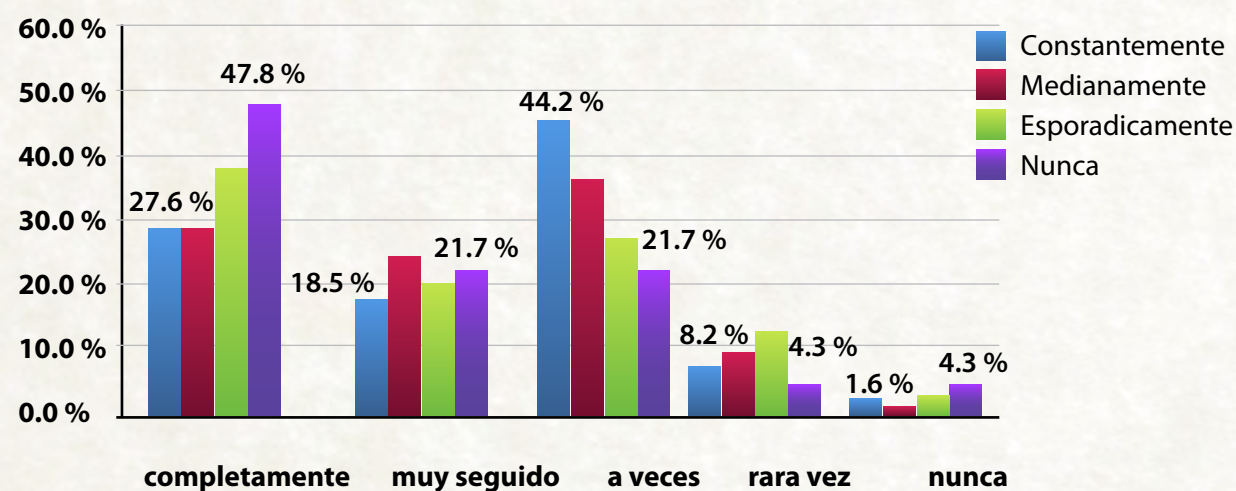
María Montessori da un valor muy alto a la independencia del individuo para hacerse cargo de su propio aprendizaje. En la investigación que se realizó, el porcentaje de niños que leían por su cuenta y sin estímulo de nadie es de un 37.85%, siendo la mayoría de los encuestados. La problemática podría ser que el hábito de la lectura no es parte de la cultura mexicana, y sin un adulto que pueda guiar o dar seguimiento a un niño lector la actividad se pierde.

De las autoras que más se ajustan al análisis es Berta Braslavsky, quien le apuesta al inicio del hábito de la lectura desde la infancia con acompañamiento por parte de los padres.

“...No es responsabilidad totalmente de las escuelas educar a los niños respecto al hábito de la lectura sino que desde antes de que inicie la etapa escolar los niños deben tener un primer contacto con el mundo literario. Por otro lado, este primer contacto lo va familiarizando con la gramática ya que vaya formando un lenguaje más rico, y como resultado a esta práctica, ayuda a ir formando lazos con su madre padre o adulto que lo incite a este hábito.” (Braslavsky B., 2006).

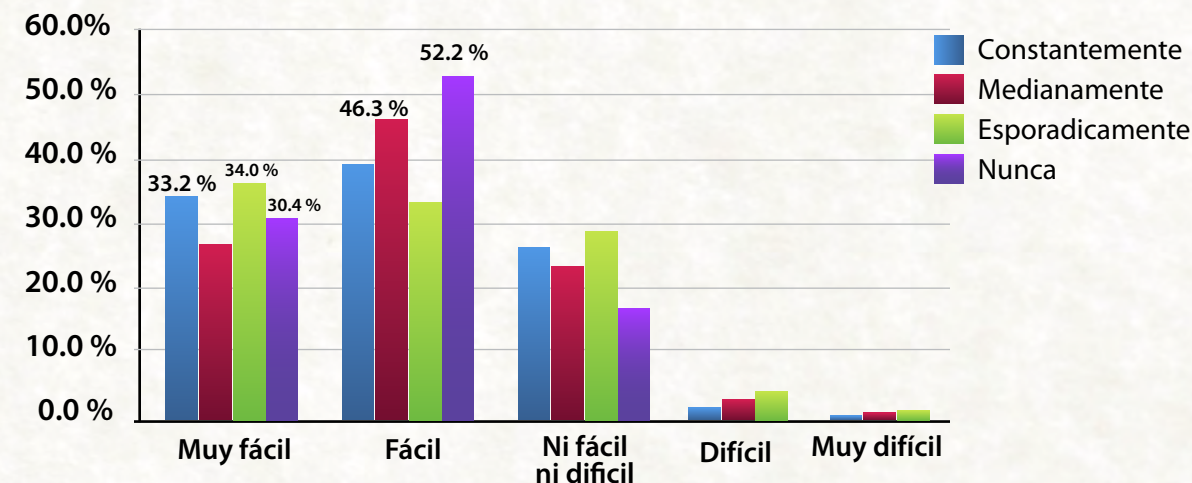
A partir de esta teoría, podemos analizar algunas resultantes de la investigación.

Gráfica 8.1 - Fomento de lectura en los primeros años de escuela relacionado con el gusto actual por la lectura



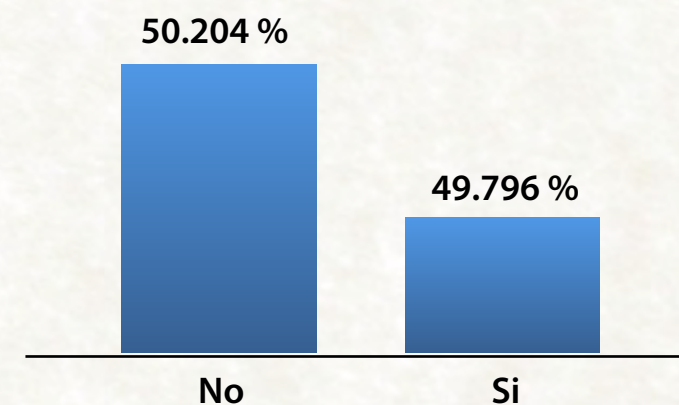
8.1. En esta gráfica se puede apreciar que la mayoría de las personas que dijeron disfrutar “completamente” la lectura, exactamente el 47.8%, respondieron que en la educación primaria “nunca” se les fomentó el hábito por la lectura en clase, y sólo al 27.6% de este grupo que disfruta la lectura se les fomentaba el hábito “constantemente”. Otro dato interesante es que, del grupo de personas que dijeron disfrutar “a veces” la lectura, al 44.2%, que representa la mayoría de este grupo, les fue fomentado este hábito en clase. Estos resultados muestran que, contrario a la preconcepción general, no existe una relación directa entre el fomento por la lectura en los primeros años de escuela con el gusto actual por la lectura, de hecho la gráfica parece mostrar lo contrario.

Gráfica 8.2 - Fomento de lectura en los primeros años de escuela y nivel de lectura actual



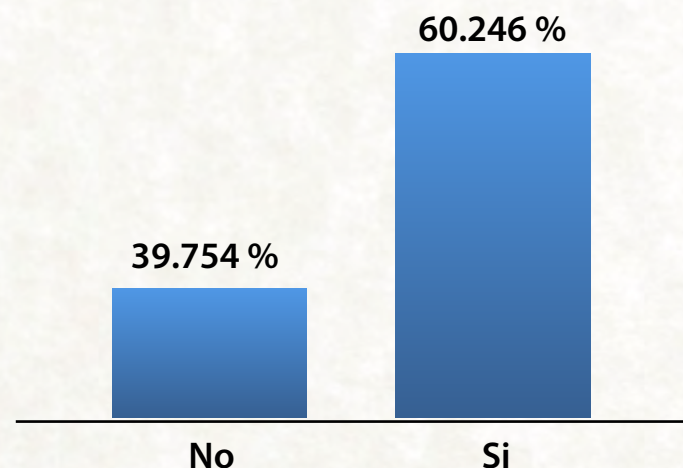
8.2. La gráfica muestra que los encuestados, no porque les hayan fomentado constantemente la lectura en clase, se atribuya a que a estos se les dificulte o facilite más la lectura, ya que como se puede observar en la grafica, el 51% de los que nunca se les fomentó este hábito, consideran que para ellos es fácil la lectura.

Gráfica 8.3 - Cuando niño, ¿Tus padres te regalaban libros?



8.3. Los resultados de la gráfica muestran que a más de la mitad de los encuestados, no les regalaban sus padres libros durante la infancia. En otros términos, no se hizo uso de esta estrategia para promover el hábito de lectura en sus hijos.

Gráfica 8.4 - Cuando niño, ¿Tus padres te motivaban a leer libros que no fueran de la escuela?



8.4. Por otro lado tenemos que aunque sus padres no les regalaban libros, sí los motivaban a leer libros extraescolares, esto abre la posibilidad de asistir a bibliotecas. En la siguiente gráfica se mostrarán los resultados sobre asistencia a bibliotecas.

Gráfica 8.5 - De niño, ¿Qué tan seguido ibas a la biblioteca?



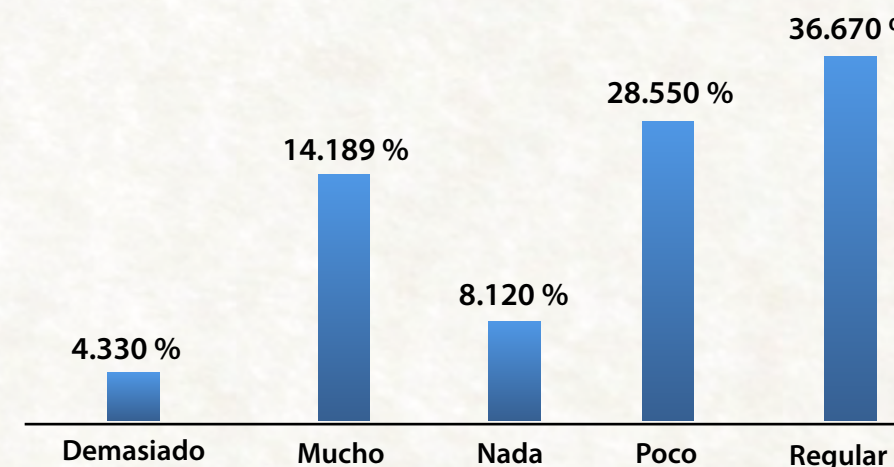
8.5. Los resultados de asistencia a bibliotecas no son tan drásticos entre sí. Podemos ver que la mayoría asistían solamente una vez cada quince días y las cifras de los que nunca asistían es del 16.58%.

Gráfica 8.6 - ¿Cómo calificas la biblioteca de tu primaria/secundaria?



8.6. Otra de las posibles causas de la poca asistencia de los alumnos a la biblioteca podría ser la baja calidad de las mismas. El 37.30% de los encuestados respondió que calificaban su biblioteca como regular, solo el 9.46% la calificó como excelente y el 12.84% mencionó que no había biblioteca en su escuela.

Gráfica 8.7 - En la actualidad, ¿tu familia dedica tiempo a la lectura?



8.7. Por el contrario, en la actualidad este hábito ha decaído y solo el 22.33% de los encuestados mencionó que en su familia le dedican mucho tiempo a la lectura.

Estos resultados nos muestran que las bases para fomentar un hábito de la lectura exitoso nacen desde la infancia antes de la etapa escolar, mediante los padres de familia quienes deben sembrar esta cultura en sus hijos. No basta con que los niños vean el ejemplo sino que se requiere que los padres de familia los acompañen y estimulen a que vayan desarrollando el hábito.

Todo esto acompañado de las primeras experiencias formales en la escuela, una educación de calidad y la infraestructura debida tanto en bibliotecas públicas y privadas pueden garantizar el éxito en una sociedad respecto a sus hábitos de lectura, hábito que a su vez abre muchas puertas para un futuro más prometido

CAPÍTULO 9

EFFECTOS DE LA ESTIMULACIÓN TEMPRANA EN LA LECTURA

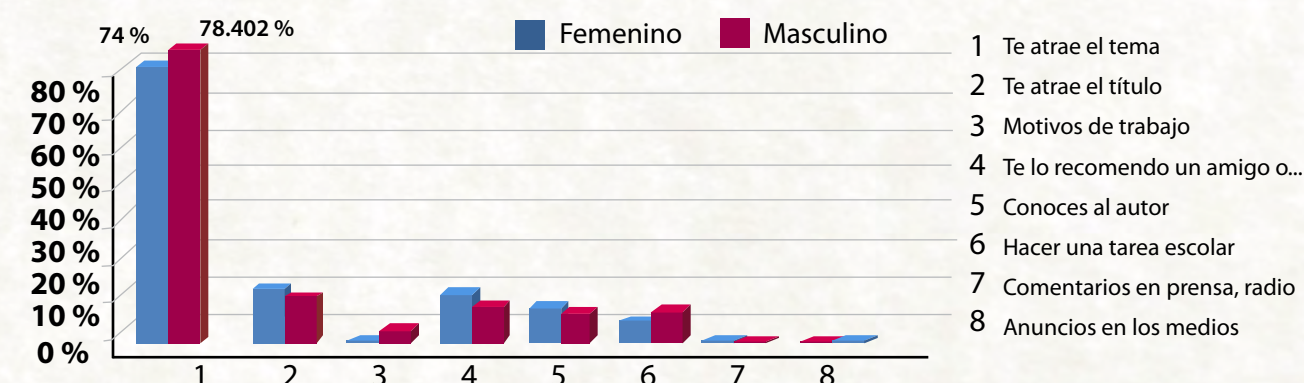
En el presente apartado se presentan los resultados referentes a los medios de influencia no formal en los hábitos de lectura de los estudiantes y profesores encuestados. En los aspectos específicos, se verán tratados las cuestiones de la familia, los amigos, los medios de comunicación y la tecnología y su posible afectación, positiva o negativamente, en la formación de un hábito de lectura. Los objetivos a los que responde el análisis de la dimensión de la influencia no formal son:

1. Analizar los hábitos de la lectura de los maestros y universitarios a través de la aplicación de una encuesta.
2. Distinguir los factores que influyen en la decisión de leer en los dos casos, ya sea en el maestro o en el universitario.
3. Comprobar si es verdad que el maestro tiene un mayor nivel de lectura que el alumno.
4. Identificar los motivos por los cuales la población universitaria (alumnos, maestros) no cuentan con un hábito de lectura.

La pregunta de investigación que se busca responder es ¿Existe una diferencia entre el nivel de lectura entre alumnos y maestros y en qué porcentaje?

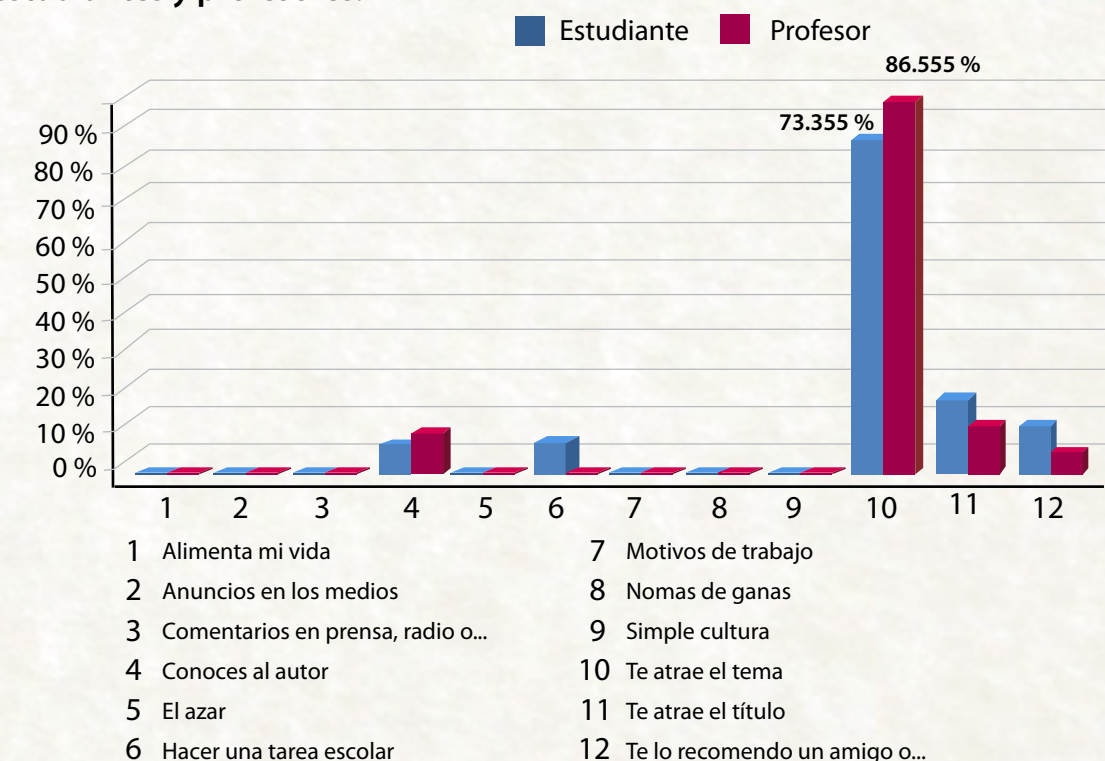
Los resultados se presentan de forma descriptiva contemplando las diferencias significativas en cuestiones de las variables de género y si es profesor o estudiante; entre otros. Primeramente, se muestra una tabla donde se puede apreciar que es lo que los encuestados respondieron era lo que influía para que leyeran.

Gráfica 9.1 - ¿Qué influye en ti, principalmente, para leer un libro? Relación con género.



9.1. En esta tabla podemos observar las diferencias por género en lo que respecta lo que influye a leer. Se le preguntó a los sujetos ¿Qué influye en ti, principalmente, para leer un libro? Según muestra la gráfica no hay grandes diferencias por género en este tema, pues ambos establecieron que era el tema el principal factor que los motivaba a leer un libro.

Gráfica 9.2 - ¿Qué influye en ti, principalmente, para leer un libro? Relación con estudiantes y profesores.



9.2. Nuevamente en la pregunta ¿Que influye en ti, principalmente, para leer un libro? pero haciendo la comparación entre las respuestas de los profesores y los alumnos, con la cual se percibe que en ambos casos lo más mencionado fue que les atraía el tema. Aun así es más elevada en los maestros que en los alumnos. Sin embargo, tanto en alumnos como en profesores, con porcentajes de 73% de los estudiantes y el 86% de los profesores, se vio al tema como la opción dominante. Esto nos demuestra que los profesores se manejan de manera muy parecida a los alumnos y la profesión no marca mucha diferencia en este aspecto. En segundo lugar, quedo que el título era lo que influía para la lectura.

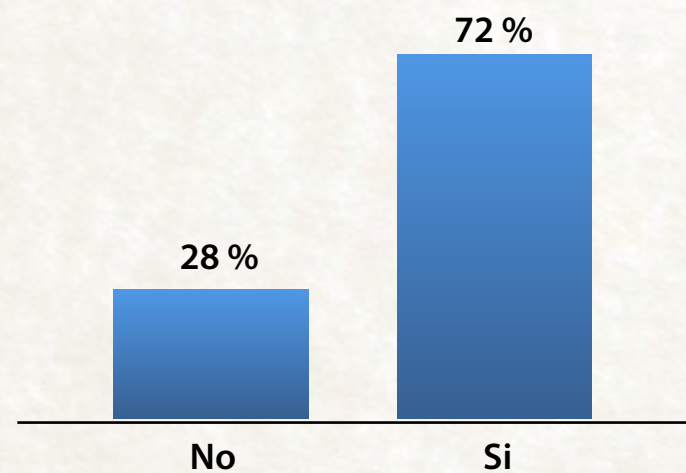
9.1.- La Familia

En el primer aspecto a tratar de los medios no formal es la familia, donde se analizan los resultados sobre la posible influencia de los padres en los hijos.

La familia juega un papel muy importante en los procesos informales de la lectura, puesto que si en la familia, los padres están acostumbrados a leer libros en sus tiempos libres o a leer el periódico de forma cotidiana, los hijos pueden adoptar ese tipo de costumbres para su vida, ya que es lo que están habituados a ver como ejemplo.

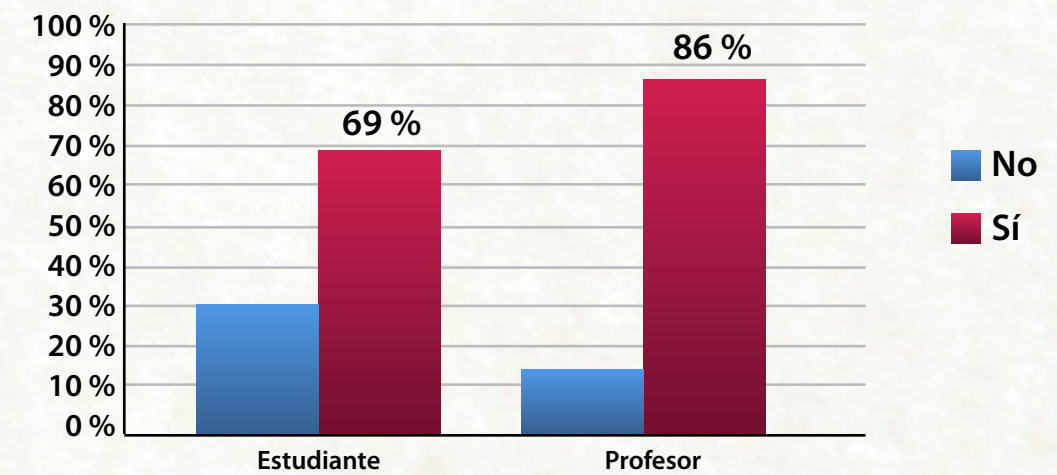
“En estos procesos educativos de carácter informal podríamos incluir el tipo de acercamiento al libro que se da en la familia, donde se mezclan de forma habitual los hechos de la dinámica cotidiana, con los procesos explícitamente educativos. Por ejemplo, si el padre está leyendo el periódico o un libro para entretenerse y el hijo lo observa para utilizarlo como modelo; o cuando se debe regalar algo para un cumpleaños se regala un libro, con la doble finalidad de cubrir el trámite y al tiempo educar.” (Morón, 2001, p. 65).

Gráfica 9.3 - En tu infancia, ¿tus padres acostumbraban leer?



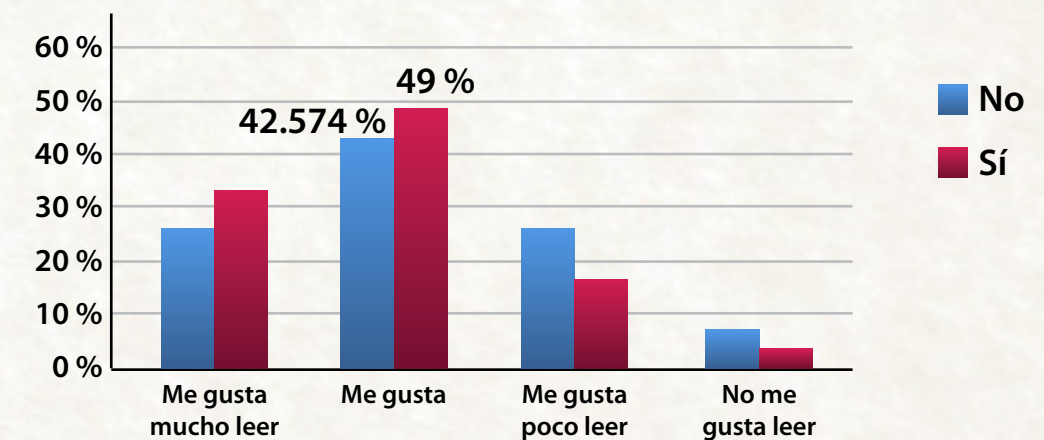
9.3. Ante la cuestión sobre si los padres tenían la costumbre de leer durante la infancia de los encuestados; la gráfica muestra una amplia superioridad de quienes sí tuvieron padres que acostumbraban leer, con un 72%, en comparación con el 28% de los que contestaron que decían que no.

Gráfica 9.4 - En tu infancia, ¿tus padres acostumbraban leer? En relación con si son profesores o estudiantes



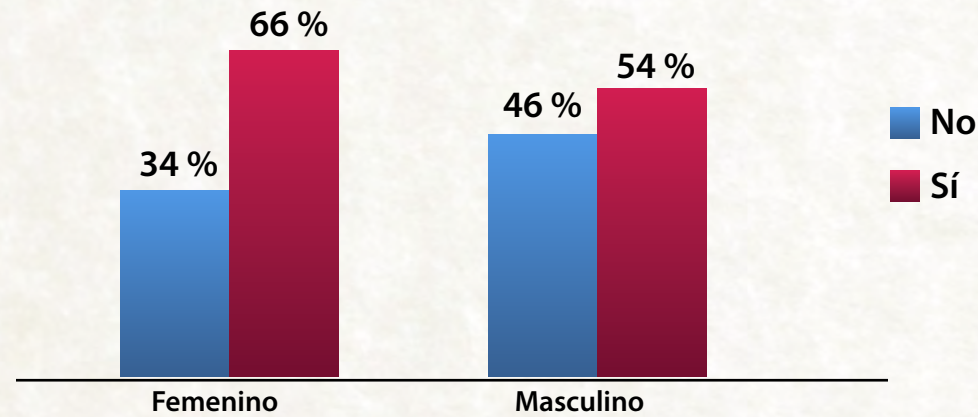
9.4. En esta nueva gráfica, se muestra la relación entre los profesores y estudiantes y los porcentajes de quienes sí tuvieron padres acostumbrados a leer. Se observa que con un 86%, los profesores tuvieron una mayor presencia de padres lectores, en comparación con el 69% de los estudiantes en igual circunstancia. Es importante resaltar que más de la mitad de los padres, tanto de los estudiantes como de los profesores, acostumbraban leer durante la infancia de los encuestados.

Gráfica 9.5 - En general, ¿qué tanto te gusta leer? En relación con padres que sí acostumbraban leer



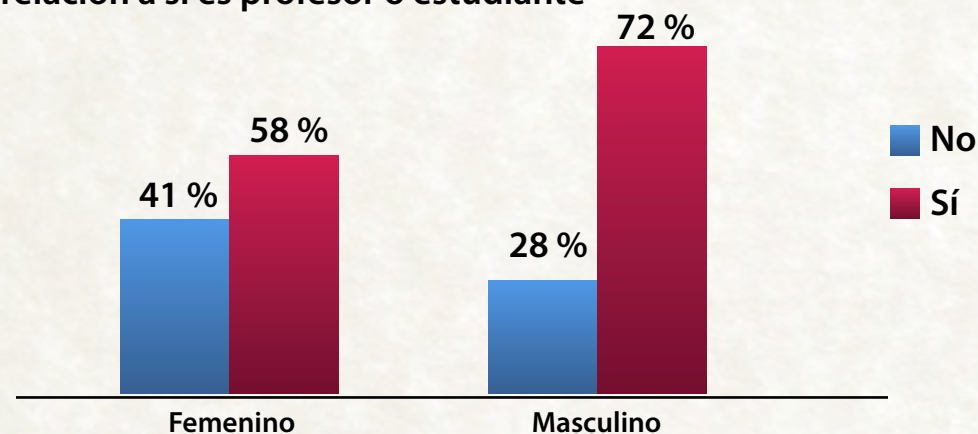
9.5. En esta tabla se puede observar que a pesar de que se puede pensar que aquellos a los que les gusta mucho leer tendrían en su mayoría padres que también acostumbraban a realizar esta actividad en su infancia; hay cierta tendencia que a los que les gusta mucho leer y a los que simplemente les gusta leer sí tenían padres lectores, sin embargo, no son exclusivos pues también hay muchos que no tenían padres lectores y aún así poseen este gusto. Es con esta última gráfica, con la que se puede retomar lo dicho en el marco teórico, y demostrando que a pesar de lo importante que puede ser la influencia de los padres como ejemplo lector, hay un importante porcentaje de encuestados que sin tener padres con la costumbre de leer, actualmente ellos gozan la lectura.

Gráfica 9.6 - Cuando niño(a), ¿tus padres te motivaban a leer fuera de la escuela? En relación con el sexo



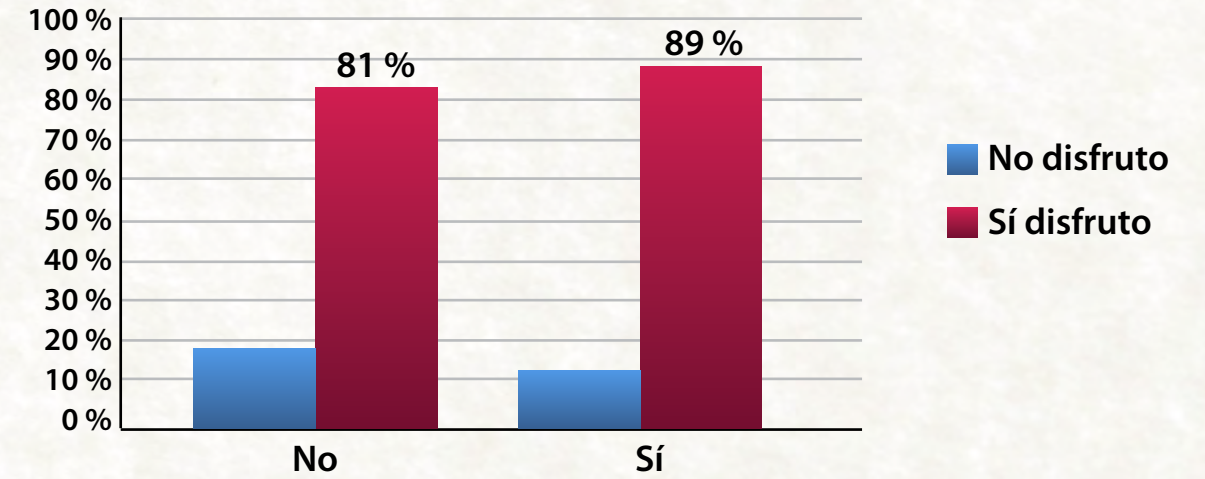
9.6. Ante la pregunta hecha de sí los padres motivaban a leer fuera de la escuela, se hace una relación con el género. Se puede observar que el porcentaje de mujeres, con un 65.66% que eran motivadas a leer es mayor al de los hombres, también impulsados a la lectura fuera del aula, éstos con un 53.61%. Cabe destacar que en ambos casos, tanto hombres como mujeres, el porcentaje de a quienes sus padres sí les motivaban a leer es más de la mitad de aquellos a quienes no.

Gráfica 9.7 - Cuando niño(a) tus padres te motivaban a leer fuera de la escuela en relación a si es profesor o estudiante



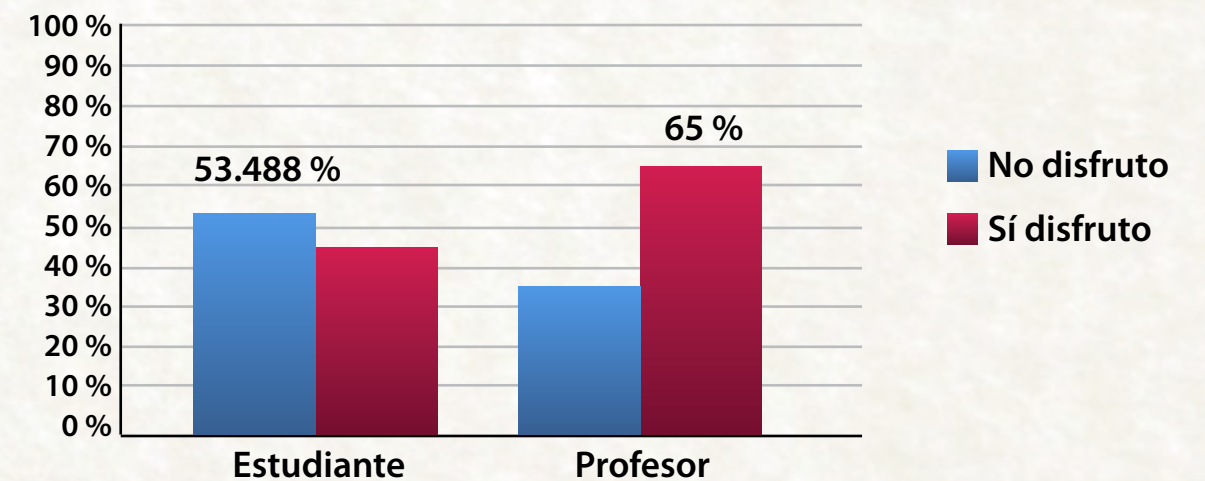
9.7. En esta siguiente gráfica se presenta la misma pregunta pero en relación con los profesores y estudiantes. Se observa que los profesores con un 72.17% tenían la motivación de sus padres para leer fuera de la escuela, lo cual representa un número mayor al 57.71% de estudiantes que contaban con este impulso de sus padres.

Gráfica 9.8 - ¿Lees por placer? En relación con si los padres los motivaban a leer fuera de la escuela



9.8. En la gráfica anterior, se aprecia que los porcentajes de quienes disfrutaban leer son muy altos (81% y 89%); sin tener una gran incidencia la motivación de los padres. Aunque los encuestados que sí fueron motivados tienen un porcentaje mayor por 8 puntos; la diferencia es muy poca con aquellos que igualmente leen por placer, sin haber tenido la motivación de la familia a leer afuera de los aspectos escolares.

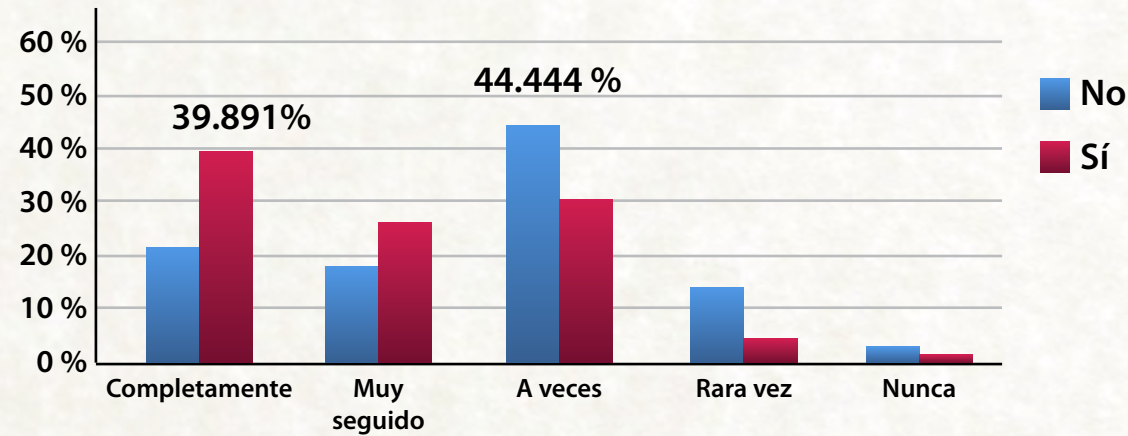
Gráfica 9.9 - Cuando niño(a) tus padres te regalaban libros en relación a si es profesor o estudiante



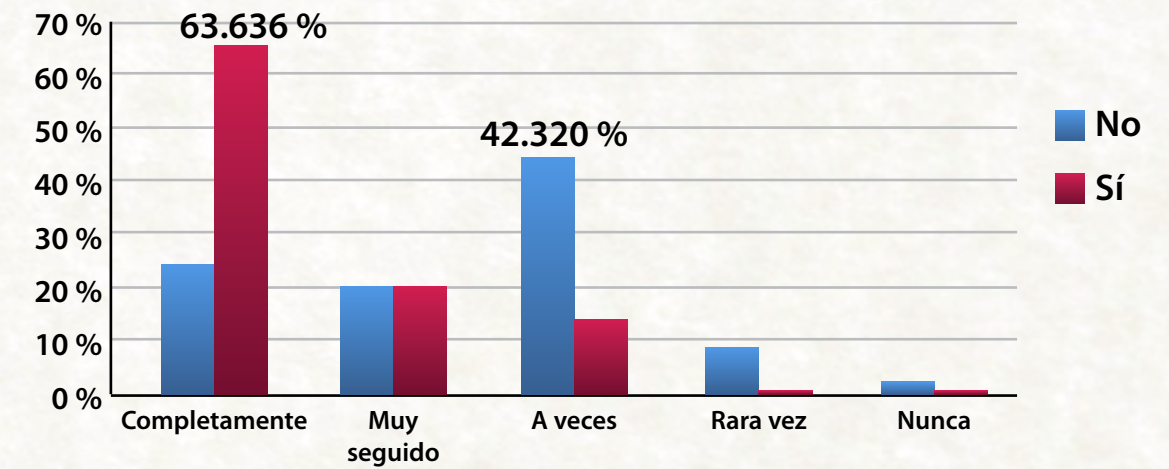
9.9. En esta gráfica se tiene que el 65% de los maestros recibían libros de regalo por parte sus padres; mientras que solo el 47% de los estudiantes tuvieron libros como regalo. Es importante mencionar que en la cuestión de los estudiantes, a la mayoría (con un 53%), sus padres no les regalaban libros.

9.11. En esta gráfica se tiene la pregunta que si en la niñez sus padres les regalaban libros en relación con la cuestión de si en la actualidad, ¿en tu familia acostumbran dedicar tiempo a la lectura? El dato más sobresaliente de dicha comparación, es que el 38.2% de personas que dijo que sí le regalaban libros en su infancia, en la actualidad en su familia su tiempo dedicado a leer es regular.

Gráfica 9.10 - ¿Disfrutas leer? En relación con sí los padres les regalaban libros



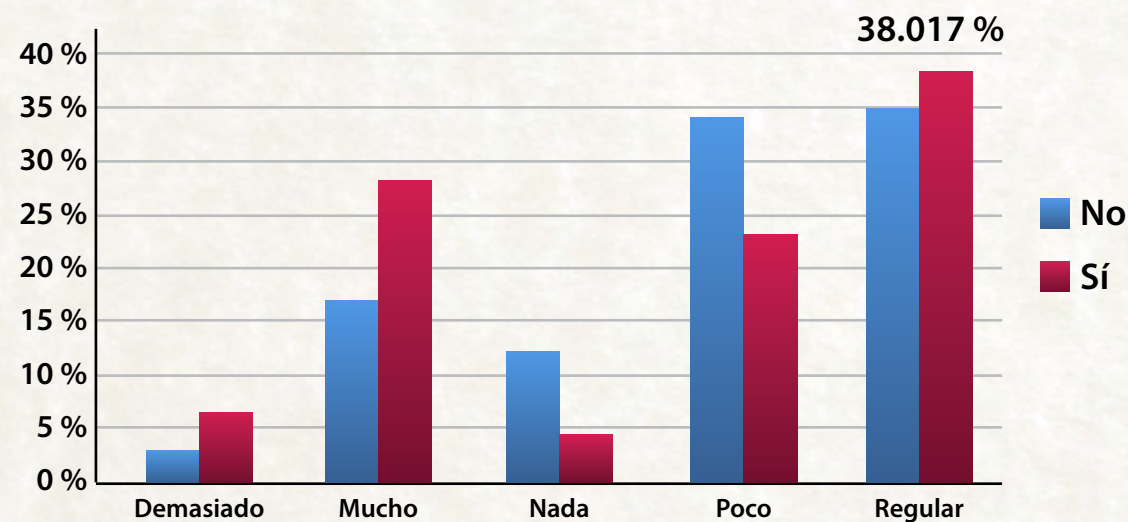
Gráfica 9.12 - ¿Disfrutas leer? Relación con profesores y estudiantes



9.10. En esta gráfica se observa que ante la incidencia de sí los padres les regalaban libros, el 40% contestó disfrutaba leer completamente. En otro dato, aquellos que no recibían libros, un 44%, disfruta leer a veces. Sin embargo, las cifras significativas muestran que el hecho de que los padres sí les regalaran libros a sus hijos, creo en ellos un placer por la lectura, mayor a quienes no vivieron esa circunstancia.

9.12. Una hipótesis que se formuló y que parecía obvia fue la de que los profesores tendrían un mayor gusto por la lectura. Según la gráfica anterior, la hipótesis fue correcta. Se hizo la pregunta: ¿Disfrutas leer? Y se compararon las respuestas de los profesores y los alumnos. Más de la mitad de los profesores contestó disfrutar leer constantemente con un 64%, dato contrastante con el 24% de estudiantes que respondió lo mismo. La mayoría de los estudiantes encuestados, con el 42%, dijo disfrutar leer a veces. Esta gráfica muestra las expectativas que se formularon en un inicio de la investigación fueron cumplidas.

Gráfica 9.11 - ¿Disfrutas leer? Relación con los padres que actualmente dedican tiempo a la lectura

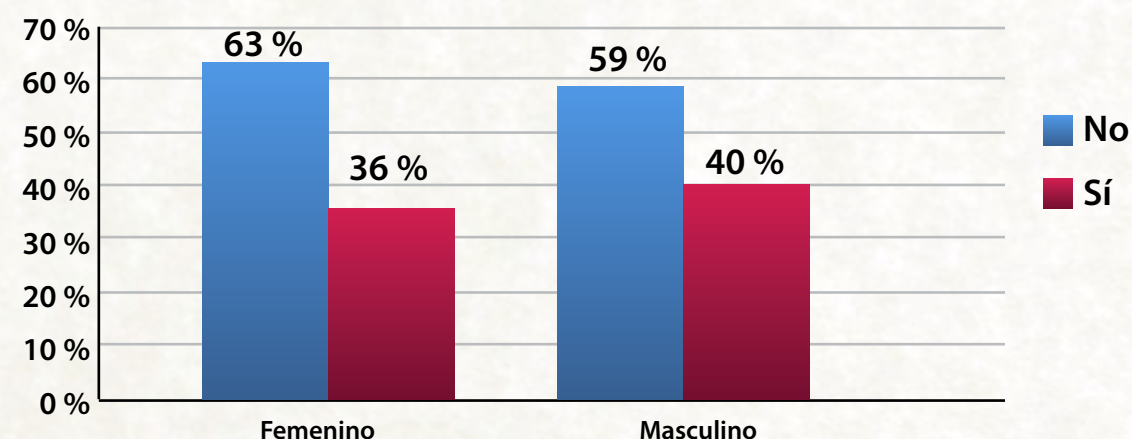


Ante la presentación de las gráficas anteriores, se puede observar que la influencia de los padres tanto con el ejemplo como con la motivación y el regalo de libros, influye ligeramente en la creación de un hábito y un gusto por la lectura por parte de los encuestados. Sin embargo, es importante mencionar que este factor no es determinante de manera sobrecogedora, porque los porcentajes de personas encuestadas que disfrutaban leer sin haber tenido esa influencia son también considerables.

9.2.- Los Amigos

A continuación se presentaran algunas relaciones en el aspecto de las amistades de los encuestados y cómo pudieron ellos influir en el hábito lector de quienes contestaron.

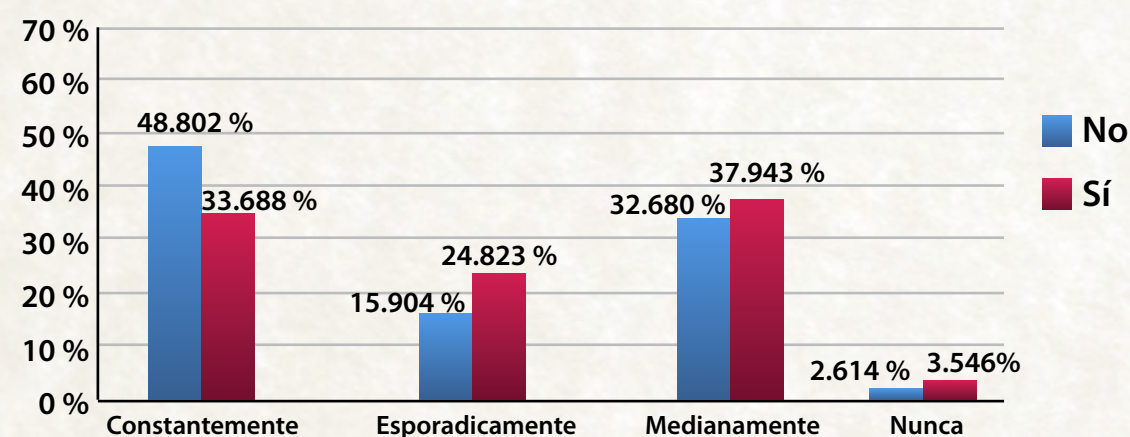
Gráfica 9.13 - En tu infancia, ¿tenías amigos a los que les gustaba leer?



9.13. En esta gráfica se puede observar que las mujeres tienen un porcentaje ligeramente mayor de amistades con gusto por la lectura que los hombres.

“Leer no está de moda; al contrario, es una actividad muy poco valorada por la sociedad, por los medios de comunicación y, particularmente, por los jóvenes: a muchos adolescentes, de los que leen habitualmente, les da vergüenza reconocer ante sus amigos que son lectores” (Utanda, Cerrillo, & García, 2005, p. 133). Este no es el caso de los sujetos encuestados en esta investigación exploratoria, pues como señala la gráfica anterior la mayoría acepto tener amigos lectores.

Gráfica 9.14 - En tu infancia, ¿tus profesores con qué frecuencia te fomentaban la lectura en clase? en relación con las amistades y su gusto por la lectura

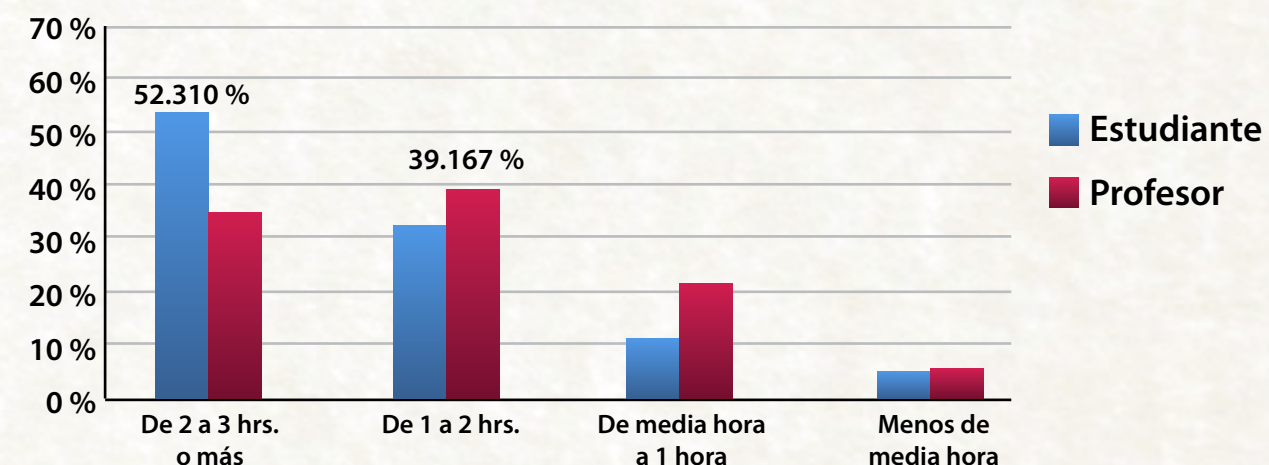


9.14. En esta tabla se relaciona la frecuencia con la que les fomentaban la lectura en los primeros años de escuela con las amistades que tuvieron gusto por la lectura, y se puede apreciar que a los que les fomentaban más frecuentemente la lectura tenían más amigos que les gustara leer, en cambio a los que les encargaban esporádicamente, medianamente y nunca tenían más amigos sin gusto a la lectura. Puede estar reflejado la dualidad de la imagen social; por un lado, a nivel general, parece estar más valorado el buen lector: pero, por otro lado, en determinados grupos sociales, es más valorado el ocio compartido, en el que la lectura no encaja por sus características de actividad individual, que exige esfuerzo y cierto aislamiento. Quizá, por ello, unos sujetos lo valoran negativamente y otros positivamente, atendiendo a la distinta relación social que suponen las diferentes actividades (Yubero, Larrañaga, & Cerrillo, 2004, p. 29).

9.3.- Los Medios de Comunicación y la Tecnología

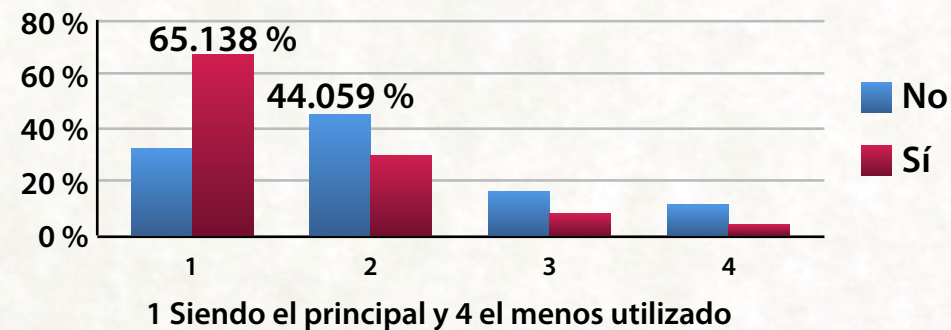
Las siguientes gráficas tratan sobre las variables de los medios de comunicación y la tecnología. Haciendo relación con el género, las horas pasadas en internet y otras.

Gráfica 9.15 - ¿Cuánto tiempo le dedicas a estar en Internet en el día? Relacionado con estudiantes y maestros



9.15. En el caso del tiempo utilizado para navegar en Internet podemos interpretar que la expectativa de que fueran los alumnos los que estuvieran mayor tiempo en internet, se cumplió. Se les preguntó ¿Cuánto tiempo le dedicas a estar en Internet al día? Efectivamente fueron los alumnos lo que pasaban mayor cantidad de tiempo en línea, sin embargo, los profesores también pasan una cantidad de tiempo considerable en Internet. El 52% de los alumnos pasan de 2 a 3 horas o más en línea, mientras que la mayoría de los maestros, el 39%, pasa de 1 a 2 horas.

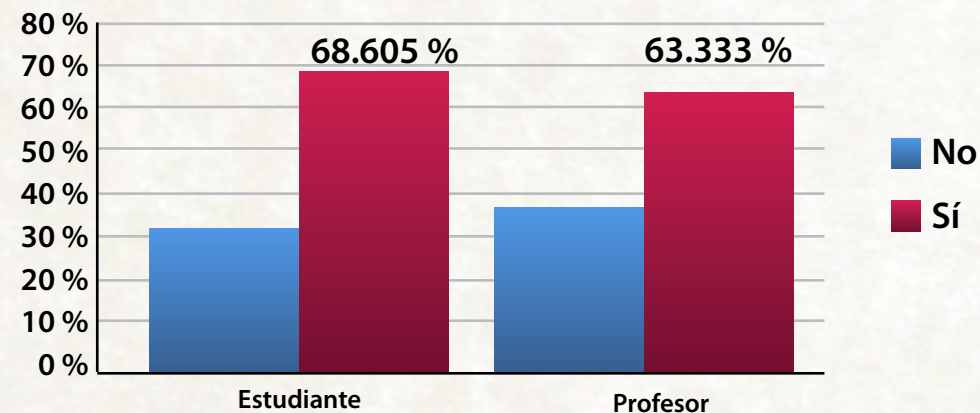
Gráfica 9.16 - ¿Para qué usas más el Internet?



9.16.

Ante la pregunta: ¿Para qué usas más el internet? (enumera del 1 al 4). Las opciones de respuesta fueron jugar, leer, redes sociales e investigar. Para esta gráfica se utilizó sólo a los sujetos que respondieron investigar. A partir de aquí, se hizo la comparación entre profesores y estudiantes. Para aquellos que investigar era la principal actividad en línea fue para la mayoría de los profesores. A diferencia, para la mayoría de los alumnos investigar no era la principal actividad, sino la segunda al estar navegando la web. Esta es otra más de las expectativas cumplidas sobre los profesores, pues se esperaba que ellos fueran más académicos.

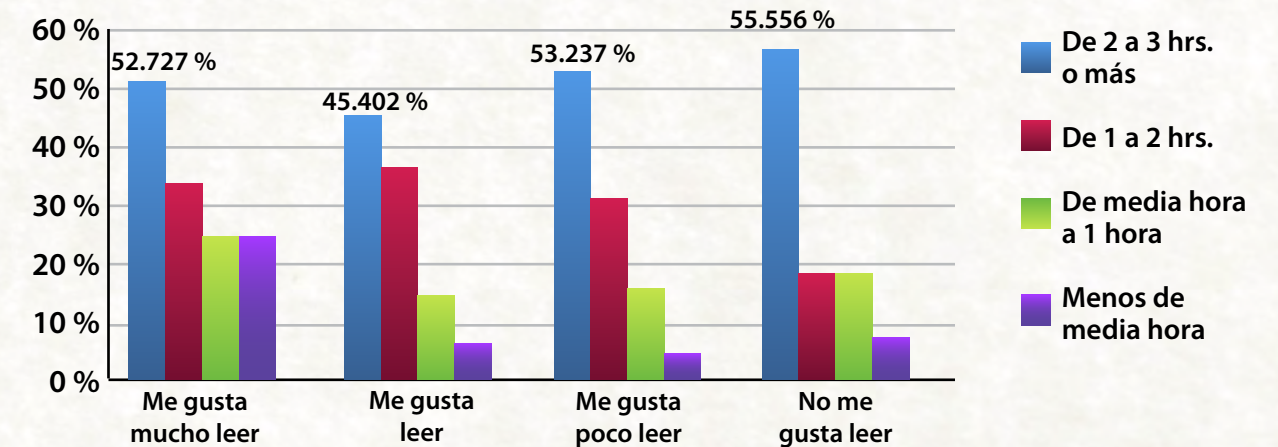
Gráfica 9.17 - ¿Has leído libros por Internet?



9.17.

Se buscó comparar el uso de medios electrónicos para realizar lectura de libros, atendiendo a la variable de usos no formales. Se les preguntó: ¿Has leído libros por internet? con opciones de respuesta sí y no. Nuevamente se hizo la comparación entre profesores y alumnos. Como resultado se demostró que ambos empleaban la tecnología para realizar la lectura. La mayoría en ambos, estudiantes con un 68% y maestros con un 63%, respondieron haber leído libros por internet. Esto denota lo actualizados que están en el uso de esta herramienta y como no hay diferencia entre uno y otro por su profesión.

Gráfica 9.18 - Relación entre el gusto por la lectura y las horas en internet



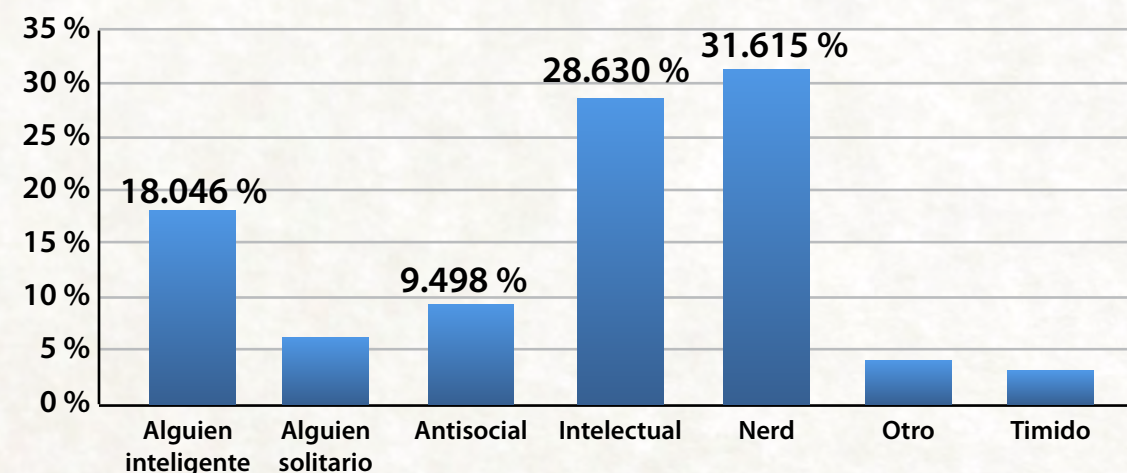
9.18. Con esta gráfica se puede observar que no hay mucha relación entre las horas gastadas en internet y el gusto por la lectura, pues tanto los que les gusta mucho leer como los que no les gusta leer pasan de 2 a 3 horas o más en el internet. Por lo tanto se podría concluir que el Internet no es un factor distractor de la lectura.

Estas cuatro gráficas muestran, como se mencionó en el Marco Teórico Capítulo 3: Efectos de expresión no formal en hábitos de lectura, que el Internet y los nuevos dispositivos tecnológicos no pueden ser culpados por la falta de cercanía a la lectura, al contrario ofrecen millones de materiales con la misma cantidad de contenidos para leer. Ofrecen una muy amplia alternativa a los tradicionales medios impresos. Además no son exclusivos de los jóvenes, pues como muestran las gráficas, los profesores son también participes de uso de esta nueva herramienta, aun que un poco menos que los jóvenes y más enfocado a asuntos académicos.

Los medios también pueden influir bastante en la forma en la que se aprecia la lectura, si lo propician como buen hábito o como algo aburrido o de "Nerds". "El acercamiento al libro no escapa a la tendencia educativa y esto resulta significativo si consideramos que en contextos educativos informales no se refuerza la convivencia positiva con el libro y la lectura" (Morón, 2001, p. 65). Y reforzando la frase anterior de la relación del lector con el hecho de ser una persona aburrida Pedro C. Cerrillo dice: "Leer no está de moda; al contrario, es una actividad muy poco valorada por la sociedad, por los medios de comunicación y, particularmente, por los jóvenes: a muchos adolescentes, de los que leen habitualmente, les da vergüenza reconocer ante sus amigos que son lectores." (Utanda, Cerrillo, & García, 2005, p. 133).

Puede estar reflejado la dualidad de la imagen social; por un lado, a nivel general, parece estar más valorado el buen lector: pero, por otro lado, en determinados grupos sociales, es más valorado el ocio compartido, en el que la lectura no encaja por sus características de actividad individual, que exige esfuerzo y cierto aislamiento. Quizá, por ello, unos sujetos lo valoran negativamente y otros positivamente, atendiendo a la distinta relación social que suponen las diferentes actividades. (Yubero, Larrañaga, & Cerrillo, 2004, p. 29).

Gráfica 9.19 - Cuando estabas en la preparatoria, ¿cómo eran vistas las personas que dedicaban mucho tiempo a la lectura?



9.19. En la gráfica presentada, se tiene que los encuestados veían a la gente que dedicaba mucho tiempo a la lectura como “nerds” con un porcentaje del 32%. Seguido muy cercanamente por “intelectual” con 29%. Con lo anterior, primeramente, se cumple lo dicho en el marco teórico, en materia de que la lectura podía ser considerada una actividad aburrida y exclusiva de los nerds.

CAPÍTULO 10

LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE LECTURA

Tanto la lectura como la escritura son herramientas básicas que fomentan el aprendizaje y conocimiento intelectual, por lo que, el realizarlas con frecuencia beneficia en todos los sentidos, te convierte en una persona más autocrítica, democrática y socialmente participativa. Las personas que tienen el hábito a la lectura con frecuencia suelen ser más analíticas en lo que leen y dicen los medios como principal fuente de información en México. Una persona que fomenta el hábito de la lectura está preparada para debatir, analizar y participar con mayor facilidad en cualquier tema.

La investigación sobre hábitos de lectura entre los maestros y universitarios de Torreón fue una manera de conocer cuáles fueron los factores que determinan el fomento al hábito de lectura y para conocer estos datos con mayor claridad se hizo la relación de variables que pudieran ayudar a identificarlos.

Como uno de los principales datos reflejados en las gráficas fue el gusto actual que tienen las mujeres por la lectura a diferencia de los hombres, donde los resultados fueron que el género masculino no fomenta mucho el hábito por la lectura, sin embargo, siendo las mujeres las que más libros leen aún sigue siendo un porcentaje bajo, ya que solo alre-

dedor de entre el 2% y el 3% lee cinco o más libros mensuales, cifra que permite alertar a la población mexicana pero principalmente a los docentes y universitarios de Torreón quienes fueron los encuestados.

Otro dato relevante en las gráficas, es que son los maestros quienes leen con mayor frecuencia a diferencia de los universitarios, lo cual es un dato sumamente importante, puesto que sería alarmante si se hubiese identificado lo contrario, ya que son los maestros los encargados de fomentar el hábito de lectura en los estudiantes y son ellos mismo los responsables del aprendizaje y conocimiento intelectual de los estudiantes.

Otro dato importante respecto a lo reflejado en las gráficas y que probablemente se pudo haber creído lo contrario antes de que aparecieran los resultados finales, es que la mayoría de las familias de los encuestados prefiere leer más medios impresos que electrónicos. En este caso surgen varias incógnitas tales como; por qué prefieren leer medios impresos, qué edad tienen cada uno de los miembros de las distintas familias, estatus socioeconómico entre otras. Quizá se pregunten que esto que tiene que ver, pero tiene que ver mucho, ya que para muchas familias puede resultar más económico usar medios impresos que obtener medios digitales para fomentar el hábito a la lectura, la edad está relacionada con la etapa que cada uno le tocó vivir, para muchos quizá resulte complicado leer en un dispositivo electrónico porque no nacieron con esa tecnología como los jóvenes actuales y así se pudiesen mencionar muchos factores más.

A menudo pueden ser muchos los factores que influyen en el hábito de lectura de una persona, sin embargo, en este caso se identificó que las personas que leen por placer perciben más fácil la lectura y por lo tanto resulta ser más placentera, quienes le dedican más tiempo es porque les gusta mucho leer y por consiguiente, quienes disfrutan leer tienen mayor rendimiento como docente o estudiante, pero algo que llama mucho la atención aquí, es que una vez más son las mujeres quienes mayor rendimiento académico tienen, lo cual tiene sentido con lo mencionado al principio del análisis, puesto que son ellas quienes leen más en comparación con los hombres. La lectura además de ser entretenida para muchos, es también la herramienta básica para el aprendizaje y conocimiento de las personas.

Lo anterior es un dato que se debe de tomar muy en cuenta ya que efectivamente no es una hipótesis que la lectura es una herramienta básica para el aprendizaje y el conocimiento, sino, es de vital importancia brindarle una atención primordial, ya que el fomentar el hábito a la lectura desde cualquier área del currículo beneficiará a la persona en el desarrollo de una buena educación.

La lectura es y será siempre una herramienta fundamental para hacer de nuestra sociedad una sociedad más participativa y por lo tanto más próspera.

Leer, además de ser entretenido, enriquece el conocimiento intelectual, puesto que desde esta perspectiva se interpretan palabras que tienen como principal finalidad volver a la persona mucho más autocrítica, democrática y por otro lado, favorecer potencialmente la participación social.

10.1.- Análisis de los resultados

Analizando el capítulo 4 en relación al contexto y dinámica nacional de documentos impresos del marco teórico, cabe mencionar que existen y no algunas coincidencias con los resultados de las gráficas.

En el caso de cómo actualmente han surgido cambios importantes en los hábitos de lectura a favor de los medios electrónicos no coincidió mucho con los resultados de las gráficas, ya que los datos arrojados reflejaron que la mayoría de las familias de los encuestados prefiere leer medios impresos, tomando en cuenta que se encuestó a una mínima población de la ciudad de Torreón.

Por otro lado, se percibe que sigue estando muy por debajo de las expectativas el hábito por la lectura aún cuando las mujeres lean más que los hombres o los maestros lean más que los universitarios, se necesita más educación lectora para que haya personas más autocríticas, democráticas y socialmente participativas.

En el 2006 se aplicó una Encuesta Nacional de Lectura, en la cual se detectó la *“lectura como fracaso del sistema educativo”* y en la que se reveló que de los 8.8 millones de universitarios del país, gran parte de estos estudiantes en licenciatura no tiene hábito de lectura, ya que el 18% nunca ha pisado una librería, el 35% no lee libros de literatura en general, el 23% no lee libros de ningún tipo y el 7% lo lee nada, ni libros, ni periódicos, ni revistas, estas cifras son sumamente preocupantes para el buen desarrollo del país, tomando en cuenta que es la población con un grado escolar superior.

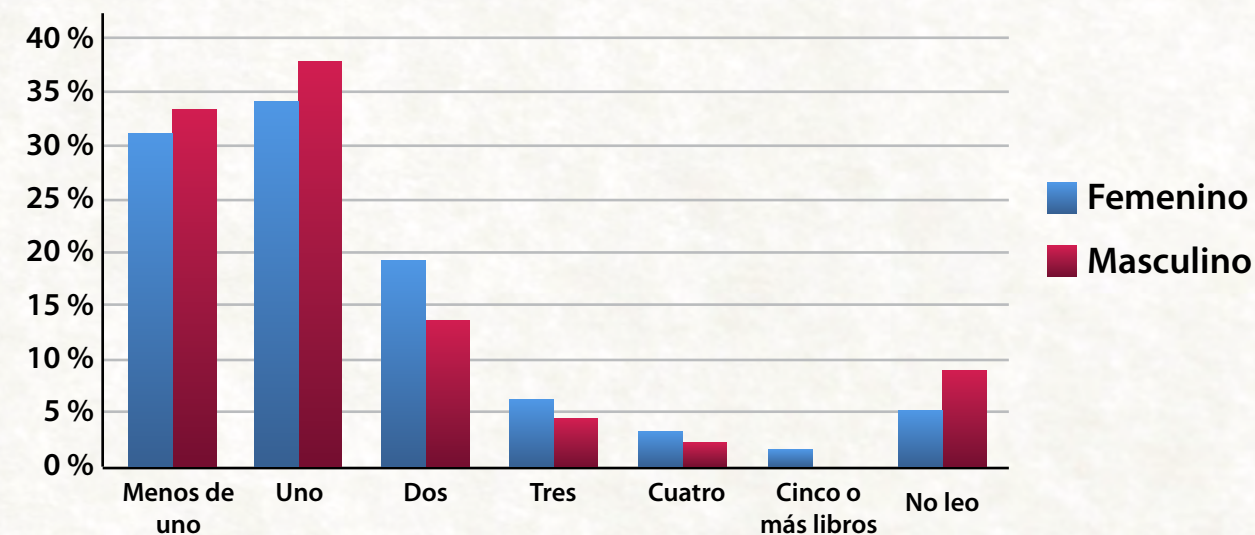
Es triste darse cuenta que no existe el mayor interés por incrementar el hábito de lectura y que solo un mínimo porcentaje de los encuestados fomente la lectura, puesto que en el peor de los casos si se sigue así el país en general no va a poder avanzar como lo hacen los países de primer mundo como; EE.UU, Alemania, Holanda, Francia, España entre otros, en donde la lectura es la base principal para el desarrollo intelectual de la persona.

“Según el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2006) durante el siglo XX en México el porcentaje de analfabetismo aumentó de 80 a 90%, considerando a las personas que no sabían leer ni escribir como analfabetas” (Vicente Gómez I. A., 2008).

Noticieros Televisa señala que según la Encuesta Nacional de Lectura del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes en 2010, los mexicanos leen 2.9 libros al año, los españoles 7,7 y los alemanes leen 12 al año, cifras contrastantes con el porcentaje de libros que se lee en México (Noticiero Televisa, 2010).

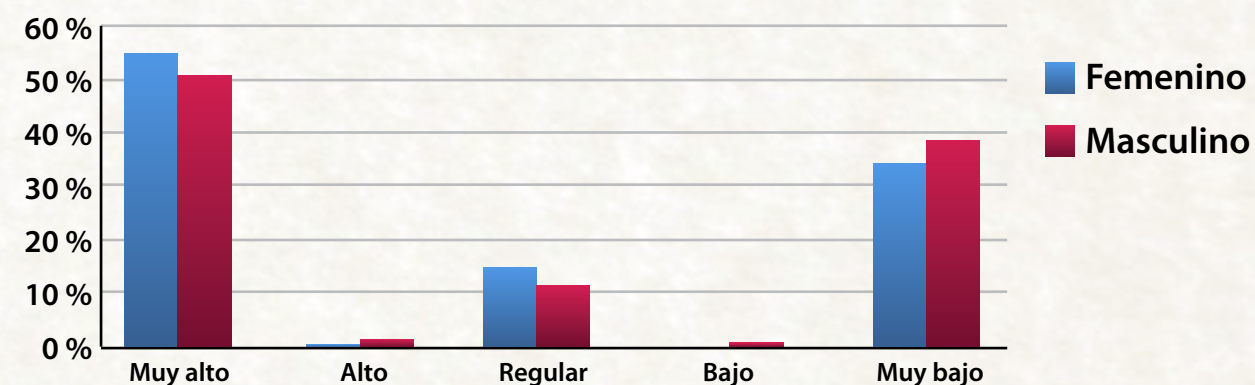
La falta de lectura se encuentra vinculada con la formación con la que crece un niño, si en su casa jamás le inculcaron el hábito a la lectura, rara vez le leyeron, poco se habla del tema, cabe la posibilidad que así se sigas desarrollando y por consecuencia no le guste leer, lo cual puede ser una barrera entre el nivel intelectual y el desarrollo académico de la persona.

Gráfica 10.1 - Relación de variables de géneros y cuántos libros leen al mes



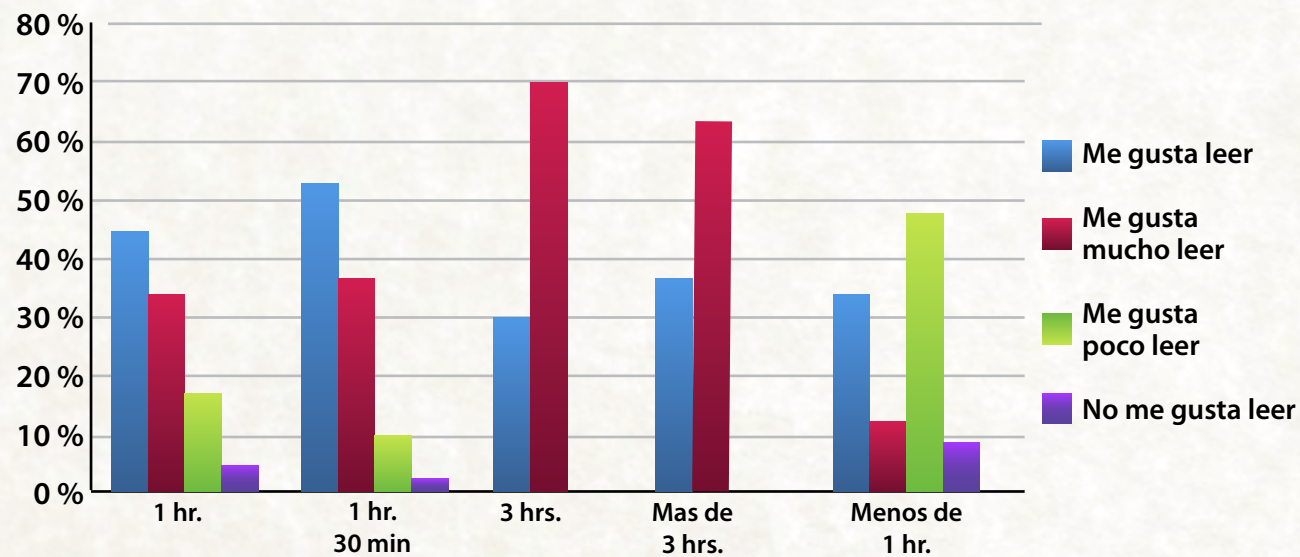
10.1. En la gráfica anterior se puede observar el gusto actual que tienen las mujeres hacia la lectura, a diferencia de los hombres, donde se muestra en su mayoría que el género masculino no fomenta mucho el hábito de la lectura. Algo que llama mucho la atención es que a pesar de ser las mujeres las que más leen leen muy poco en comparación con países de primer mundo, donde el porcentaje de libros leídos al año en España es de 7.7 y los alemanes de 12. Por otra parte el porcentaje que lee entre uno y menos de un libro al mes es demasiado alto comparándolo con los demás resultados reflejados en la gráfica.

Gráfica 10.2 - Relación de las variables género y ¿cómo consideras tu rendimiento como estudiante?



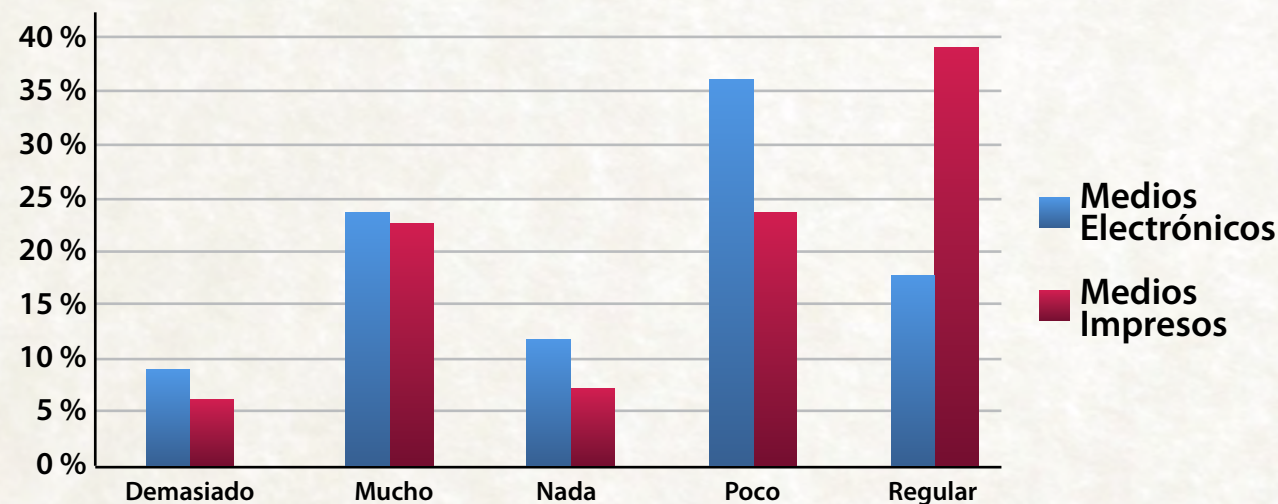
10.2. En esta gráfica se observa que son las mujeres quienes reflejan mayor rendimiento como docente o estudiante con un porcentaje por arriba del 50%. Sin embargo, esto tiene coherencia, ya que puede tener relación con el resultado de la gráfica anterior, la cual demuestra el gusto de las mujeres por la lectura con un porcentaje bajo pero si más alto que el de los hombres.

Gráfica 10.3 - Relación de las variables cuando lees, ¿cuánto tiempo le dedicas? y en general, ¿qué tanto te gusta leer?



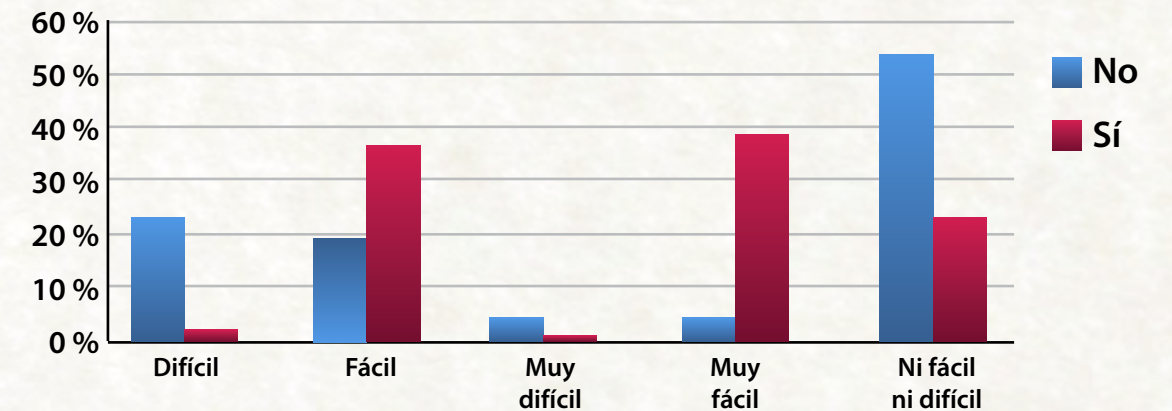
10.3. En esta gráfica se observa que aquellas personas que le dedican entre tres y más de tres horas a la lectura es porque les *“gusta mucho leer”* con un porcentaje del 70% y arriba del 60%. Por otro lado también aparece con altos porcentajes quienes dijeron *“les gusta leer”* a excepción de *“me gusta poco leer”* con un porcentaje por arriba del 45%. Algo que llama la atención es la coherencia que se ve reflejada en la gráfica en el tiempo que le dedican las personas a las que *“no les gusta leer”* ya que, menos del 10% lee menos de una hora.

Gráfica 10.4 - Relación de las variables en la actualidad, en tu familia acostumbra dedicar tiempo a la lectura y para la lectura, ¿qué prefieren?



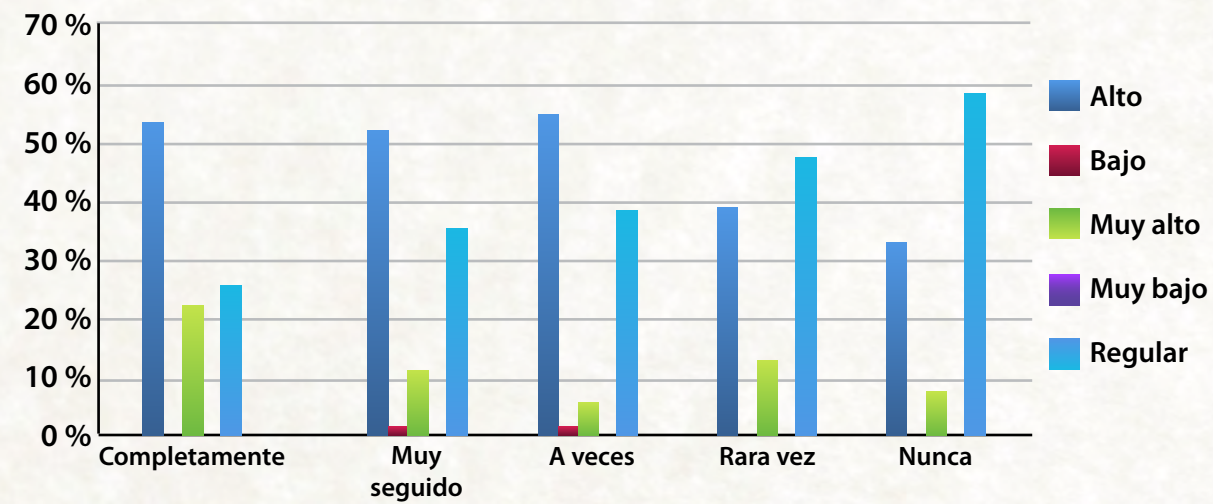
10.4. En esta gráfica se observa que arriba del 35% de las familias le dedican más tiempo a la lectura por medios de los medios impresos que electrónicos. Sin embargo, y a pesar de ser más usados los medios impresos como herramienta de lectura el porcentaje sigue siendo muy bajo puesto que en la variable *“demasiado”* el porcentaje es aproximadamente del 6% y en la de *“mucho”* esta por arriba del 20%. Por otro lado también se observa que los medios electrónicos son muy *“poco”* usados como herramienta de lectura con un porcentaje mínimo por arriba del 35%. Algo que sorprende, es que antes de ver reflejados los resultados en esta gráfica se pudiese ver imaginado que serían los medios electrónicos los que estarían como herramienta más usada para fomentar el hábito a la lectura, ya que conforme pasa el tiempo se tiene más cercanía con los medios digitales, sin embargo, no fue así.

Gráfica 10.5 - Relación de las variables Dirías que para ti leer es... y ¿Lees por placer?



10.5. En esta gráfica se observa que resulta ser *“muy fácil”* leer para aquellas personas que leen por placer con un porcentaje por arriba del 35% y *“ni fácil ni difícil”* para quienes no leen por placer con un porcentaje aproximado del 51%. Por consiguiente, con estos resultados se puede llegar a la conclusión que entre más se lea mayor facilidad de lectura se tendrá. En esto intervienen muchos factores, uno de ellos puede ser porque se tiene más conocimiento de palabras, porque su frecuente lectura lo ha llevado a posicionarse en el nivel de *“el lector”* el cual lee un promedio de 250 a 400 palabras por minuto y su nivel de comprensión está entre el 60% y 80%, es decir rebasa más de la mitad de comprensión de la lectura (Fly, 1985, p.19).

Gráfica 10.6 - Relación de las variables ¿disfrutas leer? y ¿cómo consideras tu rendimiento como docente o estudiante?

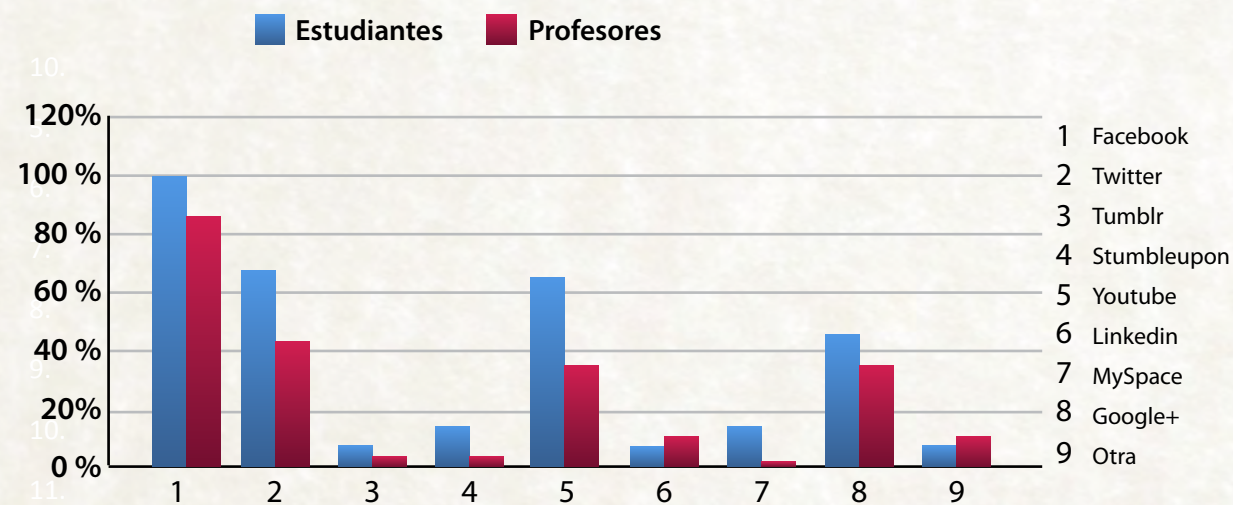


10.6. En esta gráfica se observa de manera general que quienes disfrutan leer tienen "alto, muy alto y regular" rendimiento como docente o estudiante, a diferencia de quienes tienen "bajo y muy bajo" rendimiento. Esto quizá se deba a que la lectura como herramienta de aprendizaje efectivamente es muy importante para desarrollarse intelectualmente.

CAPÍTULO 11

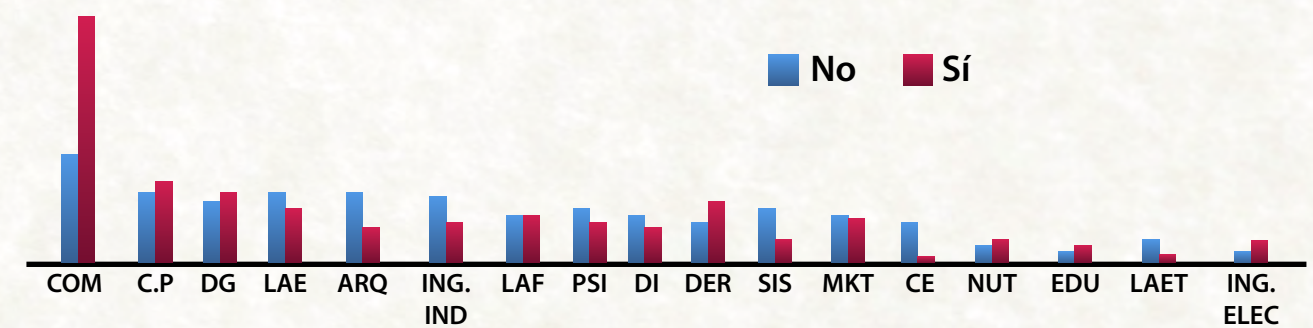
DIVERSAS PRÁCTICAS EN LOS HÁBITOS DE LECTURA

Gráfica 11.1 - Preferencia de redes sociales entre profesores y estudiantes



11.1. Casi todos los alumnos encuestados y la gran mayoría de los profesores tienen alta presencia en la red social Facebook, Twitter ocupa el segundo lugar y Youtube el tercero. LinkedIn es la única red social en la que los profesores sobresalen. Esta página se relaciona con búsqueda y promoción de trabajos. Casi la totalidad de la muestra de alumnos, pertenecen mínimo, a una red social, lo que se puede tomar como parte de los distractores para que lean. Claro está, que vía Facebook y Twitter y otras páginas, también pueden servir de vínculo con la lectura. Así mismo, tal acercamiento al mundo de la web, puede representar una gran ventaja para los productores de contenidos, sólo falta dar el salto y provocar que la lectura incite a los jóvenes.

Gráfica 11.2 - Carreras relacionadas con participación de talleres



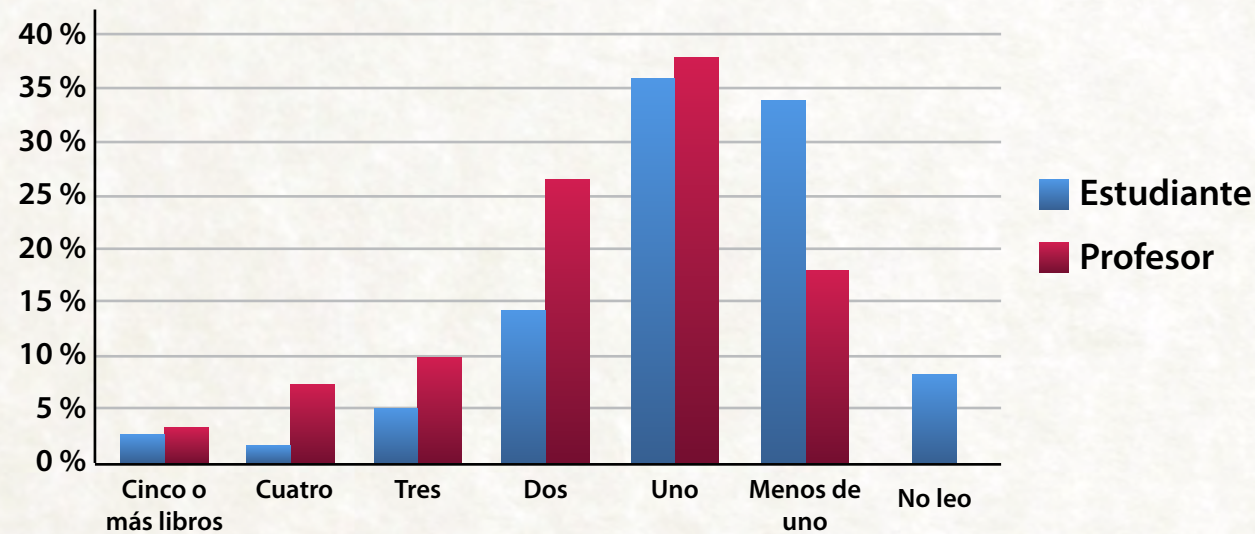
11.2. Comunicación es la carrera con más participación en talleres literarios, siendo casi evidente debido a la relación de la carrera con la expresión artística. Contaduría, Diseño Gráfico y Administración de Empresas tienen un alto nivel de participación; es interesante que la parte administrativa esté involucrada dado que su ámbito de trabajo no se relaciona tanto con lo literario. Si la lectura está relacionada con la expresión en sus múltiples formas, nos encontramos muy lejos a ser unos buenos lectores y generadores de formas artísticas. Del total de la muestra, entre alumnos y profesores, sólo el 33% participa en este tipo de talleres. Como lo vimos en el capítulo 5, la participación activa en talleres de expresión artística beneficiaría al desarrollo intelectual de las personas, impulsaría la creatividad y se incitaría el deseo de conocer e investigar cosas nuevas.

Gráfica 11.3 - Promedio de libros leídos el año pasado por estudiantes y profesores



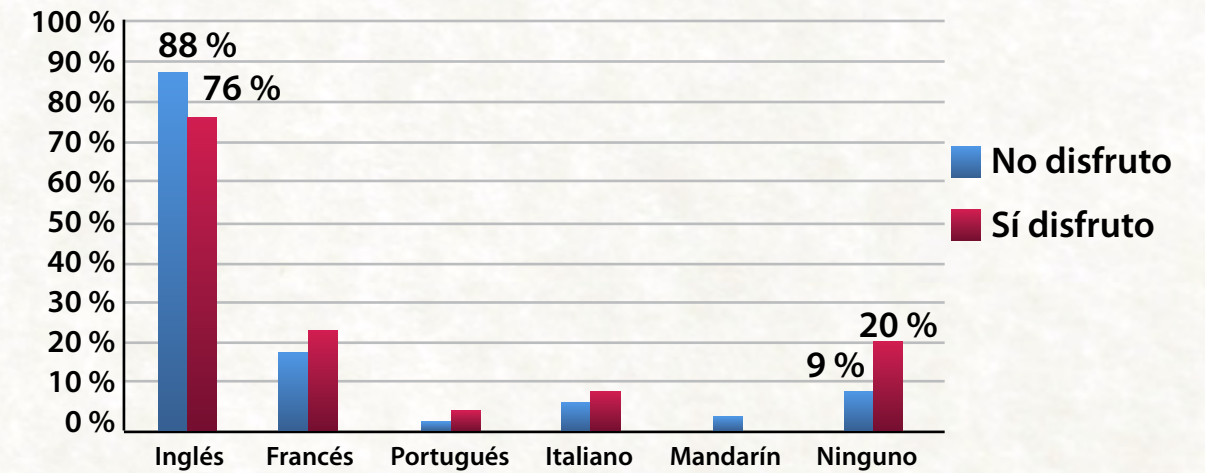
11.3. Del 100% de los profesores y del 100% de estudiantes encuestados se obtuvo el promedio por cada uno en relación con la cantidad de libros leídos el año pasado. Los profesores leyeron un promedio de 3.4 libros en el 2011, mientras que los alumnos alcanzaron los 2.8 libros. Según un estudio retomado por El Siglo de Torreón, en Coahuila, el promedio es de .8 libros por habitante en un año. Ni un sólo libro alcanzan a completar los coahuilenses; siendo 25 libros lo que marca la UNESCO como el estándar por persona. Queda mucho por esforzarse para subir el nivel lectura de la región así como del país.

Gráfica 11.4 - Libros leídos al mes por profesores y estudiantes



11.4. De los profesores hay cero personas que no leen al mes, en contraste con el 8% de alumnos que tampoco lo hacen. Entre alumnos y profesores, la mayoría leen UN libro al mes. En segundo lugar, los profesores leen dos libros y los alumnos leen menos de uno al mes. Se puede notar lo esperado en la gráfica: los maestros leen más que los alumnos. Son pocos los que leen más de 3 libros, pero son mayores los porcentajes en relación con los alumnos, quienes leen menos de dos libros o nada. En suma, el 78% de los alumnos leen máximo un libro al mes, lo que le da razón a las estadísticas regionales y nacionales, de .8 libros para Coahuila y 3 libros para el país.

Gráfica 11.5 - Idioma que hablan además del español



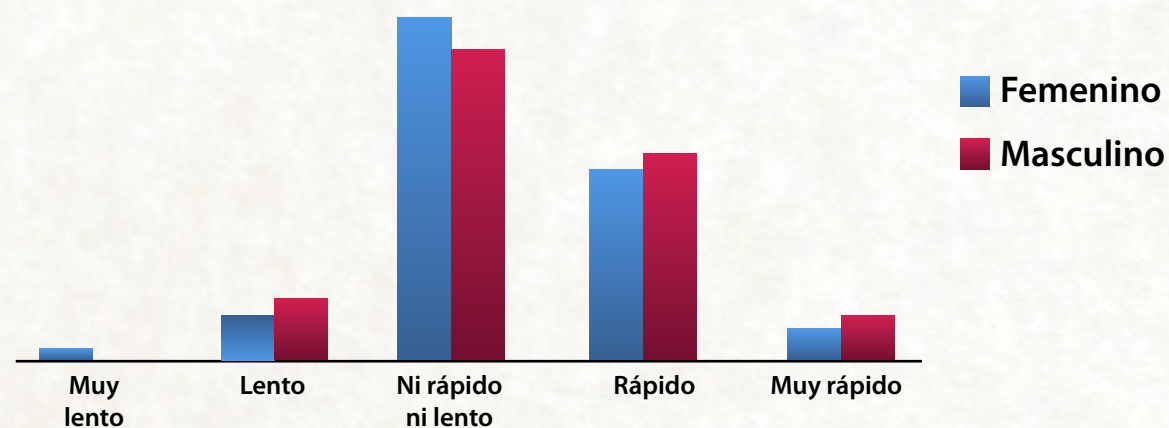
11.5. En general, el idioma más dominado es el inglés. Y por mucha diferencia, el idioma que le sigue es el francés. Hoy en día, el inglés se ha vuelto un requisito para la gran parte de las empresas, y dado que ahora es más fácil y común tener relación con todo el mundo, este idioma debería ser dominado por una mayor cantidad de personas. La brecha generacional se hace presente en la gráfica. Son menos los maestros que dominan el inglés, esto debido a que antes no era tan indispensable el idioma. 20% de los maestros hablan ningún idioma, mientras que en el francés superan a los alumnos que lo hablan. Son muy pocas las personas que hablan un tercer idioma, lo que va muy relacionado con el interés por la lectura. Si existiera un mayor porcentaje de personas políglotas, habría mejores lectores, pues el conocer de las diferentes culturas y lugares sería un principal aliciente para leer.

CAPÍTULO 12

RELACIÓN ENTRE HÁBITO Y NIVEL DE LECTURA

Los datos encontrados en las gráficas siguientes hacen en su totalidad referencia a los tipos de lectura y sus características, estas relaciones son importantes ya que es aquí donde se contrastan los resultados de la investigación y lo que los estudiosos plantean que debería de pasar.

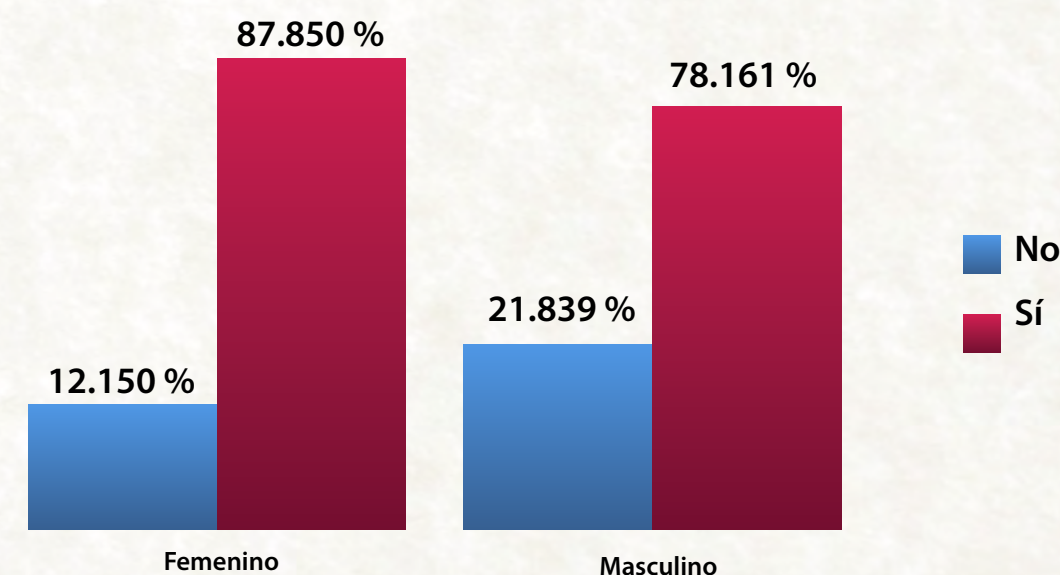
Gráfica 12.1 - Diferencia de género en velocidad de lectura



12.1. En esta relación se puede notar que las mujeres suelen leer más rápido que los hombres. La mayoría de las personas encuestadas leen "ni rápido ni lento" seguido de "rápido" se puede concluir que la gran mayoría de los maestros y universitarios suelen tener una velocidad de lectura buena, ya que fueron pocos los que respondieron "lento" y casi nulo los que respondieron "muy lento". Según Fly hay cuatro niveles diferentes de lectura. (Fly, 1985, p.18 citado en Ruíz, 2003) mencionado en el marco teórico página 47, éste señala que la velocidad no depende del género, es adquirida mediante la constante repetición del acto de leer y es aquí donde se comienza a desarrollar el gusto por la lectura y se adquieren nuevas habilidades que te permiten hacer una lectura más rápida y una mejor comprensión del texto.

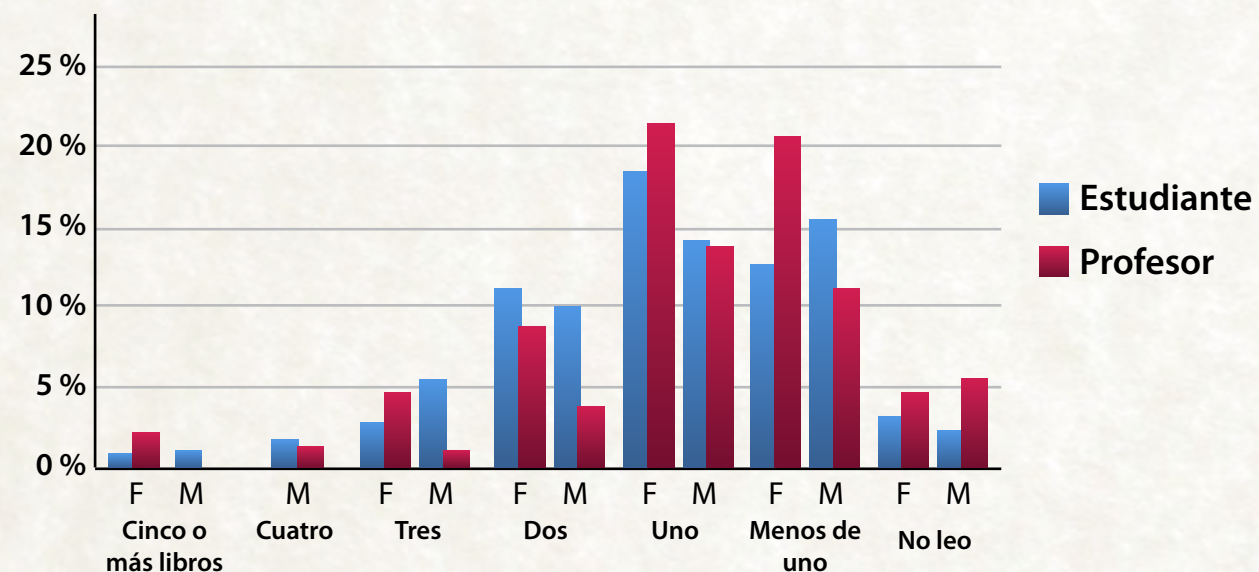
12.2. Dentro de la gráfica se puede notar que la mayoría de las personas encuestadas leen menos de un libro al año, y en consecuencia se traban al leer. Las mujeres que leen menos de un libro al año se traban en un 21.43% y los hombres con un 14.29% es decir, las mujeres se traban más que los hombres. El libro "Lectura Efectiva" de Bessy Yohanna Ruiz Barrios, menciona que existen diferentes tipos de comprensión lectora. En Plaza Poj (1995), mencionado en el marco teórico página 47, dicho libro menciona que entre más lees menos te trabas al leer, la gráfica muestra que las mujeres que leen dos libros se traban menos que las que leen cinco o más libros. Por lo que demuestra que no se requiere leer más de 5 libros para no trabarte.

Gráfica 12.3 - ¿Compartes una idea a partir de una lectura?, Género



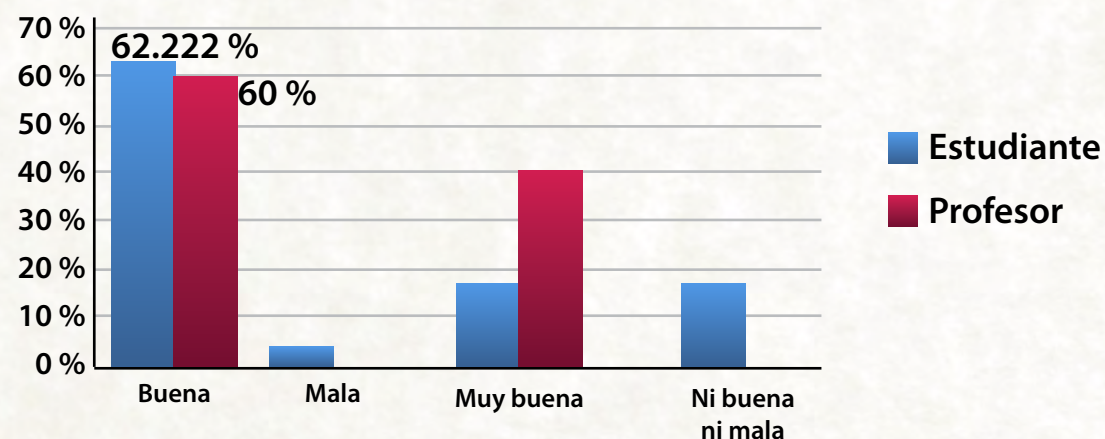
12.3. Por el lado de las mujeres y hombres la mayoría dice si compartir una idea a partir de una lectura, Aunque los porcentajes de ambos son parecidos, la mujer lleva la punta con una diferencia de un 9.69%. Según la tabla anterior muestra que los hombres leen más lento y sin trabarse que las mujeres, pero ellos a diferencia de las mujeres comparten menos una idea al leer un texto. Las mujeres obtienen una lectura global ya que logran identificar la idea principal del texto; esto las coloca en un nivel de lectura global según el libro el libro "Lectura Efectiva" de Bessy Yohanna Ruiz Barrios, mencionado en el marco teórico página 49, el gusto por dicha lectura las motivan a que compartan las ideas obtenidas del texto, según clasificación de niveles de lectura dada por Fly. Las mujeres se encontrarían en una lectura por placer.

Gráfica 12.2 - Cuando lees, ¿te trabas?, ¿Cuántos libros lees?, Género



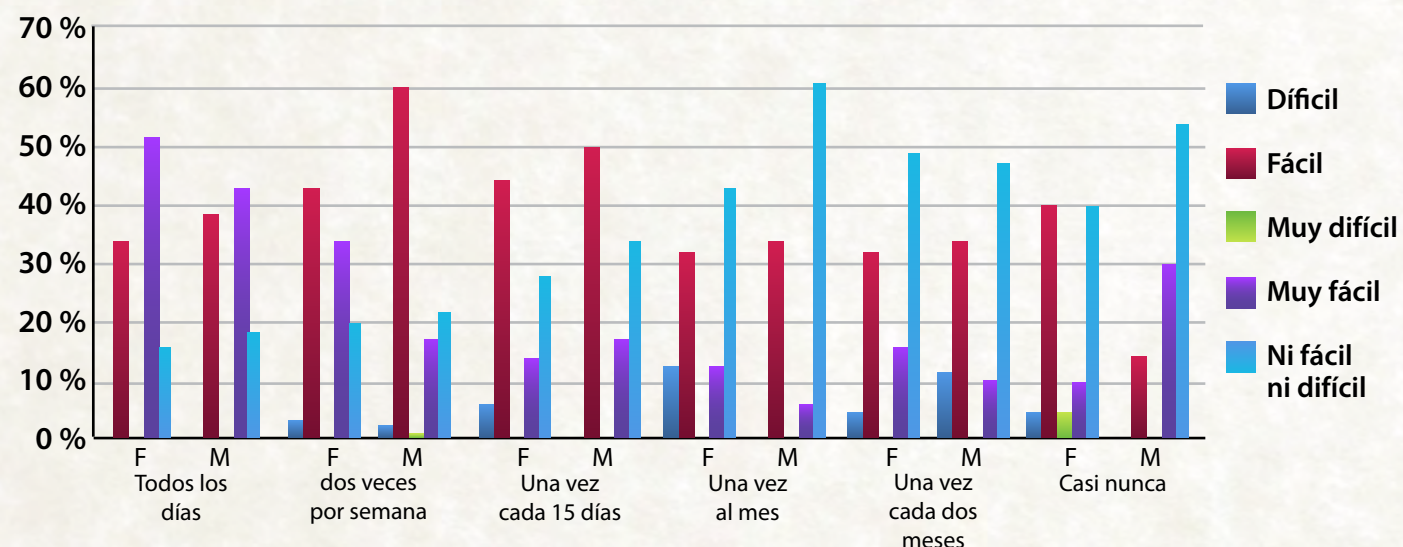
La siguiente relación pretende asumir que es factible que los hombres lean sin trabarse ya que hacen una lectura de comprensión literal cuyo objetivo principal es leer literalmente lo que el texto dice, sin tener otra intención con el mismo.

Gráfica 12.4 - Cómo calificarías tu capacidad para leer, Ocupación



12.4. En la gráfica se muestra que un 60% aproximadamente de los encuestados dice tener una buena capacidad de lectura. Cabe señalar que los estudiantes consideran que tienen una capacidad de lectura buena con un 62.22% y los profesores con un 60.00%, en ambos grupos son pocos los que dicen tener una mala capacidad de lectura. La gráfica nos muestra que los profesores se encuentran en un nivel de comprensión crítica y evaluadora, lo que es considerado como lector eficiente el cual se menciona en el marco teórico capítulo 6 en la página 47 ya que los profesores autodenomina su lectura como buena.

Gráfica 12.5 - Para ti leer es..., Ocupación, Con qué frecuencia lees



12.5. La mayoría de los encuestados dice que para ellos es fácil leer, éstos suelen leer dos veces por semana. Podríamos inferir que los que casi nunca leen se encontrarían en la casilla de muy difícil o difícil, pero no, los que casi nunca leen dicen que para ellos la lectura es ni fácil ni difícil. En el marco teórico capítulo 6, Fly menciona que el *lector eficiente* es la persona que tiene habilidad lectora, es decir la persona que lee más de 400 palabras por minuto, aumenta sus experiencias, conocimientos y encuentra nuevos intereses; si la lectura se practica constantemente será más fácil

de ejecutar. La gráfica demuestra que no es así, ya que no es necesario leer todos los días para que la lectura resulte fácil.

Se puede concluir que el nivel de lectura de los maestros universitarios es superior al de los estudiantes encuestados ya que su nivel de lectura es catalogado como bueno, según la encuesta realizada. Los profesores son catalogados como lectores eficientes según los tipos de lectores creados Fly.

¿Hay diferencia entre nivel de lectura de alumnos y de maestros y en qué porcentaje?

Según la gráfica "Cómo calificarías tu capacidad para leer, Ocupación", se demuestra que los profesores tienen un mayor nivel de lectura que sus alumnos, En la categoría "muy buena" logran superarlos con una diferencia de 23.33%.

CONCLUSIÓN

La investigación sobre hábitos de lectura entre los maestros y universitarios de Torreón fue una manera de conocer los factores que actualmente influyen en el fomento al hábito de lectura, por lo que se relacionaron las variables que pudieran ayudar a identificarlos.

Como uno de los principales datos reflejados en las gráficas fue el gusto actual que tienen las mujeres por la lectura a diferencia de los hombres, sin embargo, siendo las mujeres las que más libros leen aún sigue permaneciendo por debajo de las expectativas.

Por otro lado uno de los datos más relevantes y esperados desde el principio de la investigación es que son los maestros quienes leen con mayor frecuencia a diferencia de los universitarios, lo cual es un dato sumamente importante, puesto que si se hubiese identificado lo contrario sería aún más vergonzoso debido a que son los maestros los responsables de fomentar el hábito a la lectura dentro de las instituciones. De igual manera son los responsables de gran parte del aprendizaje y conocimiento intelectual de los estudiantes.

Conforme se fue avanzando, en la investigación cada vez se hacían más presentes las diversas causas por las que las personas perdían el interés por la lectura, ya que un bajo porcentaje dijo leer por placer y en su mayoría por obligación, además de estar ligado con el poco tiempo que se le dedica a esta actividad. Así mismo también es importante destacar que se identificó que un porcentaje considerable le dedica la mayor parte de su tiempo libre a actividades como ver programas de televisión, en su mayoría poco educativos, pues su contenido deja mucho que desear.

El hábito de la lectura suele ser escaso entre las familias mexicanas, debido a la falta de cultura y a la formación con la que crece un niño, si en su casa no le inculcaron el hábito por lectura o rara vez le leyeron, cabe la posibilidad que se siga desarrollando y por consecuencia no le gusta leer, lo cual se convierte en una barrera entre el nivel intelectual y el

desarrollo académico de la persona.

Es triste darse cuenta que no existe el mayor interés por incrementar el hábito de la lectura y que sólo un mínimo porcentaje de los encuestados lee, puesto que en el peor de los casos si se sigue como hasta el momento, el país en general no va a poder avanzar como lo hacen los países del primer mundo.

BIBLIOGRAFÍA

- (2010). Obtenido de Noticiero Televisa: <http://www2.esmas.com/noticierostelevisa/mexico/nacional/199011/mexicanos-leen-2.9-libros-al-ano>
- Abate, J. (Mayo de 2011). *El insospechado beneficio de la lectura*. Recuperado el Febrero de 2012, de Diario La Tercera: <http://diario.latercera.com/2011/05/07/01/contenido/tendencias/26-68070-9-el-insospechado-beneficio-de-la-lectura.shtml>
- Adell, J. (1997). Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información. *Editec*, 1135.
- Apoyolingua. (s.f.). *La importancia de la lectura*. Recuperado el Febrero de 2012, de http://www.apoyolingua.com/compreension/importancia_lectura.html
- Aranda. (2007). *La cruz de la lectura*.
- Arévalo, H. (2005). *Tesis Elementos desinformantes del Contenido de la Sección Editorial de la Revista National Geographic en Español*. Obtenido de Universidad San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0258.pdf
- BACA, G. A. (25 de Agosto de 2010). *The Wall Street Journal*. Recuperado el 2012, de <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703846604575448093175758872.html>
- Barthes, R. (1987). Sobre la lectura, en el sussurro del lenguaje. En R. Barthes, *Sobre la lectura, en el sussurro del lenguaje* (pág. 37). Barcelona: Paidós.
- Braslavsky, B. (2006).
- Braslavsky, B. (2006). El rol de la escuela y de los maestros en el acercamiento de los niños a la lectura. (F. Leer, Entrevistador)
- Cavallo, G. (2001). Historia de la lectura en el mundo occidental. En R. C. Guglielmo Cavallo, *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus.
- Centro Interamericano de Marketing. (2005). Obtenido de <http://www.slideshare.net/robertrin/periodico-394754>
- Centro Nacional de la Cultura y las Artes. (Diciembre de 2011). Recuperado el 11 de Febrero de 2012, de ARSChile: <http://www.arschile.cl/documentos/InformeFondoLibro.pdf>
- Echevarría, K. (2006). Una visión constructivista de la lectura en los adolescentes. *Lectura y Vida*, 64-69.
- EduTEKA. (2004). *La competencia en el manejo de información (CIM) y las competencias ciudadanas*. Recuperado el Febrero de 2012, de <http://www.eduteka.org/formacionciudadana.php>.
- El Universal Blogs*. (2011). Obtenido de http://blogs.eluniversal.com.mx/wwwblogs_detalle.php?p_fecha=2011-05-12&p_id_blog=28&p_id_tema=13897
- Estudiar*. (2008). Recuperado el 11 de Febrero de 2012, de Estudiar: <http://www.estudiar.be/LECTURA.htm>
- Farlex. (s.f.). *The Free Dictionary*.
- Leer transforma radicalmente nuestro cerebro. (2010). Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios.
- Leyva, E. M. (8 de Diciembre de 2008). *Que es leer, Que es la escritura*. Recuperado el 12 de febrero de 2012,

- de UNAM: <http://www.ejournal.unam.mx/ibi/vol23-47/IBI002304707.pdf>
- Manguel, A. (1999). Una historia de la lectura. En A. Manguel, *Una historia de la lectura*. Bogotá: Norma.
- Martínez-Salanova, E. (2004). *Paulo Freire, una pedagogía de la esperanza*. Obtenido de http://www.uhu.es/cine.educacion/figuraspedagogia/0_paulo_freire.htm
- Merca2.0 edición especial 4 de 7 No. 4*. (2005). Obtenido de <http://www.slideshare.net/robertrin/revis-tas-395654>
- Montessori, M. (2007). *Centenary of the Montessori Movement*. Obtenido de <http://www.montessoricentenary.org/>
- Morón, C. (2001). *Hábitos lectores y animación a la lectura*. Cuenca: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Oscar Alberto Morales, Á. G. (2005 йил Junio). Retrieved 2012 йил 13-02 from <http://webdelprofesor.ula.ve/odontologia/oscarula/publicaciones/articulo38.pdf>
- Patán, A. y. (2007). *Ir por la vereda tropical*.
- Pereira, M. C. (2008). Literatura y Educación en Valores. Una Propuesta Pedagógica. Universidad de Vigo.
- Revista Vinculando. (2009). *Como incrementar el hábito de la lectura y la comprensión lectora*. Recuperado el 2012, de http://vinculando.org/educacion/como_fomentar_habito_de_lectura_y_compreension_lectora.html
- Santos, F. D. (2006). *Planaamancer*. Recuperado el 12 de feberero de 2012, de http://www.planaamanecer.com/recursos/basica8.10/articulospedagogicos/historialectura_y_escritura.pdf
- Sartori, G. (citado en Vicente Gómez, Ibídem).
- Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán. (s.f.). *Beneficios de la lectura*. Recuperado el 2012, de Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán: http://qacontent.edomex.gob.mx/tesjo/Inicio/groups/public/documents/edomex_archivo/beneficios_de_la_lectura.pdf
- Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán. (s/a). *Beneficios de la lectura*. Recuperado el 2012, de Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán: http://qacontent.edomex.gob.mx/tesjo/Inicio/groups/public/documents/edomex_archivo/beneficios_de_la_lectura.pdf
- Televisa, N. (2010, citando a Encuesta Nacional de Lectura del CONACULTA). Obtenido de <http://www2.esmas.com/noticierostelevisa/mexico/nacional/199011/mexicanos-leen-2.9-libros-al-ano>
- Utanda, M., Cerrillo, P., & García, J. (2005). *Literatura infantil y educación literaria*. Cuenca: Ediciones de la universidad de Castilla-La Mancha.
- Valencia, A. G. (2006). *E-Reading, la nueva revolución de la lectura: del texto impreso al ciber-texto*. Recuperado el 2012, de Revista Digital Universitario: http://www.revista.unam.mx/vol.7/num5/art42/may_art42.pdf
- Vicente Gómez, I. A. (2008). Obtenido de Universidad de las Américas Puebla.
- Vicente Gómez, I. (2008). *Tesis Maestría en Lingüística Aplicada*. Puebla: Universidad de las Américas.
- Viñas, R. (2006). *Los jóvenes, la lectura y la escritura a través de los medios*. Recuperado el 12 de Febrero de 2012, de [http://www.liceus.com/cgi-bin/ac/pu/Los%20%20%20%20%20%20jóvenes%20la%20lectura%20y%20los%20medios%20%20%20%20%20%20%20_corregido_.pdf](http://www.liceus.com/cgi-bin/ac/pu/Los%20%20%20%20%20%20jóvenes%20la%20lectura%20y%20los%20medios%20%20%20%20%20%20_corregido_.pdf)
- Vygotsky, L. (1992). *Psicología Educativa*. Florida: St. Lucie Press.
- Yubero, S., Larrañaga, E., & Cerrillo, P. (2004). *Valores y lectura, estudios multidisciplinares*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Consumo de drogas legales en estudiantes de licenciatura en la Universidad Iberoamericana Torreón

Fátima Alejandra Acuña Berrueto, Sofía Alonso Aguirre, Alejandra Arce Portal et al.

I. Planteamiento del Problema

i. Objetivos

- Investigar la influencia de la presión social en la dinámica juvenil del consumo de drogas legales.
- Determinar el grado de influencia que tiene el vínculo parental, en los factores de inicio, según el género y el nivel de consumo de drogas legales.
- Establecer la relación entre la aceptación y socialización en la dinámica juvenil y el consumo de drogas legales.
- Identificar como influyen los medios de comunicación y la publicidad, en el conocimiento sobre el efecto de las drogas legales y su consumo habitual.
- Identificar el nivel de tolerancia que tienen los jóvenes sobre las consecuencias físicas y/o psicológicas en relación al consumo de drogas.
- Conocer la relación que hay entre el contexto y el tipo de consumo que se realiza.
- Cuantificar el gasto económico promedio de drogas legales y las diferencias entre los distintos estratos investigados.

ii. Preguntas de investigación

- ¿Qué acostumbran hacer los jóvenes los fines de semana?
- ¿Cómo es la relación que existe entre padres y jóvenes universitarios?
- ¿Qué sensaciones experimentan los jóvenes al consumir alcohol?
- De los grupos de amigos juveniles ¿Qué proporción consume alcohol con frecuencia?
- ¿Es determinante la presión social juvenil que existe para que se inicie el consumo de algún tipo de droga?
- ¿Cuáles son los lugares donde los jóvenes ingieren drogas de manera libre?
- ¿Cuál es la primera droga probada por jóvenes?
- ¿Qué tan elemental es que los jóvenes ingieran drogas para poder divertirse en alguna fiesta?
- ¿De qué manera influye que los padres del joven ingieran o no drogas?
- ¿Existe alguna relación de mayor o menor consumo de acuerdo a la posición económica?
- Por lo general ¿Cuáles son las principales reacciones emocionales del consumo juvenil del alcohol?
- ¿Qué porcentaje de los jóvenes padecen de alcoholismo? ¿Cuántos lo saben?
- ¿Qué factor o factores sociales son determinantes para que un joven universitario inicie con el consumo de drogas?
- ¿Cuáles son las circunstancias que provocan que los jóvenes universitarios consuman algún tipo de droga?
- ¿Cómo influyen los medios de comunicación para que se dé o no se dé el consumo de drogas?

Resumen

Este es un trabajo de investigación realizado por los alumnos de cuarto semestre de la carrera de Psicología, de la Universidad Iberoamericana Torreón, en la materia de Diseño de la Investigación Psicológica. La investigación se realizó a lo largo del semestre de primavera 2012.

Este trabajo fue hecho en colaboración por todo el grupo, fue dividido en seis subgrupos donde cada uno estaba dedicado a una variable en específico.

El procedimiento comenzó desde que, entre todo el grupo, se decidió el tema de investigación, posteriormente se identificaron las variables a investigar. Una vez que las variables estuvieron definidas fueron divididas por subgrupos y cada uno realizó una parte del marco teórico.

El siguiente paso fue crear la encuesta y aplicarla a los estudiantes de la universidad, para esto cada equipo tuvo oportunidad de ir a diferentes aulas de las diferentes carreras para poder ampliar la muestra.

Una vez con la información recopilada se vació en una base de datos y se realizaron las interpretaciones, inferencias y gráficas las cuales se presentan y son analizadas a lo largo del trabajo.

Palabras clave: investigación, inferencias, análisis, estadísticas, consumo, drogas legales.

Abstract

This is a research work conducted by fourth semester students of Psychology, University Iberoamericana Torreon in the Psychological Research Design field.

This research was conducted along the spring 2012 semester.

This work was done in collaboration by the entire group, divided into six subgroups where each one of them was dedicated to a specific variable.

The procedure started from that, the whole group, it was decided the research topic, later identified variables to investigate. Once the variables defined they were divided by subgroups then, each one of them realized a single part of the theoretical framework.

Next step was to create the survey and apply to college students, for which, each group had the chance to go to different classrooms of different careers so they could expand the sample.

Once the information collected they emptied into a database and started the interpretations, inferences and graphs which are analyzed and present throughout the work.

Key words: research, inference, analysis, statistics, consumer, legal drugs.

iii. Delimitación del tema

La población escogida para nuestra investigación se delimita a jóvenes. Esta población nos ayuda a responder a nuestros cuestionamientos ya que en esa edad es cuando los jóvenes se encuentran en la búsqueda de identidad y se encuentra la necesidad de pertenecer a grupos sociales. Es por eso que se puede prestar fácilmente a que haya una vinculación entre la presión social y el consumo de drogas. Esta investigación se realizó en el año 2012 en un periodo de 3 a 4 meses aproximadamente.

iv. Justificación

En México, el consumo de bebidas alcohólicas representa un serio problema de salud. La Encuesta Nacional de Adicciones —levantada por la Dirección General de Epidemiología de la Secretaría de Salud en 1993, en hogares, con una muestra de 20,243 sujetos, representativos de la población entre 12 y 65 años de edad— indica que 66.5% de la población estudiada (poco más de 28 millones de personas) son *bebedoras*; 25.4% no beben y 8.1% son ex bebedoras. La encuesta también mostró que 23.4% de los sujetos entrevistados ha consumido alcohol hasta la embriaguez; 9.4% presenta síntomas de dependencia, y 66.0% inició el consumo de alcohol antes de los 19 años (Nagore).

Considerando que la accesibilidad de los jóvenes a las bebidas alcohólicas, junto con otras sustancias, es cada vez mayor, a pesar de las prohibiciones impuestas de su venta a menores, o por la ley, convendría aclarar que en la actualidad se asiste a una creciente demanda de información sobre los patrones de consumo de sustancias en nuestra sociedad, por la problemática social y personal que plantea. Dentro de estos patrones adquieren una mayor importancia los asociados a las pautas de consumo de la adolescencia y juventud, que va aumentando, tanto en número de bebidas adquiridas, como en el de su graduación alcohólica. Así pues, el presente estudio pretende obtener datos de una población específica, referente a al consumo de drogas con el fin de identificar factores de riesgo.

En ciertas etapas del desarrollo humano, específicamente en la adolescencia, la persona se encuentra sujeta a cambios radicales a nivel físico y psicológico en el cual la aceptación social y la búsqueda de identidad se vuelven primordiales, y al ser esto una prioridad, la persona se encuentra más propensa a realizar actividades que lo llevan satisfacer sus necesidades e intereses. Al analizar los efectos producidos por el consumo de sustancias es probable que el joven elija la estimulación agradable, cierta e instantánea proporcionada por las mismas. En la medida que el alcohol, o la droga, proporciona a los jóvenes una serie de efectos o consecuencias positivas, y el joven los interpreta como un beneficio, dichos efectos se convierten en motivos de consumo. La juventud, como regla general, no asocia el consumo de alcohol con los problemas que de él pueden derivarse, ellos esperan del alcohol cambios positivos globales (facilitador de expresividad emocional, desinhibidor y potenciador de las relaciones sociales, etc.), y a la vez no creen que dicha sustancia tenga consecuencias negativas, influyendo considerablemente en un mayor consumo durante el fin de semana, donde las relaciones interpersonales se intensifican. Por eso anticipar los *efectos positivos* y no las verdaderas consecuencias negativas, conlleva a que se produzca un mayor consumo social. De esta manera, se pretende identificar las causas para el consumo y conocer la perspectiva de los jóvenes universitarios con el fin de relacionar las diferentes posturas con el consumo; qué factores influyen en el adolescente vulnerable al consumo, y que factores protegen al que no es

influido fácilmente. Es importante no considerar de forma aislada a los jóvenes del contexto social en que se desenvuelven, sino a ambos conjuntamente, para tener siempre presente los respectivos elementos del sistema: jóvenes, familia, escuela, y barrio o municipio y actuar conjuntamente sobre todos ellos.

Así pues, con el fin de brindar datos cuantificables a especialistas interesados en diseñar programas de prevención, además de brindar un diagnóstico universitario, se considera indispensable identificar los factores de riesgo a nivel emocional y psicológico que influyen en los jóvenes universitarios para seguir consumiendo y/o consumir por primera vez alguna droga, y de igual manera considerar diferentes actitudes o pautas de actuación frente al problema, entre los que destacarían:

- Diseñar programas de educación, en los que se incida no sobre los efectos negativos del consumo, sino sobre los efectos positivos del no consumo, este pequeño matiz, haría que las medidas tuvieran una mejor acogida general y una mayor eficacia.
- Orientar las actuaciones en el nivel educativo cuestionando y delimitando los efectos positivos del alcohol, que es el conjunto de creencias más desarrollado. Se debe partir de una información realista, que sitúe en su término más justo los *efectos reforzantes* del alcohol, pero que también muestre sus límites. Además existen una serie de creencias erróneas respecto al alcohol (aumento de la potencia sexual, modo de combatir el frío, o como utilidad terapéutica), transmitidas de generación en generación que necesitan ser desmontadas.
- Desarrollar programas de entrenamiento en habilidades sociales, para actuar principalmente en la pre-adolescencia, antes de que se instaure el consumo habitual, para ayudar a esta población a hacer frente a la presión que el grupo ejerce sobre aquellos que no beben. Para ello se debe formar a profesores del sistema educativo, educadores de calle, animadores sociales, etc.
- Formular objetivos para evitar la desconexión de los adolescentes de los sistemas de contexto, sobre todo educativo, modificar las creencias de adolescentes y jóvenes sobre el alcohol, trabajando fundamentalmente sobre las motivaciones de consumo, o diseñar estrategias para reducir lo máximo posible el dinero que los jóvenes llevan encima los fines de semana.
- Y por último incidir en la importancia de la familia como factor regulador del consumo y como medio de información. (Valderrama Zurián & de Vicente Manzanaro, 2000)

• Viabilidad

La universidad brinda una serie de recursos que facilitan el acceso a la información y la manera de procesarla, como son: biblioteca, sala de consulta, laboratorio de cómputo, cámara de Gessel, equipos de grabación de video y sonido.

Otro aspecto que favorece a la realización de la investigación es, que se cuenta con un fácil acceso a la población a la cual el estudio está dirigido, estudiantes universitarios (alumnos de la Universidad Iberoamericana).

Para la realización del proyecto no es necesario un largo periodo de tiempo, por lo tanto es viable pues se cuenta con el tiempo justo para realizarlo (cuatro meses). Se tiene el recurso de 18 estudiantes de la carrera de psicología con disponibilidad para realizar el estudio lo cual compensa el corto periodo de tiempo disponible.

En el aspecto económico no es necesario contar con un alto presupuesto, ya que los gastos no

irán más allá del material necesario para crear encuestas.

Dado a los factores mencionados se puede concluir que la realización del proyecto será exitosa, pues están disponibles los instrumentos, tiempo y personal necesario.

• **Evaluación de las deficiencias en el conocimiento del problema**

Una vez planteado el problema, fue necesario reunir los conceptos en dos globales: Presión Social y Consumo de Alcohol. Relacionando los objetivos con el conocimiento actual de los investigadores, se considera necesario ahondar en temas como son las características propias de la etapa del desarrollo en la que se encuentra la población estudiada, considerando las dimensiones psicológica, social y cultural. También se tomará en cuenta, estudiar sobre los contextos en los que se lleva a cabo el consumo de drogas legales, además de estadísticas que aproximen al conocimiento del estado actual en que se encuentran. Habrá que revisar la literatura sobre los motivos de consumo, incluyendo factores de inicio, riesgo y protección. Definitivamente habrá que desarrollar el tema del alcohol como tal y sus efectos.

1. Datos estadísticos de la investigación

Este documento es una recopilación de datos estadísticos obtenidos de diferentes investigaciones oficiales en relación con drogas legales es decir tabaco y alcohol, el objetivo de esto es mostrar los datos que más resaltaron y que son de mayor importancia para nuestra investigación sobre *Drogas legales en adolescentes y presión social* dividiéndolos por puntos y representando los datos estadísticos a manera de tablas representativas de los datos y gráficas que muestran los resultados, después una serie de inferencias escritas en relación a la tabla y gráficas para demostrar los resultados.

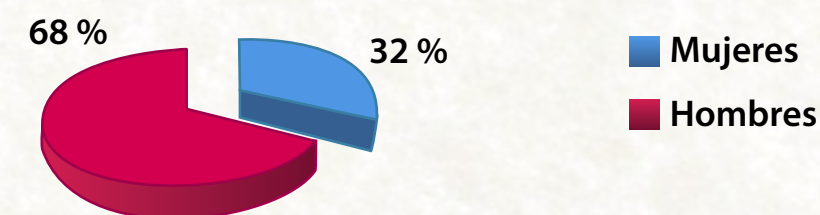
Los documentos de donde los datos fueron obtenidos lamentablemente no pudieron ser actuales, es decir, que la información es de años pasados, además que los documentos son de investigaciones en las que la muestra es de población entre 12-65 años, y no se pudo encontrar alguna que fuera exclusivamente datos en adolescencia, sin embargo es información valiosa para nuestra investigación y nos deja saber mucho sobre el tema en diferentes regiones como por ejemplo una nacional y la otra de España.

3.1 Tabaco

a) Población que alguna vez ha fumado por edades de inicio:

	Población	Mujeres	Hombres
10-14 años	5509716	1441469	4068247
15-19 años	16319411	5185898	11133513
20-24 años	419292	1787745	2405180
TOTAL	22248419	8415112	17606940

Inicio en consumo de tabaco en edades entre 10-24 años por sexo



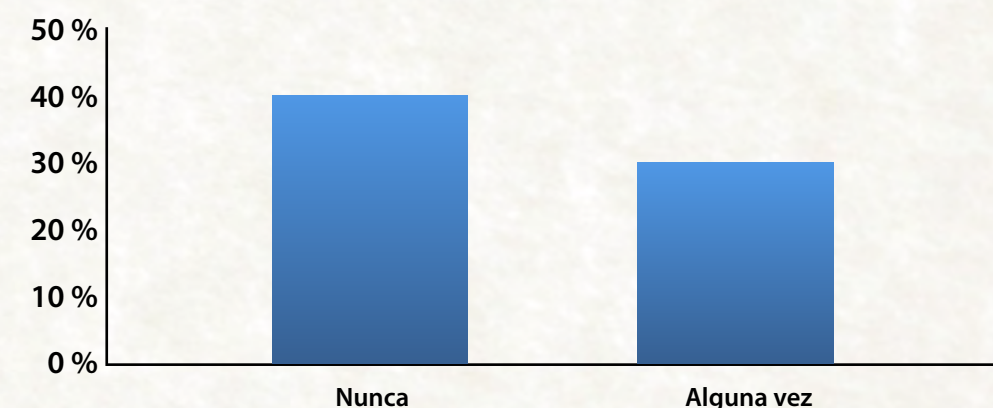
(Instituto Nacional de Estadística, 2002)

Con esta tabla se infiere que hay un consumo de tabaco de inicio mayor en edades de 15 a 19 años, también que en el total de la población hay más hombres que mujeres que comienzan a fumar tempranamente como se puede observar en la gráfica los hombres representando a un 68% de la población y las mujeres con un 32%, dentro de la población las edades que comienzan primero son de 10 a 14 años y de este mismo dato en cuanto al género hay más hombres que mujeres entre esas edades que comienzan a consumir.

b) Población de 12-65 años que alguna vez o nunca ha fumado tabaco:

	Población	Hombres	Mujeres
Nunca	41240234	12674050	28566184
Alguna vez	28526833	18719607	9807226
Total	69767067	31393657	38373410

Consumo de tabaco en población de 12-65 años

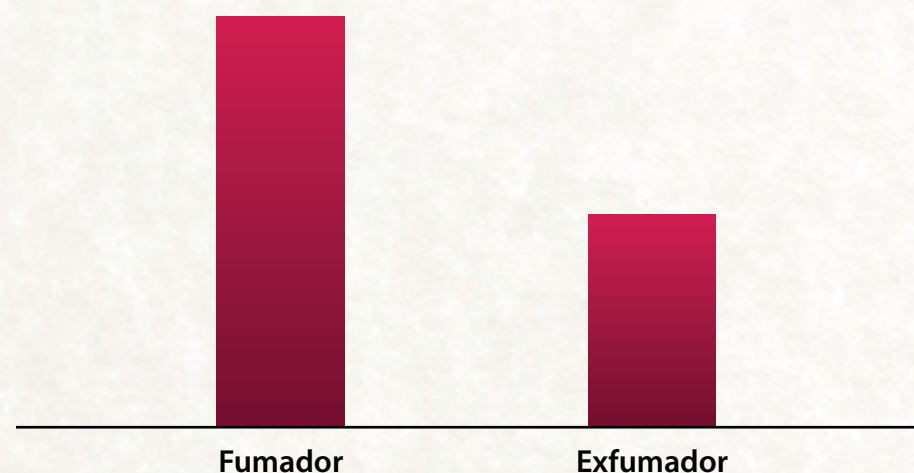


(Instituto Nacional de Estadística, 2002)

Con esta tabla podemos inferir que del total de la población hay un mayor número de mujeres que nunca han fumado tabaco, es decir, que hay más hombres que si han fumado tabaco alguna vez.

c) Población de 12-65 años por patrón de consumo:

	Población	Hombres	Mujeres
Fumador	16371601	11359627	5011974
Ex fumador	12155232	7359980	4795252
Total	28526833	18719607	9807226

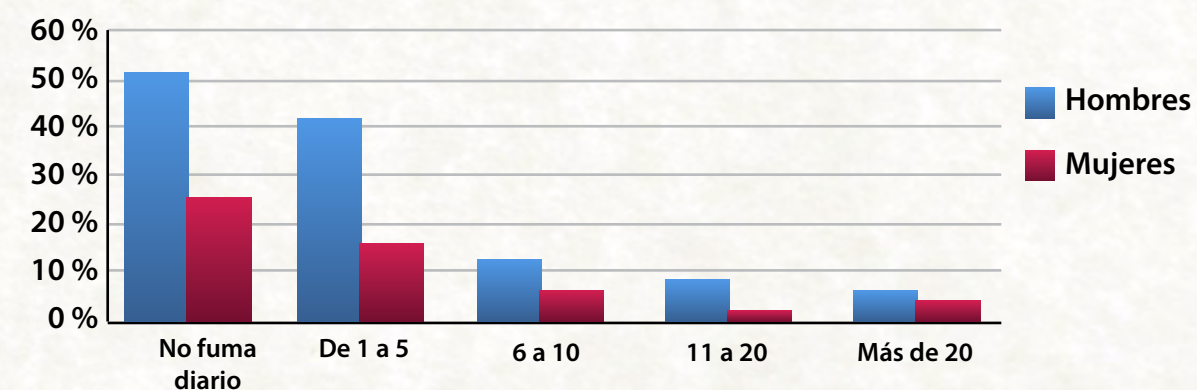


(Instituto Nacional de Estadística, 2002)

Con esta tabla podemos observar como de la población total, existe un 57% de la población que han dejado de fumar, y un 43% de la población que aún fuma.

d) Población de 12-65 años que fuma, cantidad de cigarrillos diariamente

	Población	Hombres	Mujeres
No fuma diario	7722599	5204058	2518541
De 1 a 5	5513258	3930886	1582372
6 a 10	1668638	1153762	514876
11 a 20	906336	709774	196562
Más de 20	560770	361147	199623
Total	16371601	11359627	5011974

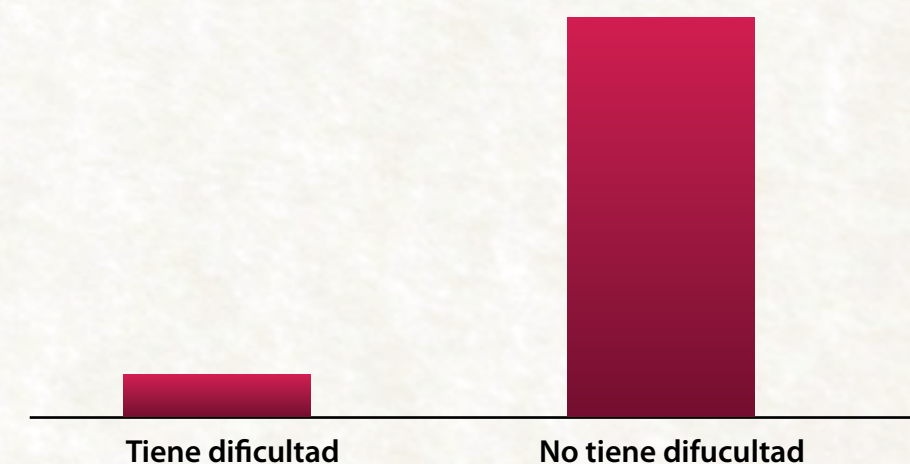


(Instituto Nacional de Estadística, 2002)

Con esta tabla podemos inferir la cantidad de cigarrillos que consume la población, podemos observar como los hombres tiene un resultado mayor que el de las mujeres, podemos observar como es mayor la población que no fuma a diario tanto en hombres como en mujeres, existe una población mucho más alta en hombres y mujeres que consumen entre 1 a 5 cigarrillos diarios a la población que consume más de 20 cigarrillos diarios.

e) Dificultad para abstenerse de fumar en lugares públicos

	Población	Hombres	Mujeres
Tiene dificultad	925275	568225	357050
No tiene dificultad	15446326	10791402	4654924
Total	16371601	11359627	5011974

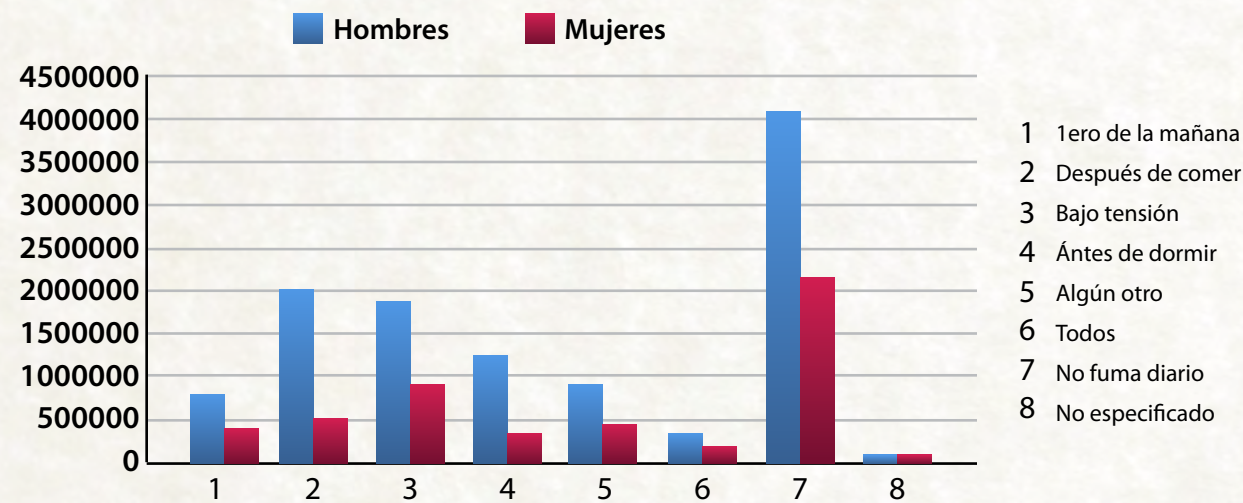


(Instituto Nacional de Estadística, 2002)

Con esta gráfica podemos inferir como es que la población tiene o no una dificultad para dejar de fumar en lugares públicos observando que un 94% de la población no tiene alguna dificultad para dejar de fumar en lugares públicos y un 6% quienes se les dificulta la abstinencia en lugares públicos.

f) El cigarrillo más difícil de dejar

	Población	Hombres	Mujeres
1ero de la mañana	1213599	771662	441937
Después de comer	2552894	1956276	596618
Bajo tensión	2660020	1807196	852824
Antes de dormir	1629382	1191863	437519
Algún otro	1402183	953793	448390
Todos	585201	386256	198945
No fuma diario	6262357	4247092	2015265
No especificado	65965	45489	20476
Total	16371601	11359627	5011974

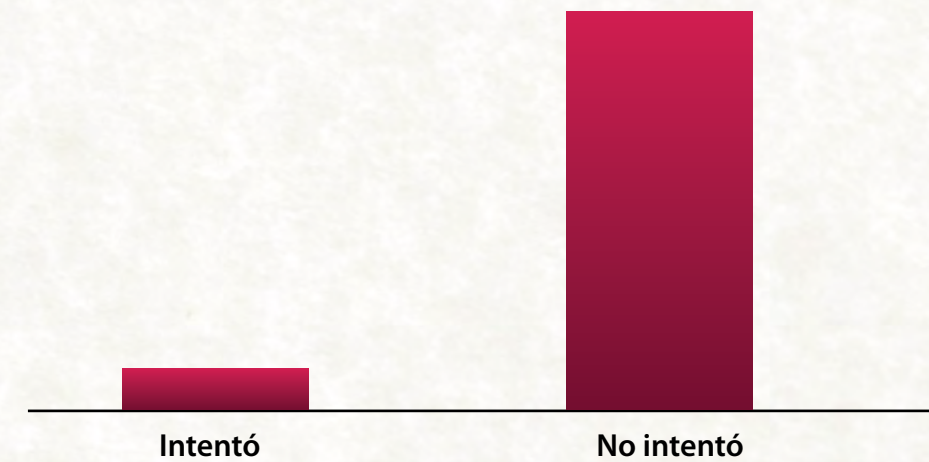


(Instituto Nacional de Estadística, 2002)

Con esta tabla podemos inferir como es que, es más difícil de dejar el cigarrillo, donde uno de los resultados más altos en hombres y mujeres fue el no fumar diario, mientras que las otras opciones como 1ero de la mañana, después de comer, bajo tensión y antes de dormir los hombres son más propensos que las mujeres en estos casos.

g) Intentó dejar de fumar

	Población	Hombres	Mujeres
Intentó	685135	4708704	2143231
No intentó	9519666	6650923	2868743
Total	16371601	11359627	5011974

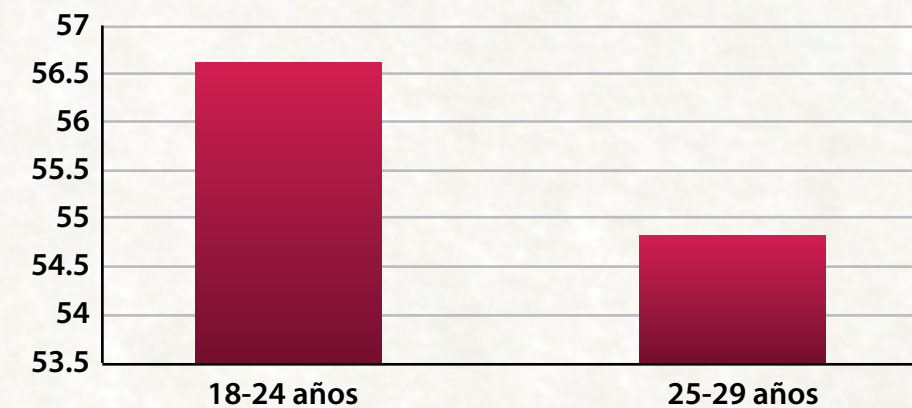


(Instituto Nacional de Estadística, 2002)

Con esta gráfica podemos observar que cantidad de la población es la que ha intentado dejar de fumar, la cual tiene un resultado que 685,135 personas han intentado dejar de fumar y un alto resultado de 9,519,666 que no han intentado dejar de fumar.

h) Consumo de tabaco según edad

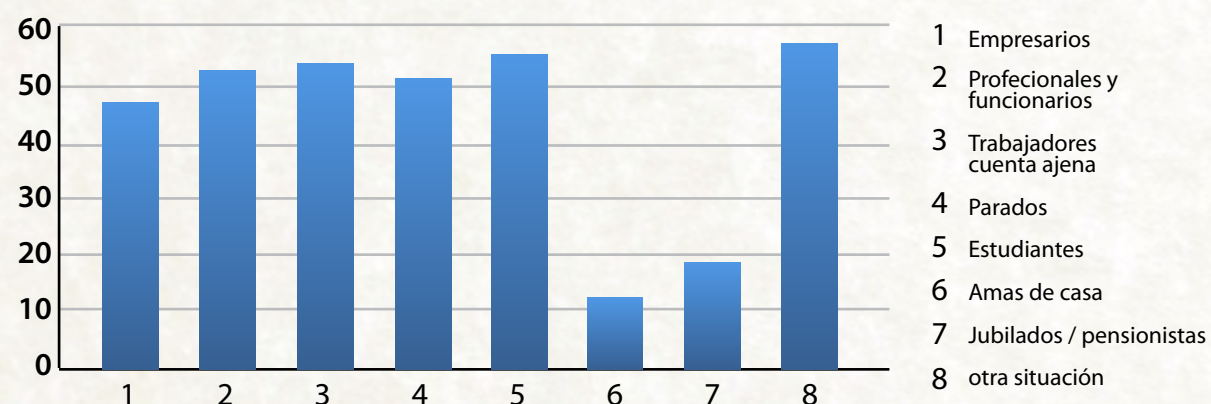
Edad	%
18-24 años	56.6
25-29 años	54.8



En esta gráfica, observamos que cada vez se empieza a fumar a una edad más temprana, y que a pesar de no ser mucha la diferencia de edades, ni una gran diferencia en consumo del tabaco, sigue habiendo esta atracción temprana hacia este vicio.

i) Consumo de tabaco según ocupación

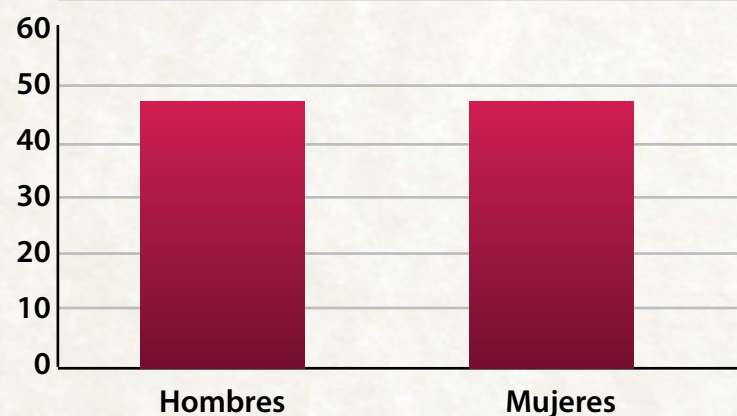
Ocupación	%
Empresarios	47.1
Profesionales y Funcionarios	53.3
Trabajadores cuenta ajena	53.9
Parados	51.6
Estudiantes	54.1
Amas de casa	17.9
Jubilados/pensionistas	21.6
Otra situación	53.4



Como vemos en esta gráfica, la ocupación de cada persona no influye en el consumo del tabaco, ya que son 5 ocupaciones las que tienen un 15% en consumo.

j) Consumo de tabaco según género.

Género	%
Hombres	48.4
Mujeres	31.8

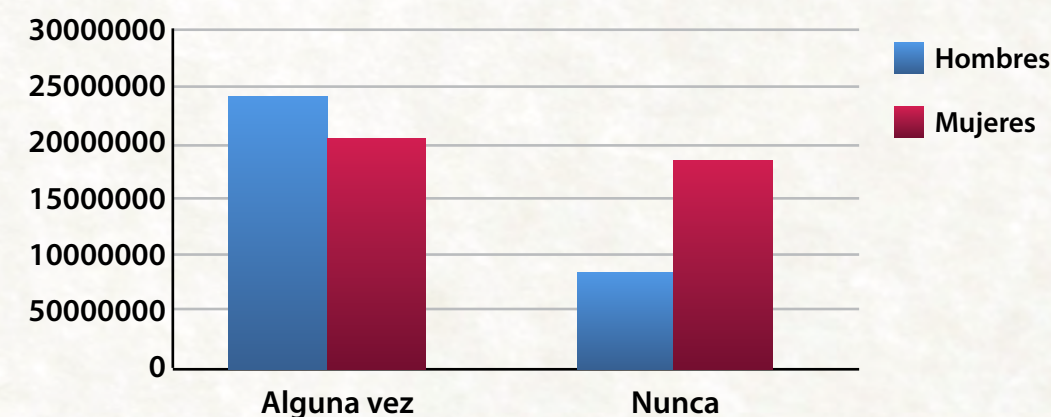


Esta tabla nos muestra las diferencias de género en cuanto a consumo de tabaco y cómo podemos observar no existe gran diferencia, hombres rebasan el 48% y mujeres 31%, ni hombres ni mujeres, llegan a representar el 50%.

3.2 Alcohol

a) Población de 12-65 que ha consumido alguna vez o nunca alcohol

	Población	Hombres	Mujeres
Alguna vez	45254439	24685159	20569280
Nunca	24512628	6708498	17804130
Total	69767067	31393657	38373410

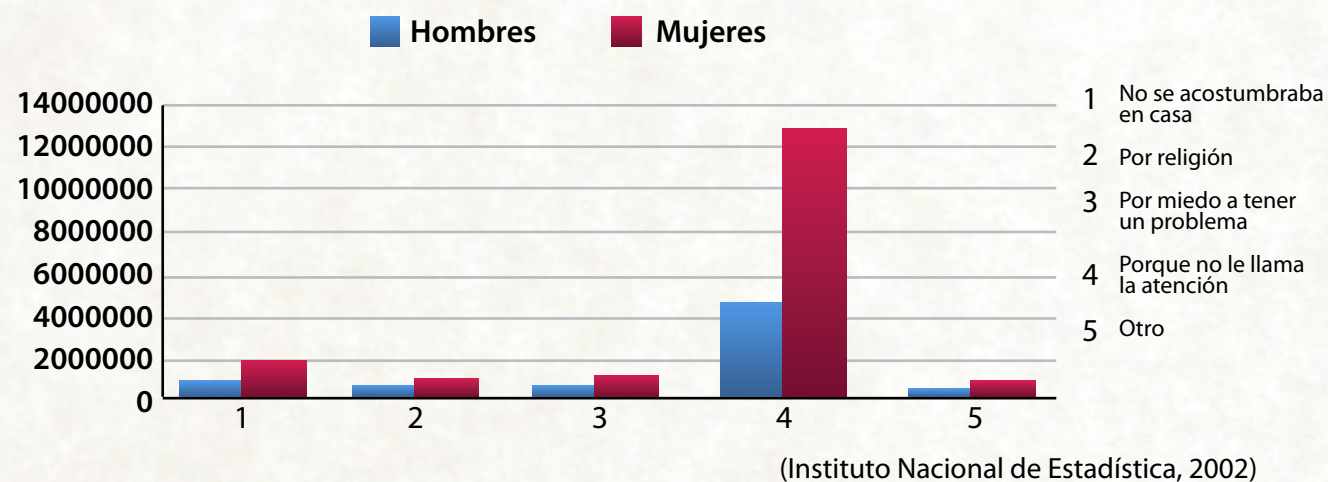


(Instituto Nacional de Estadística, 2002)

Con esta tabla se infiere a la población entre 12 y 65 años que han consumido alcohol, con un resultado de 24, 685,159 de los hombres en la población han consumido alcohol mientras que la población de las mujeres es de 20,569,280. Mientras que la población de mujeres que nunca han consumido alcohol es más alta con un resultado de 17,804,130 y de los hombres 6,708,498.

b) Razón por la que nunca consumió alcohol

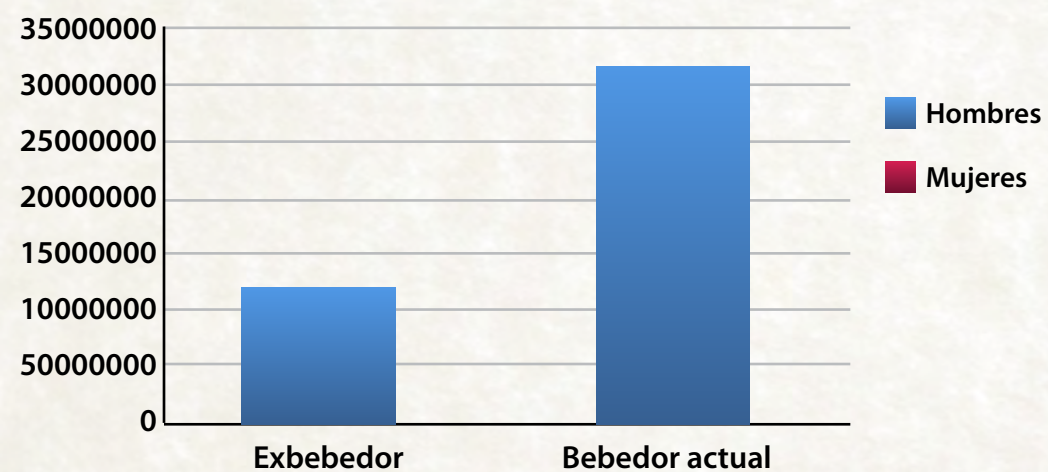
	Población	Hombres	Mujeres
No se acostumbraba en casa	2833360	634323	2199037
Por religión	1383733	437700	946073
Por miedo a tener un problema	1387367	509569	877798
Porque no le llama la atención	17637493	4704821	12932672
Otro	1270635	422085	848550
Total	24512682	6708498	17804130



Esta gráfica nos muestra cuales son las razones más altas por las cuales la población nunca consumió alcohol. Con un resultado muy alto en los hombres de porque no les llama la atención mientras que en el resultado de las mujeres la misma opción viene siendo la más alta, mientras que las opciones de no se acostumbra en casa, religión y por miedo a tener un problema los resultados son más bajos tanto en hombres como mujeres.

c) Población de 12-65 años que ha consumido alcohol por patrón de consumo:

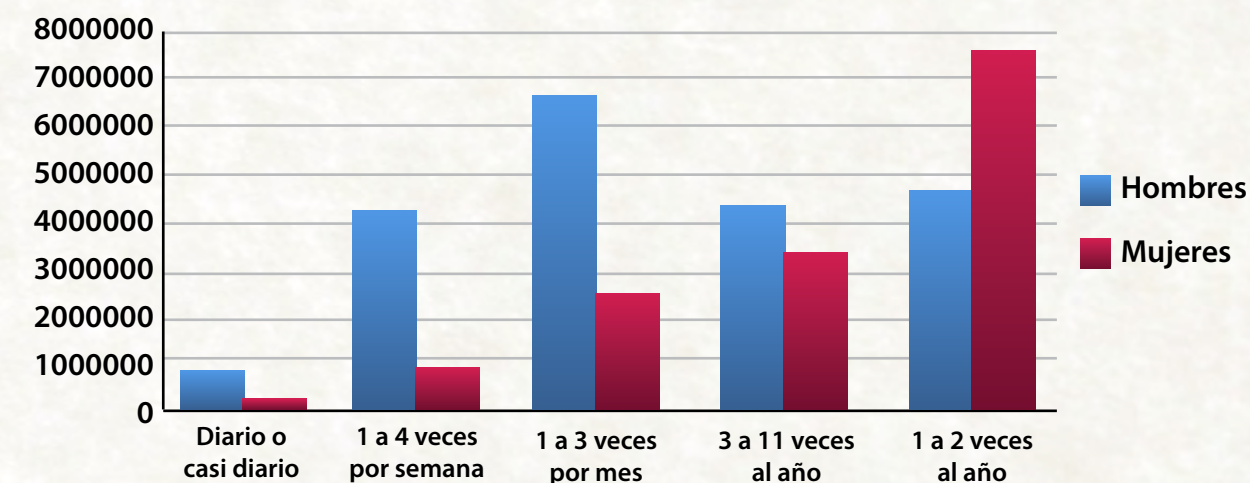
	Población	Hombres	Mujeres
Ex bebedor	12938679	5507246	7431433
Bebedor actual	32315760	19177913	13137847
Total	45254439	24685159	20569280



Esta gráfica infiere cual es el porcentaje de la población que ha consumido alcohol por patrón de consumo, con un resultado de un 29% siendo un ex bebedor mientras que un 71% por ser un bebedor actual.

d) Frecuencia de consumo

	Población	Hombres	Mujeres
Diario o casi diario	947099	774523	172576
1 a 4 veces por semana	4914166	4139868	774298
1 a 3 veces por mes	8380994	6123557	2257437
3 a 11 veces al año	6715576	3814532	2901044
1 a 2 veces al año	11357925	4325433	7032492
Total	32315760	19177913	13137847

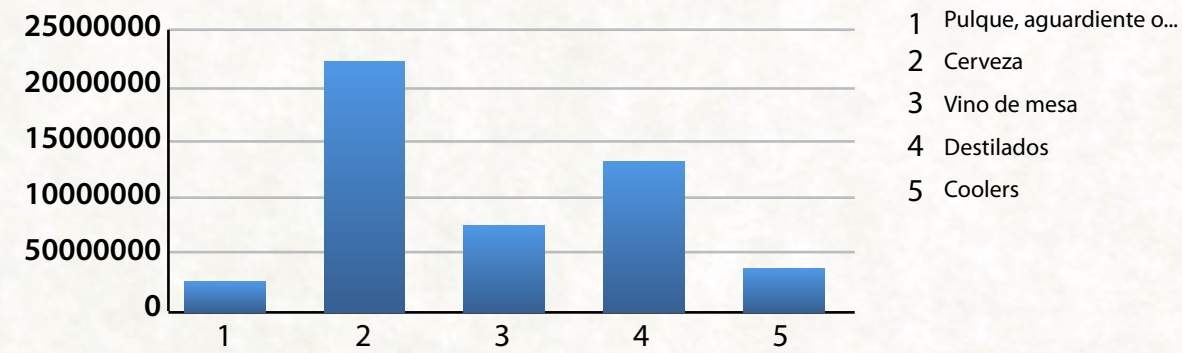


(Instituto Nacional de Estadística, 2002)

Esta tabla nos muestra cual es la frecuencia de consumo en hombre y mujeres obteniendo el resultado más alto en hombres de 1 a 3 veces por mes, mientras que el resultado en mujeres más alto fue de 1 a 2 veces al año. Mientras que el resultado más bajo en hombres y mujeres fue de casi a diario.

e) Consumo por tipo de bebida:

	Población	Hombres	Mujeres
Pulque, aguardiente o alcohol 96°	2456257	2048043	408214
Cerveza	22735729	15276487	7459242
Vino de mesa	7365433	3411611	3953822
Destilados	14743214	8539999	6203215
Coolers	3863053	2111962	1751091

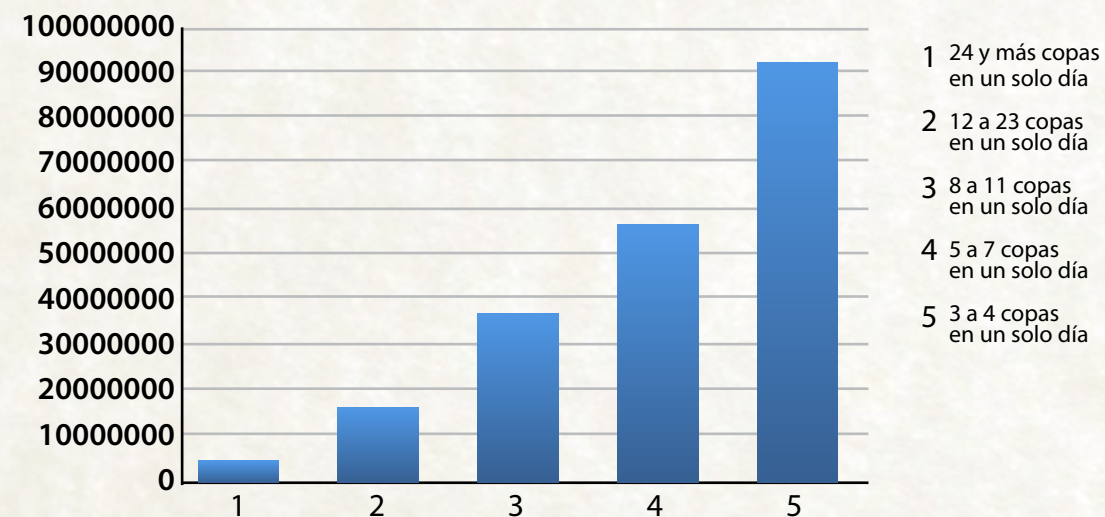


(Instituto Nacional de Estadística, 2002)

Esta gráfica infiere cual es el consumo por tipo de bebida obteniendo un resultado de un 5% de Pulque, aguardiente o alcohol 96°, mientras que con un 8% de coolers, un 14% en vino de mesa, un 29% en destilados y un 44% en cerveza.

e) Mayor número de copas:

	Población	Hombres	Mujeres
24 y más copas en un solo día	294898	281117	13781
12 a 23 copas en un solo día	1546515	1517884	28631
8 a 11 copas en un solo día	3770512	3304603	465909
5 a 7 copas en un solo día	5573720	4633837	939833
3 a 4 copas en un solo día	9092096	5224721	3867375
Total	32315760	19177913	13137847



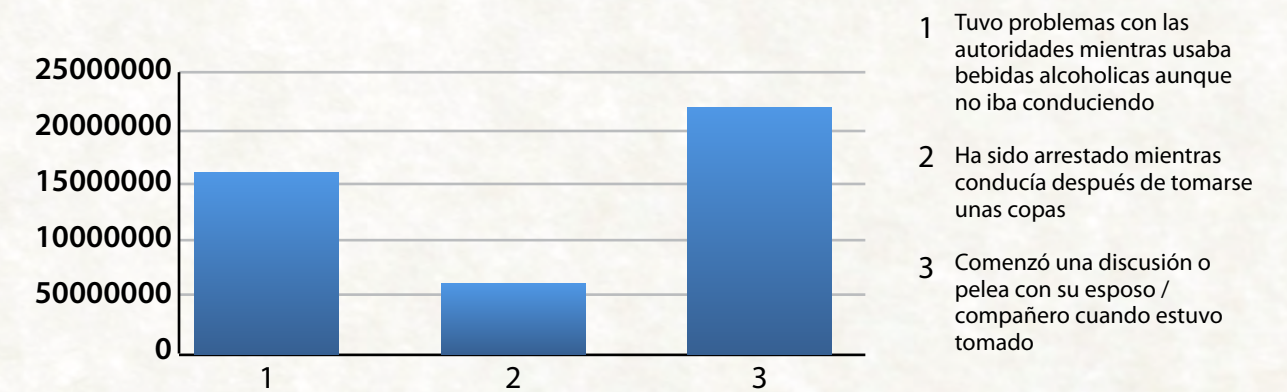
(Instituto Nacional de Estadística, 2002)

Esta gráfica nos muestra cual es el número mayor de copas por día el cual tiene un resultado de 24 y más copas en un solo día siendo el resultado más bajo con un 1%, mientras que con un 8%

está de 12 a 23 copas, con un 19% de 8 a 11 copas, de 5 a 7 copas con un porcentaje de 27% y con el más alto resultado de un 45% de 3 a 4 copas por día.

f) Experiencias causadas por el consumo:

	Población	Hombres	Mujeres
Tuvo problemas con las autoridades mientras usaba bebidas alcohólicas aunque no iba conduciendo	1512704	1448842	63862
Ha sido arrestado mientras conducía después de tomarse unas copas	562098	551544	10554
Comenzó una discusión o pelea con su esposo/compañero cuando estuvo tomado	2343719	2141429	202290

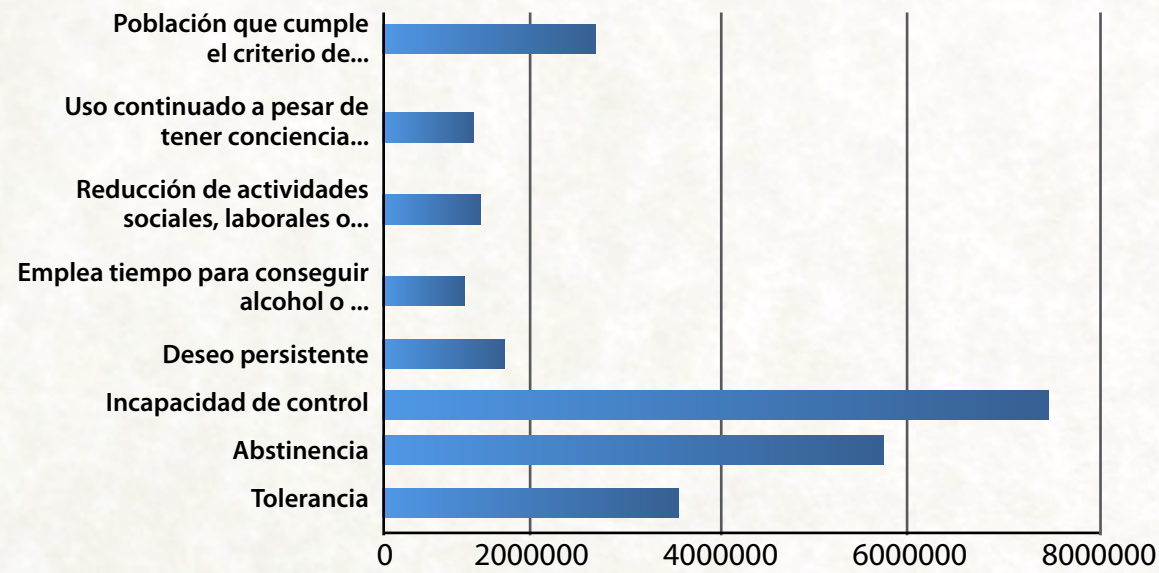


(Instituto Nacional de Estadística, 2002)

Esta gráfica nos puede mostrar el porcentaje de la población con un 13% que ha sido arrestado mientras conducía después de tomarse unas copas, mientras que con un 34% tenemos a la población que tuvo problemas con las autoridades mientras usaba bebidas alcohólicas, y con el resultado más alto de 53% la población que comenzó una discusión o pelea con su esposo/compañero cuando estuvo tomado.

g) Síntomas de dependencia

	Población	Hombres	Mujeres
Tolerancia	3404351	2793179	611172
Abstinencia	5661446	4665837	995609
Incapacidad de control	7395283	6214104	1181179
Deseo persistente	1645046	1477356	167690
Emplea tiempo para conseguir alcohol o recuperarse de sus efectos	951720	906925	44795
Reducción de actividades sociales, laborales o recreativas debido al consumo	1134180	1069146	65034
Uso continuado a pesar de tener conciencia de problemas psicológicos o físicos causados por el consumo	1113809	1018740	95069
Población que cumple el criterio de dependencia	2841303	2595300	246003

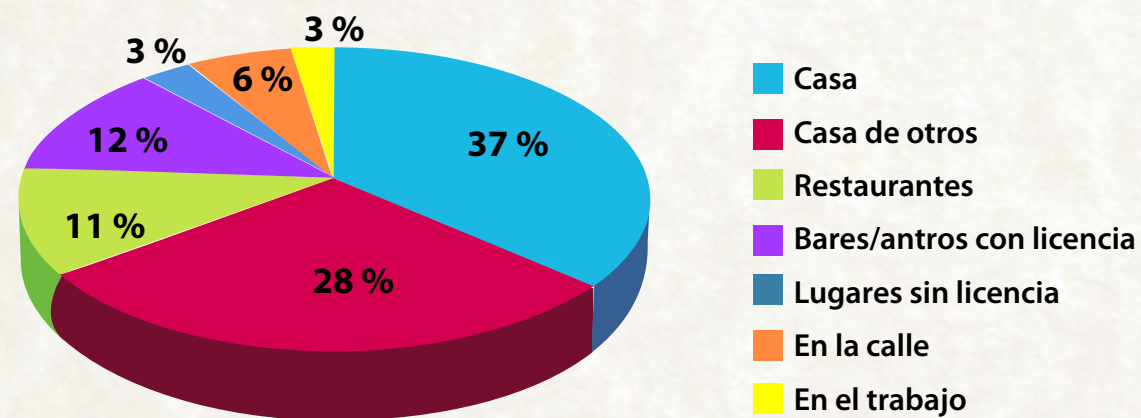


(Instituto Nacional de Estadística, 2002)

Con estos resultados podemos inferir, que la dependencia de estas sustancias, es mucho mayor por parte de la población masculina, que de la población femenina. Ya que mientras la cantidad de hombres rebasa los 2 millones, la cantidad de mujeres apenas se acerca a las 300,000.

h) Lugar de consumo:

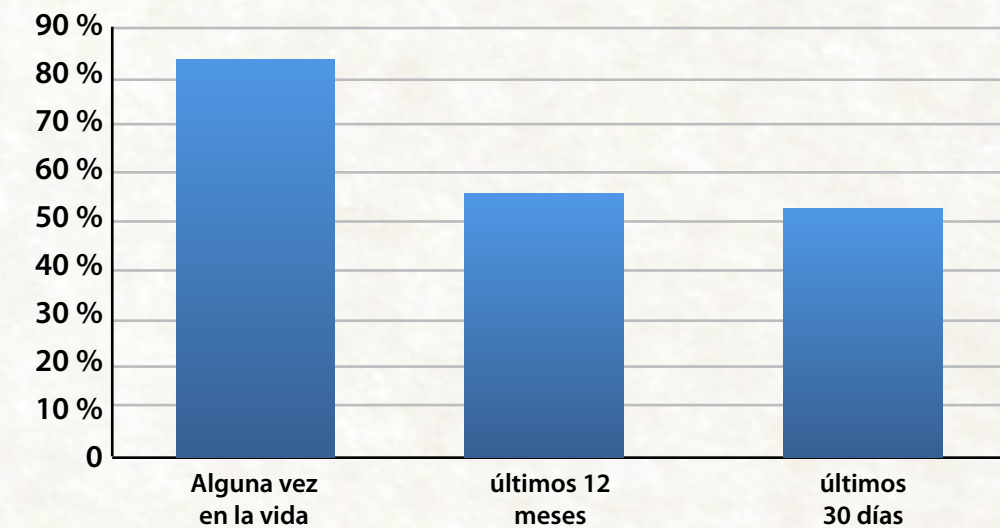
	Población	Hombres	Mujeres
Casa	24335281	14592965	9742316
Casa de otros	18784007	12008724	6775353
Restaurantes	7652294	4939422	2712872
Bares/antros con licencia	8082228	6097319	1984909
Lugares sin licencia	1973109	1763555	209554
En la calle	4222555	3933706	288849
En el trabajo	1670607	1470106	200501



Como podemos observar en esta gráfica, en la actualidad, los lugares de mayor riesgo, para consumir alcohol, son en la propia casa o la casa de los amigos. Esto es quizás por la situación actual que se vive en el país, en donde ya no es tan común ir a consumir en los bares. Si bien la cantidad de hombres que consumen, es casi el doble que la cantidad de mujeres, se puede observar que aun así la cifra de las mujeres que consumen es bastante alta.

i) Prevalencias generales en consumo de alcohol

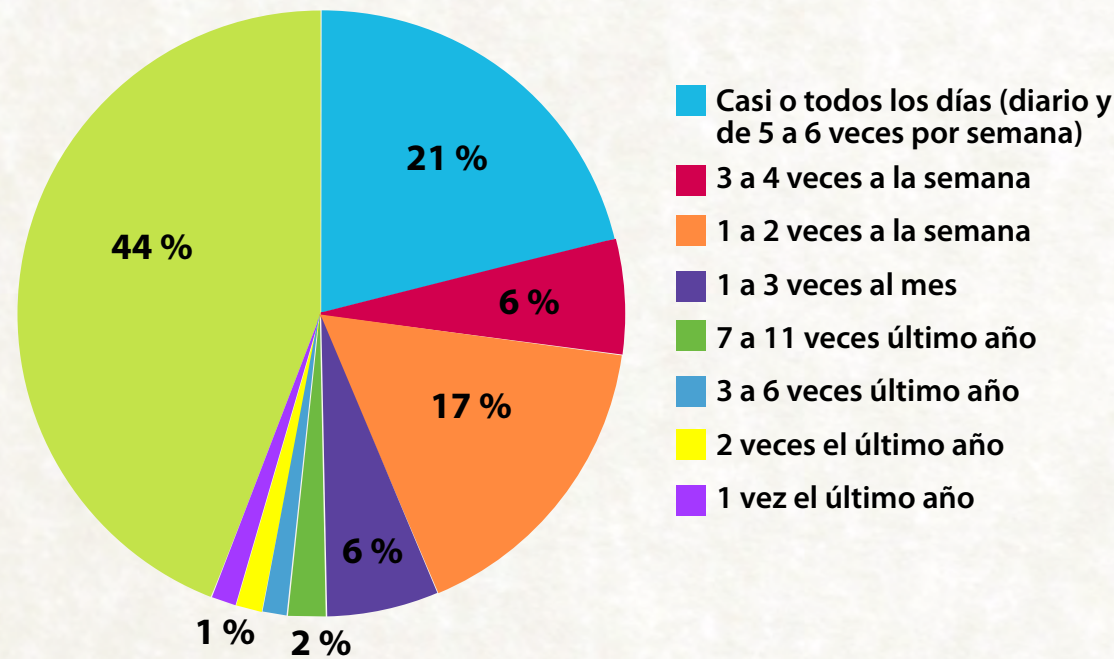
Indicador consumo	Población
Alguna vez en la vida	82.60%
Últimos 12 meses	55.00%
Últimos 30 días	51.20%



Esta gráfica nos muestra que el porcentaje de personas, que han probado alcohol al menos una vez en su vida, es bastante alto ya que está por arriba del 80%. Sin embargo, no todos los que lo prueban lo vuelven a consumir, ya que el porcentaje que se arroja de consumo en alcohol en los últimos 30 días, apenas rebasa el 50%, aún así es un porcentaje bastante alto de la población que consume alcohol.

j) Frecuencias de consumo de alcohol en los últimos 12 meses

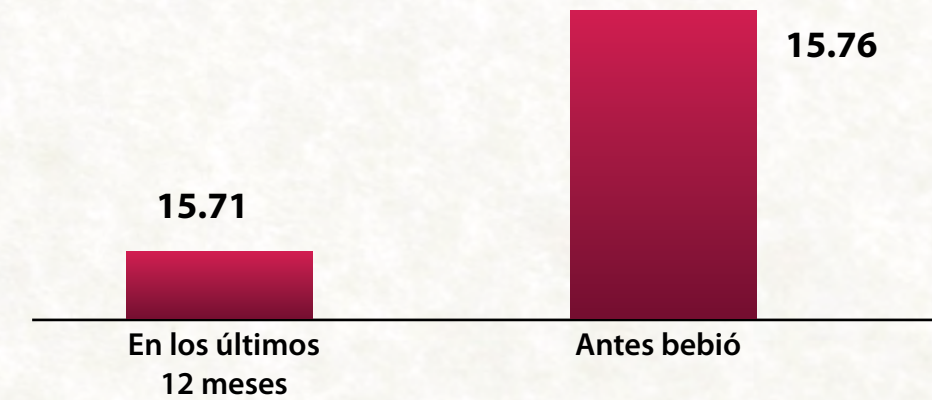
Frecuencias de consumo	General
Casi o todos los días (a diario y de 5 a 6 veces semana)	21.5
3 a 4 veces a la semana	6.2
1 a 2 veces a la semana	16.8
1 a 3 veces al mes	6.2
7 a 11 veces último año	2.1
3 a 6 veces último año	1.4
2 veces el último año	1.4
1 vez el último año	1.4
Nunca bebieron en el último año	45
Total	100



En esta gráfica, observamos como el porcentaje del NO consumo en el último año, es bastante alto, quizás pueda parecer un dato bastante extraño, pero el siguiente porcentaje alto es el de consumir alcohol todos los días (por lo menos 5 o 6 veces a la semana), que es un poco más del 21%.

k) Edades medias de inicio en el consumo de alcohol

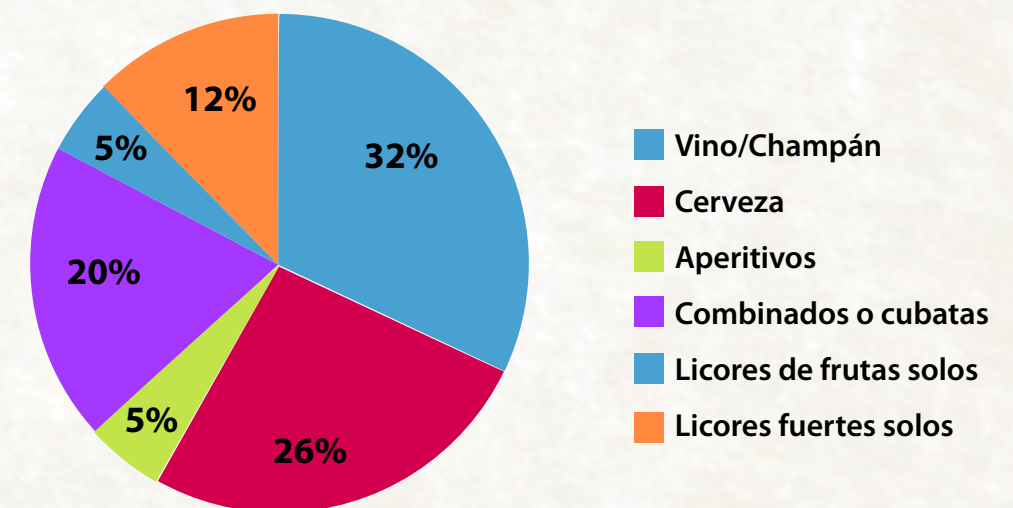
Edad	Últimos 12 meses	Antes bebió
18-24 años	15.71	15.75
25-29 años	16.44	17.08



Con esta gráfica, podemos inferir que la edad no es precisamente un factor en aumentar o disminuir el consumo de alcohol, ya que desde los 18 a los 29 años, no existen diferencias importantes en los porcentajes de adolescentes que ingieren alcohol.

l) Tipos de bebidas consumidas en el día que más se bebió en últimos 12 meses

Tipo de bebida	%
Vino/Champán	34.6
Cerveza	28.4
Aperitivos	5.4
Combinados o cubatas	21.2
Licores de frutas solos	5.2
Licores fuertes solos	13.6



Como se puede observar, los tipos de bebidas que más se consumen es cerveza o vino, que juntos suman el 58% de los resultados, mientras que aperitivos o licores de fruta, juntos alcanzan sólo un 10%.

m) Cantidad de alcohol ingerida en el día que más bebieron en los últimos 12 meses

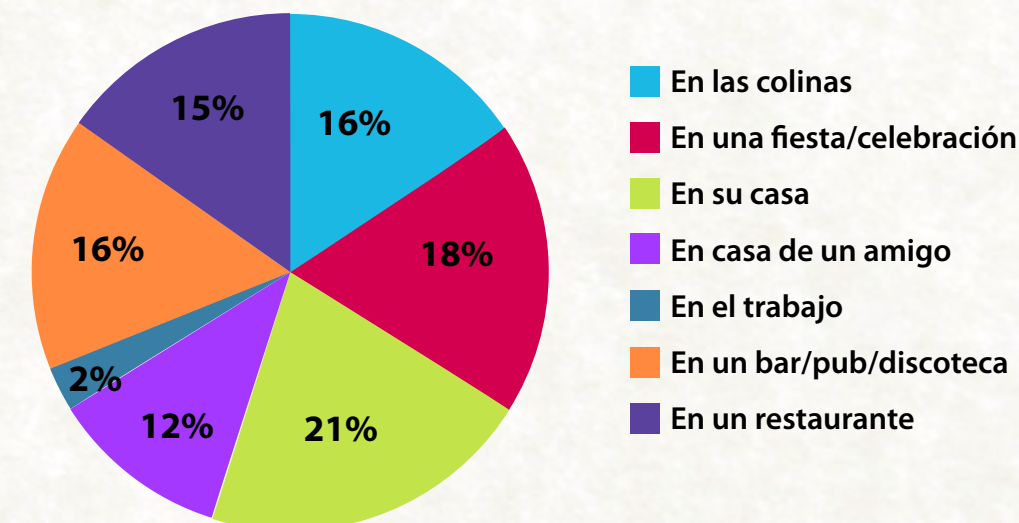
Género	Gramos
Hombres	100.7
Mujeres	54.9



Como nos muestra esta gráfica la cantidad de consumo que ingieren los hombres en comparación a las mujeres es casi el doble, ya que mientras la cantidad de consumo de ellas es de casi 55 gramos, la de ellos está por arriba de los 100 gramos.

n) Contextos y frecuencias de consumo de alcohol entre quienes han bebido en los últimos 12 meses

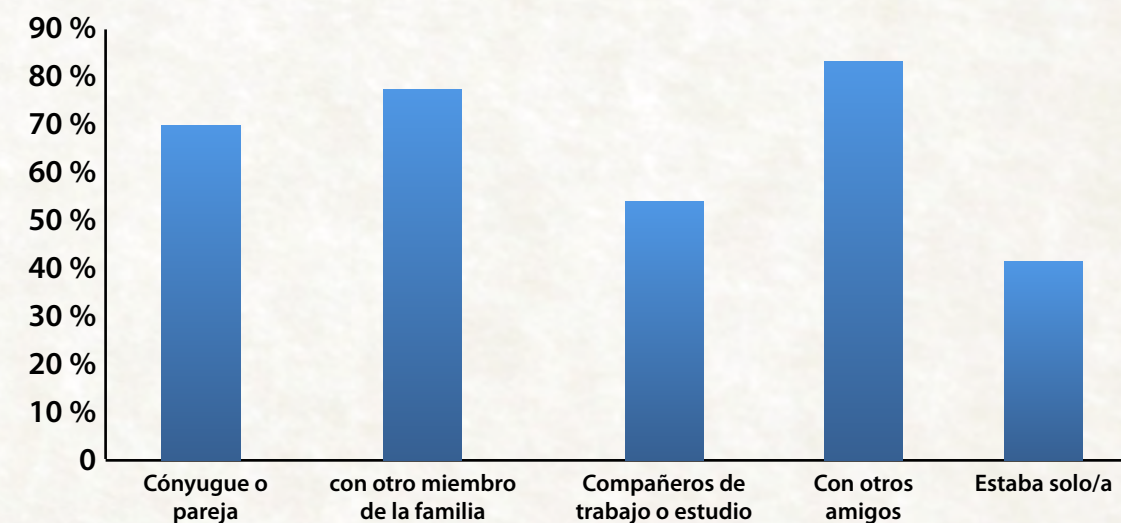
Contextos	Total consumieron
Comidas	73.8
Fiesta/ Celebración	84.1
Su casa	96.8
Casa de un amigo	53.8
Trabajo	11.3
Bar/pub/discoteca	75
Restaurante	70.7



En esta gráfica, podemos inferir que cualquier reunión, es motivo pretexto para ingerir alcohol, y nuevamente el porcentaje mayor de un lugar donde se consume alcohol, es en una casa seguido de una fiesta, comida, casa de un amigo etc.

o) Personas con quienes bebieron en los últimos 12 meses según la frecuencia de consumo de alcohol

Con quién consumieron	total consumieron
Cónyuge o pareja	70.4
Con otro miembro de la familia	76.1
Compañeros de trabajo o estudio	49.2
Con otros amigos	79.4
Estaba solo/a	36.4



En esta tabla podemos inferir, que es más fácil consumir alcohol cuando se está acompañado, que cuando se está sólo, y el 79.4% que es el mayor porcentaje indica que se ingiere más alcohol cuando se está en compañía de los amigos.

p) Efectos que produce la ingesta de alcohol y la frecuencia de los mismos

Efectos	Total
Le resulta más fácil la comunicación con los demás	31.1
Le resulta más fácil la comunicación con la pareja	15
Se siente más desinhibido en la actividad sexual	18.2
Su actividad sexual resulta más satisfactoria	12.7
Los demás sienten mayor atracción sexual por Ud.	10.8
Su conducta se vuelve más agresiva	7.3



Los resultados que esta tabla nos arroja, es que el más del 30% de las personas utilizan el alcohol para facilitar la relación con los demás, así podemos inferir que el alcohol de alguna manera es utilizado como un medio, que nos hace liberarnos o que nos hace sentir mejor.

Francisco Javier Flores García

Licenciado y Maestro en Comunicación por la IBERO Torreón y pasante de Maestría en Historia de la Sociedad Contemporánea en la misma Institución.

Cuenta con 15 años de experiencia docente a nivel superior y medio superior.

Actualmente es Técnico Académico del Centro de Comunicación Educativa de IBERO Torreón en el área radiofónica. Cuenta también con una experiencia de 20 años como locutor de Radio y TV.

Tallerista y capacitador en locución y Comunicación oral. Gestor en proyectos de Comunicación y presidente de Organismo No Gubernamental (ONG) como parte del compromiso social profesional.

francisco.flores@iberotorreon.edu.mx

Irma Trinidad García

Pachuca, Hidalgo. Profesora normalista. Alumna del diplomado en Humanidades en el Instituto Arocena.

irmatrinidadgarcia@hotmail.com

Alumnos de cuarto semestre de la materia Diseño de la investigación, licenciatura en psicología

Fátima Alejandra Acuña Berrueto, Sofía Alonso Aguirre, Alejandra Arce Portal, Milagros Castillo Rangel, Magdalena Díaz de León Galindo, Alejandra Fernández Bitar, et al.

Leonor Domínguez Valdés

Licenciatura en Antropología Social por la Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Premio al mejor estudiante de México 1980. Tesis de licenciatura publicada por el CIESAS: "Granjas y granjeros norteamericanos en Tennessee".

Maestría en Desarrollo Humano. Tesis El sentido del dolor—el sufrimiento y la desesperación en la neurosis de angustia. Mención honorífica—Reconocimiento al mejor promedio de la generación.

Maestría en Orientación y Terapéutica Familiar en Universidad Iberoamericana Torreón. Titulación integrada. Reconocimiento al mejor promedio de la generación.

leonor.dominguez@iberotorreon.edu.mx

Taller de Investigación Cuantitativa / alumnos de la licenciatura en Comunicación

Gustavo Valdés Castillo, Daniela Contreras Díaz, Ana Laura Quintero Cárdenas. María Virginia Zepeda Lozano, Jorge Carlos Badallo Rivas, et al.

Flores García, Francisco Javier. "La comida como elemento identitario al comparar dos videos publicitarios de aerolíneas comerciales, con 30 años de diferencia: comerciales con sazón". BuenaVal 13: 7-23

Trinidad García, Irma. "Una aproximación a los cambios en las ideas sobre el uso del agua y la limpieza, siglos XIII a XIX". BuenaVal 13: 25-38

Domínguez Valdés, Leonor. "El proceso de empobrecimiento de la clase media en México". BuenaVal 13: 39-57

Valdés Castillo, Gustavo; Contreras Díaz, Daniela; Quintero Cárdenas, Ana Laura; Zepeda Lozano, María Virginia; Badallo Rivas, Jorge Carlos; et al. "Hábitos de lectura en alumnos y maestros universitarios". BuenaVal 13: 58-123

Acuña Berrueto, Fátima Alejandra; Alonso Aguirre, Sofía; Arce Portal, Alejandra; Castillo Rangel, Milagros; Díaz de León Galindo, Magdalena; Fernández Bitar, Alejandra; et al. "Consumo de drogas legales en estudiantes de licenciatura en la Universidad Iberoamericana Torreón". BuenaVal 13: 124-146

