



Casa abierta al tiempo

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
IZTAPALAPA**

División de Ciencias Sociales y Humanidades

**La lectura en México. La industria del espectáculo, redes
sociales y nuevas tecnologías**

**Tesina para obtener el grado de Licenciado en Humanidades
(Literatura)**

Presenta:

Aarón Ávila Pérez

Asesor de Tesina:

Dr. Jesús Eduardo García

Lectora:

Mtra. Adriana M. Hernández Sandoval

México D.F., octubre de 2012

ÍNDICE

Introducción	4
Capítulo I El libro, de lo sacro a lo profano. El libro como entidad sagrada	6
Capítulo II Leer: placer o imposición. Influencia de los medios	11
Capítulo III La cultura mass-media. Televisión e internet “Lo que nos llega por los ojos, nos impacta más que lo que nos llega por los oídos”	30
Capítulo IV La red exige tu atención	44
Capítulo V Bienvenidos a la sociedad del espectáculo donde la imagen manda. “La cultura ahora es diversión y lo que no es divertido no es cultura”	65
Conclusiones	79
Bibliografía	85

De todos los instrumentos del hombre, el más asombroso es, sin duda, el libro. Los demás son extensiones de su cuerpo. El microscopio, el telescopio, son extensiones de su vista; el teléfono es extensión de la voz; luego tenemos el arado y la espada, extensiones del brazo. Pero el libro es otra cosa: el libro es una extensión de la memoria y la imaginación

Borges.

Introducción

En los últimos veinte años, el fomento a la lectura crece de forma exponencial en diversos países del mundo occidental, México no puede ser la excepción. Primer juicio: la industria requiere de un mayor número de consumidores de bienes culturales, en este caso de consumidores de libros. Programas oficiales, cursos, talleres, iniciativas, etc., todas estas acciones proclaman que leer forma mejores ciudadanos; en pocas palabras: leer es bueno. Ante este supuesto bienestar que genera la lectura en las diferentes personas que se acercan a ella yo me pregunto: ¿qué tanta razón hay en lo aseverado en los discursos oficiales, spots televisivos de radio e internet? ¿Sirve leer? Y si acaso sirve, de qué manera beneficia a una sociedad como la mexicana, sumergida en un mundo de caos, violencia económica, política y social. ¿Es fortuito que los grandes consorcios corporativos y los medios de comunicación masiva fomenten el hábito de la lectura, o simplemente es un negocio extremadamente redituable?

Es importante resaltar la crisis por la que atraviesa la civilización occidental, el neoliberalismo que mercantiliza la cultura, la sociedad del espectáculo que bombardea sin misericordia a miles de espectadores, radioescuchas e internautas son factores que influyen, en algunos casos predisponen, la manera como interactuamos con el material escrito.

México presenta una sintomatología particular, los diversos estudios, censos y estadísticas de instituciones públicas y privadas son contundentes: en México no se lee. En esta tesis pretendo demostrar lo contrario; claro que en nuestro país se lee, se lee mucho desde mi perspectiva (más adelante mostraré los diversos niveles de lectura que componen mi investigación), el gran problema es que no sabemos leer, la mayoría de los lectores mexicanos leen mal o tienen un campo muy restringido en cuanto a materiales de lectura.

Es innegable la influencia que ejercen los medios de comunicación, televisión, internet y radio, además de las redes sociales, en la forma en que los posibles lectores se relacionan con el material escrito. Su influencia es tan grande que marca la pauta en los hábitos de lectura de un amplio sector de la población. Para René Rebetez, quien realiza el prólogo de *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, de Marshall Mc Luhan, “la importancia de los medios es tal, que determina toda la comprensión de nuestra época: son extensiones de alguna facultad humana. Estudiarlos es, por lo tanto, estudiar al hombre”.¹ En el mismo tenor, Eduardo Subirats menciona:

Pantallas nos informan; pantallas nos ponen en contacto con el mundo; pantallas nos vigilan; pantallas formulan nuestros deseos y extienden nuestros sentidos; pantallas registran, reproducen, producen, crean; pantallas nos sitúan; pantallas trazan las señas de nuestra identidad subjetiva y nuestro inconsciente colectivo; pantallas dan cuenta de nuestra felicidad y nuestra desesperación...²

Así, mis principales objetivos son:

- 1.- Demostrar que en México se lee (¿qué tipo de lectura será la predominante?) a pesar de la crisis por la que pasa la industria editorial mexicana.
- 2.- Demostrar la influencia que tienen los medios de comunicación masiva (específicamente la televisión) y las redes sociales en los hábitos de lectura de la población mexicana.
- 3.- Analizar el panorama del libro impreso ante las nuevas tecnologías.
- 4.- Establecer una relación entre la “sociedad del espectáculo” y la lectura.

Antes de cumplir mis principales objetivos, esbozo un panorama general sobre el libro.

¹ Marshall Mc Luhan, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, trad. de Patrick Ducher, 5ª ed., Diana, México, 1975, p. 9.

² Eduardo Subirats, *Culturas virtuales*, Ediciones Coyoacán, México, 2001, p. 9.