



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN

• • •

Dos hábitos del mexicano: El hábito de la
lectura y el hábito de ver la televisión

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y
PERIODISMO**

P R E S E N T A:

JESÚS ANTONIO HERRERA SÁNCHEZ



DIRECTOR DE TESIS:

DOCTORA MARÍA DE JESÚS MENDIOLA ANDRADE

Ciudad. Nezahualcóyotl, Estado de México 2022



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice

Introducción	3
1. El hábito de la lectura en México	6
1.1 Beneficios y perjuicios del hábito de la lectura	7
1.2 ¿Qué y cuánto leen los mexicanos?	15
1.2.1 Lecturas que consumen los mexicanos	16
1.2.2 Preferencia en los gustos de lectura de los mexicanos	20
1.3 Razones por las cuales leen o no leen los mexicanos	24
2. La lectura del mexicano en el 2015	31
2.1 Los hábitos de lectura en la CDMX	32
2.2 Gustos por la lectura	37
2.3 Propuestas sobre el hábito de lectura	57
3. El hábito de ver la televisión en México	64
3.1 Beneficios y perjuicios del hábito de ver televisión	67
3.2 El consumo de la televisión en los mexicanos	80
3.2.1 Programación y cantidad de programas que ven los mexicanos en televisión	81
4. La televisión en la vida del mexicano en el 2015	89
4.1 Perfil de nuestros televidentes	89
4.2 Preguntas sobre gustos por la televisión	92
4.3 Propuestas sobre el hábito de ver televisión	109
Conclusiones	117
Fuentes de Consulta	125
Anexos	130

INTRODUCCIÓN

La cultura mexicana es una de las más fascinantes del mundo, y México tiene mucho que ofrecer, sin embargo es interesante saber que cambiando hábitos tan arraigados se puede fortalecer a una sociedad y beneficiarla enormemente o bien encaminarla hacia la decadencia.

Todo lo que hay al rededor es cultura y los hábitos marcan el entorno, nuestro desarrollo individual y como sociedad. El observar y mostrar estos dos hábitos, del consumo de la televisión y la falta de lectura, se tendrá una perspectiva distinta para mejorar dichos hábitos y así obtener resultados positivos para la sociedad mexicana.

En esta investigación se pretenden mostrar dos hábitos de la cultura mexicana: el de la lectura y el de ver televisión, para conocer qué relación tienen y cuáles son los beneficios y perjuicios de cada uno de ellos a nivel personal y social. Ya que en nuestro país, de acuerdo a las encuestas nacionales de lectura que se publican cada año, los mexicanos no leen, resultados que se expondrán a lo largo de la investigación. Se observó que el hábito de lectura está relacionado con el hábito de ver televisión, así como también su influencia del uno al otro y cómo podría ayudar a aumentar el conocimiento efectivo según las propuestas sugeridas.

El hábito de la lectura es un hábito que se practica muy poco en nuestro país de acuerdo a los resultado de las encuestas nacionales, o al menos se realiza de una forma poco correcta o no muy bien dirigida, la información que se obtiene es perjudicial ya que en ocasiones lo que se lee carece de confiabilidad en la mayoría de los casos para la sociedad en general debido al tipo de fuentes.

En el primer capítulo encontraremos que la lectura no es un hábito regular de los mexicanos o los que leen en su mayoría, lejos de beneficiar, afecta notablemente al desarrollo integral de cada uno de los lectores de este país. En la primera parte hallaremos los beneficios y los perjuicios del hábito de la lectura para cualquier persona según lo que se lea, así como las ventajas de una buena lectura que ayude o que aporte al desarrollo del individuo y las conveniencias que adquiere frente a alguien que no tiene el hábito, es decir, sobre la práctica común de leer.

Se podrá observar que el hábito de la lectura está relacionado con lo aprendido en la escuela, pero primordialmente con lo adquirido en la educación desde casa ya que el gusto por la lectura se aprende desde edades tempranas para poder desarrollar una mejor mentalidad crítica hacia lo que se lee, e incluso en lo vivido.

También se muestra, en este capítulo, cómo afecta directamente en la educación de nuestro país la lectura productiva desde la primaria hasta los últimos niveles de estudio en posgrado. Encontraremos cómo la misma sociedad ve el hábito y cómo lo vive ya que se generaliza como algo positivo pero no se practica de verdad.

Después veremos cuánto leen y qué leen los mexicanos, se encontró que lo hacen en un promedio de casi 3 libros al año según La Encuesta Nacional de Lectura realizada en el 2015 que incluso los profesionistas no leen, al menos tres de cada cuatro individuos no lo hacen sin importar su nivel socioeconómico ni su edad, simplemente la mayoría de los mexicanos no tiene el hábito de la lectura.

Para contrastar los datos obtenidos en la Encuesta Nacional de Lectura, en abril de 2015 realizamos una encuesta a 200 personas en la Ciudad de México, notaremos en el segundo capítulo, algo distinto, en apariencia, a lo reflejado en La Encuesta Nacional de Lectura, aunque la mayoría de los encuestados mencionó que sí lee, incluso en cuanto al tiempo y el tipo de lectura contestaron que de 30 minutos a 1 hora y en cuanto al tipo de lectura un 35% respondió que libros.

Sin embargo al preguntarles las razones por las cuales no lee, la mayoría dijo que ocupa otros medios para entretenerse o si llegan a leer, dejan las lecturas inconclusas, siendo las novelas lo más leído en cuanto a libros se refiere, al menos el 63% así lo indicó. En cuanto a las razones otorgadas en las encuestas por las cuales dejaba de lado la lectura mencionaron que era por falta de tiempo o de interés, esto fue un 65% de los encuestados los cuales comentaron que sí tenían el hábito.

Notaremos que en la práctica sí se lee, pero no lo debido en cantidad y calidad de la lectura, si es que contamos lo consumido desde redes sociales hasta alguna con información que puede ser poco provechoso para su desarrollo mental y conocimiento productivo tanto para su educación como para su beneficio personal, ya que es esporádica y fragmentada.

En el tercer capítulo se plasmó una serie de beneficios y perjuicios que trae el ver televisión. Se puede observar cómo es que el tipo de programación, la información otorgada y la calidad de la producción influyen mucho para que el televidente tenga beneficios de acuerdo con este hábito o bien que le perjudique de forma fuerte en el desarrollo de su persona y en el de la sociedad en general al ser un medio de comunicación masiva.

Se puede observar que a pesar del auge que ha tenido el internet en los últimos años, la televisión sigue siendo un medio predilecto para las familias mexicanas, si bien se ha diversificado la forma de ver televisión, pues ha encontrado nuevas plataformas para que se transmita, y la ha bajado la audiencia en televisión abierta, es decir que sí ha continuado el hábito como tal sólo que se ha diversificado la forma de ver televisión.

Además del año 2015 en el que se empezó la investigación al año 2018 en el que se concluye, han crecido tanto los diversos medios y plataformas antes mencionados que la televisión va en declive, aun así este hábito no ha sido sacado de la predilección de los mexicanos.

La audiencia exige más calidad al tener más conocimientos y se conforma con lo ofrecido cuando no se tiene esa gama de información ni una cultura crítica según lo que se encontró en esta investigación. Es decir, entre mayor es el conocimiento del televidente, más visión y exigencia tiene en cuanto a los contenidos televisivos se refiere.

Y en el último capítulo, el cuarto, se pueden observar los resultados de la encuesta realizada sobre la televisión en la vida del mexicano en el 2015, para conocer el hábito de ver la televisión. El tipo de plataforma que prefieren, el tiempo que dedican a este hábito y la clase de programación que más les gusta, la clase de programas que consideran de buena calidad según lo que les aporta y su opinión sobre la misma. Para esta investigación se realizó dicha encuesta a 200 personas de la Ciudad de México con un cuestionario diseñado con cuatro bloques que constaba de preguntas de identificación, la cantidad de televisión que se ve, el tipo de televisión que prefieren y las propuestas para mejorar la programación que otorgaron.

Se podrán observar algunas propuestas que se tienen, de acuerdo a lo indicado por los encuestados, para mejorar ambos hábitos, ya que se observará la relación que existe entre el hábito de la lectura y el hábito de ver la televisión, y examinaremos cómo se afectan o benefician entre ellos, y también cómo presentar una propuesta a la sociedad en la cual se puedan ayudar ambos, así como mejorar los hábitos, sacando el mejor provecho de cada uno para progresar como sociedad en general y cada persona en particular.

A pesar de que la gran mayoría considera el hábito de ver televisión como perjudicial, esa mayoría también consume mucha programación televisiva en cualquiera de sus plataformas, pues todos se basan por el tipo de programación que ofrecen las televisoras en general.

Sin embargo también destacan programas de calidad que ofrecen incluso las televisoras abiertas, programas como *Diálogos en confianza* o *El mundo de Beakman* y televisoras como canal 11 y *Discovery Channel* se encuentran dentro de las que ofrecen mejor programación según los resultados de la encuesta realizada.

Es así como se hallarán en esta investigación las prácticas en nuestro país de estos dos hábitos y sus beneficios y perjuicios así como los números que lo reflejan y las opiniones que tiene algunos miembros de la comunidad de la CDMX acerca de los mismos.

1. El hábito de la lectura en México

En este capítulo observaremos los aspectos por los cuales la lectura es benéfica y cómo ayuda al desarrollo del ser humano desde los aspectos básicos hasta los profesionales.

Examinaremos la importancia que tiene el tipo de lectura que se realice y en algunas ocasiones incluso hasta los motivos por los que se lee, pues según estos factores pueden afectar el hábito o dañar al lector de acuerdo a la información recabada.

En este apartado también encontraremos los datos que se percibieron en cuanto al hábito de la lectura en los mexicanos, la cantidad de libros que consumen, y cuánto leen desde hace algunos años (2013 al 2015), y en los últimos años, por medio de un estudio que se realizó en abril del 2015 en la Ciudad de México.

Conoceremos el tipo de lectura que consumen los mexicanos, los que tienen el hábito, pues es importante saber qué es lo que leemos como país para conocer las repercusiones que nos trae el tipo de lectura que adquirimos.

Así como lo que piensa y opina la sociedad según una muestra representativa de 200 personas, en la cual se preguntó cómo ven el hábito de la lectura y por qué piensan que es una actividad poco común entre los mexicanos según algunas notas referentes a la última Encuesta Nacional de Lectura de 2015.

Por último, se mostrarán las razones por la cuales los mexicanos no tenemos el hábito de la lectura como en otros países, cuestión que repercute directamente en nuestra cultura y en el desarrollo del país en varios aspectos y el crecimiento como sociedad que necesitamos para tener una mejor calidad de vida.

Encontraremos que no sólo es importante el hábito de la lectura en cuanto a cantidad sino también en cuanto a la calidad ya que la lectura que hace el mexicano y en específico el capitalino, puede afectar o beneficiar su desarrollo y formación, incluso puede perjudicar o favorecer el nivel de apreciación necesario para diferenciar una lectura de calidad de otra que no lo es, es decir, de una lectura que puede beneficiarlo o perjudicarlo de acuerdo a lo que veremos más adelante.

Por lo tanto, la lectura de este capítulo podrá dar una perspectiva de lo que se vive actualmente en nuestra sociedad y en lo grave del asunto referente al hábito de la lectura. También se verá que se puede revertir esta situación pues los mismos mexicanos están conscientes de la necesidad del hábito, el cual se puede y se debe mejorar.

1.1 Beneficios y perjuicios del hábito de la lectura

La lectura es una exploración, una reinención, un descubrimiento del contenido de ese silencio del autor que es anterior a la escritura.¹

La lectura, de acuerdo con la Real Academia de la lengua Española es, acción de leer. Interpretación del sentido de un texto. Disertación, exposición o discurso sobre un tema sorteado en oposiciones o previamente determinado.² Es decir, es un análisis profundo de la información que se tiene, que se observa, y por lo tanto es una labor que se puede hacer con regularidad, un acto que trae consigo consecuencias negativas o positivas como todas las prácticas de la sociedad.

Acciones que tienen consecuencias y proporcionan información para la formación humana, que dan una perspectiva y conocimiento del mundo que nos rodea, ideas manifestadas en algún material que puede llegar a varias personas a la vez a través de diferentes medios en donde se pueda plasmar. Pero que también puede transmitir desinformación y puede contribuir para la ignorancia de ciertos temas al alejar al lector de su información real.

El primer acto de civilización que el hombre realiza es cederle la palabra al otro, al tú, al receptor. El hombre civilizado deja hablar, cede la palabra. Cuando el hablante asume la función de emisor acepta la presencia de un receptor, entonces se inicia el proceso de la comunicación gracias al mensaje común que comparten. Así, se produce el mensaje y se inicia la función comunicativa.³

La lectura implica el reconocimiento de símbolos escritos o impresos, que sirve como estímulo para una formación de sentido, proveniente de experiencias pasadas, y la construcción de nuevos sentidos por medio de la manipulación de conceptos que ya posee el lector.

La lectura no deja de ser un instrumento para que se dé a conocer un mensaje, y este se transmite por un medio de comunicación, una acción que revolucionó la historia de la humanidad, aun en estos tiempos de forma personal, a cada individuo y a cada sociedad le sigue proveyendo de información que le ayuda a su desarrollo en muchos de los casos. Sin embargo, para esto se requiere de un proceso que solicita entendimiento, comprensión y análisis según la complejidad de la lectura.

¹ María Cristina Chiama de Jones, *¿Cómo leemos literatura en el aula? Estrategias para la promoción de la lectura*, Buenos Aires, Editorial Biblos, 2010, p. 51.

² Real Academia Española (2014). Lectura. <http://buscon.rae.es/drae/srv/search?id=JZsiiXDzwDXX2D6yrezG>, 7 de noviembre de 2014.

³ Margarita Palacios Sierra, *Leer para aprender*, México, Ed. Alhambra Mexicana, 1996, p. 33.

Saber leer supone una especie de interacción por la cual el sentido codificado por un autor en estímulos visuales, se transforma en sentido en la mente del lector, incluyendo siempre esa interacción las tres facetas siguientes: material legible, conocimiento por parte del lector, y actividades fisiológicas e intelectuales.⁴

Por lectura se entiende al proceso de aprehensión de determinadas clases de información contenidas en un soporte particular que son transmitidas por medio de ciertos códigos, como lo puede ser el lenguaje.⁵ Aunque la lectura emita un mensaje o una idea del autor, el receptor puede o no comprenderlo, y cada lector que lo comprenda podría o no entender lo mismo dependiendo de su contexto, de su conocimiento y hasta de su nivel académico, sin embargo esto no significa, necesariamente, que el mensaje emitido no llegue al receptor, si no que puede llegar con menos fuerza en su información y esto dañará sin duda a la totalidad de la idea que quiera dar el autor o el conocimiento que desee adquirir el receptor.

Pese a todo lo anterior se puede decir que la lectura es sólo un mensaje que puede ser positivo o negativo para el receptor a través de diferentes medios de comunicación pero que puede o no llegar de forma completa según la interpretación del receptor, la forma de transmitir el mensaje del emisor y la claridad del medio en donde se transmita.

Sin embargo, algunos autores como Ken Goodman que es profesor emérito de la Lectura, Lengua y Cultura, de la Universidad de Arizona, afirman que la lectura solo puede ser una acción positiva y que no se necesita del conocimiento previo para entender el mensaje, pues cada quien comprenderá lo que pueda, pues no todos perciben lo mismo, pero a todos les deja una formación constructiva. Es mejor conocido por el desarrollo de la teoría que subyace a la filosofía de la alfabetización de lenguaje integral.⁶

Y como lo menciona Goodman sobre la lectura, es un “proceso constructivo” ya que dos lectores jamás producirán el mismo significado para el mismo texto y ningún significado del lector concordará perfectamente con el significado del escritor.⁷

⁴ Santiago, Molina García, *Enseñanza y aprendizaje de la lectura*, Madrid, Ed. Ciencias de la Educación Preescolar y Especial, 1981, p. 76.

⁵ Definición.de (2008-2014). Concepto de lectura. <http://definicion.de/lectura/>. 12 de noviembre 2014.

⁶ Ken and yetta goodman's (2009). Kenneth S. Goodman, <http://www.u.arizona.edu/~kgoodman/ken.html>. 7 de noviembre de 2014.

⁷ Ken Goodman, *Sobre la lectura, una mirada de sentido común a la naturaleza del lenguaje y la ciencia de la lectura*, Barcelona, Ed. Maestros y Enseñanza Paidós, 2006, p 19.

La lectura consiste en crear expectativas de forma, de estructura y, por encima de cualquier otra cosa, de significado.⁸ Esto quiere decir que no importa si el lector cuenta con un extenso conocimiento previo o no, siempre obtendrá una información positiva de la lectura. Sin embargo esto es distinto al contenido ya que por más que el lector esté dispuesto a aprender, si lo incluido no le aporta nada, no obtendrá lo que busca a menos que le sirva de experiencia para futuras lecturas y formarse un criterio para elegir mejor lo que desea consumir.

Así que no solo se trata de leer o no leer, sino de obtener los beneficios de la lectura apropiadamente pues el hábito de la misma nos llevará a su vez a entender mejor lo que leeremos posteriormente, es decir, aumenta el conocimiento del mundo y permite una visión más amplia para recibir una idea cada vez más compleja que ayudará a desarrollarnos en cualquier ámbito por el simple hecho de conocer más.

La lectura es efectiva en cuanto el lector está en capacidad de dar sentido; es eficiente en cuanto esto se lleva a cabo con el menor tiempo, esfuerzo y energía posible. Para ser efectivo, un lector eficiente utiliza solo cierta cantidad de información del texto impreso.⁹ Es decir, no todas las lecturas dejan el mismo provecho e incluso las lecturas positivas ayudan a mejorar el mismo hábito.

Con respecto a los conocimientos generales acerca del mundo, éstos se encuentran organizados en la memoria de largo plazo. El lector activa esta información almacenada en su mente para evocar situaciones, objetos o temas de actividades humanas habituales en su cultura o en otras comunidades; el sujeto las ha conocido a través de su experiencia real o por medio de lecturas, a través de los medios de comunicación, o por las enseñanzas de los maestros, etcétera.¹⁰

Por otro lado, según uno de los significados de la RAE con respecto al hábito, es un modo especial de proceder o conducirse, adquirido por repetición de actos iguales o semejantes, u originado por tendencias instintivas.¹¹ Y si estamos hablando de un hábito, entonces debemos concluir, en pocas palabras, que es una acción que se realiza con regularidad. En los siguientes sub capítulos podremos observar no sólo el nivel de lectura en cuanto a su cantidad sino también en cuanto al nivel de comprensión según lo que se lea y la calidad de lo que se lee, en especial cuando la lectura es parte de la formación académica.

⁸ Goodman, *op. cit.*, p. 78.

⁹ Goodman, *op. cit.*, p. 153.

¹⁰ Chiama de Jones. *op. cit.*, p. 21.

¹¹ Real Academia Española (2014). Hábito.
<http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=43UajAQVNDXX2pQPW0qc>, 7 de noviembre de 2014.

El hábito influye en todos los ámbitos del ser humano pues se trata de conocimiento y formación humana, sin embargo uno de los espacios en los que más se refleja es la educación, ámbito que es de vital importancia para todo ser humano. Propiciar que la lectura se constituya en herramienta que permita al educando acceder por sí mismo al conocimiento requiere que ésta sea realizada en las diversas asignaturas del plan de estudios.¹²

Hay que propiciar ese hábito para que desemboque en una práctica que forme parte de su vida de manera natural, y que haga que un libro llegue ser su compañero y su amigo en cualquier momento de su vida.

La consecuencia que va a tener en los niños ese hábito lector es tan grande, que se puede decir que si se desarrolla esa habilidad en ellos, no se podrá comparar con ninguna otra que la escuela o su familia le pueda transmitir.¹³

La lectura sirve como factor de formación ya que está directamente relacionada con la educación en todas sus formas, desde la más básica hasta la preparación constante que tienen los más letrados especialistas de cualquier profesión. Es ahí en donde radica la importancia de la lectura, ya que puede servir únicamente para entretener o incluso marcar la preparación profesional y humana, pero la ausencia de ella puede eliminar del contexto intelectual a muchas características necesarias para entender y conocer lo relacionado con el mundo que nos rodea.

Por lo tanto cuando hablamos de la lectura se supone que quien la practica sabe descifrar el texto, es decir, sabe leer, pero realmente qué es saber leer, únicamente se refiere a traducir las palabras escritas en significados o en realidad es una cuestión más profunda, que requiere una habilidad desarrollada con la práctica, un análisis y un proceso de aprendizaje y entendimiento. De ser así entonces podemos decir que realmente se debe aprender a leer para comprender lo que se lea y no sólo repetir el mensaje escrito sin entenderlo.

Para la investigadora Helia María Robles saber leer es:

- a) Una compleja actividad mental. Un esforzarse por tener conciencia de lo que se lee.
- b) Un proceso mediante el cual se adquieren ciertas habilidades que nos permiten reconocer signos impresos.
- c) La lectura es una actividad instrumental. No se lee por leer, sino que se lee por algo y para algo.
- d) Es el proceso de relacionar las experiencias con los signos impresos. Leer es verdaderamente dialogar.

¹² Ferdinando, Ramos Maldonado, *Pedagogía de la lectura en el aula: guía para maestros*, México, Editorial Trillas, 2000, p. 68.

¹³ María, Domínguez, *¡La lectura sí que es un regalo!: (reflexiones, sugerencias y actividades para que nuestras niñas y niños descubran el placer de leer): dirigido a padres, madres, profesorado en general y futuros docentes*, Alcalá La Real, Jaén, Ed. Formación Alcalá, 2009, p. 23.

- e) Es una actividad que envuelve el reconocimiento visual de los signos, la asociación de éstos con las palabras, la relación de las palabras con las ideas y sentimientos que éstas contienen.
- f) Es la asociación de las ideas y sentimientos que poseen las palabras, con nuestros propios pensamientos, con lo ya tenido en nuestro espíritu, lo que hace que la lectura tenga verdadera significación.
- g) Es un acto que involucra, más o menos simultáneamente, los siguientes estados sucesivos: sensación, percepción, comprensión y utilización.¹⁴

Si se toma en cuenta que la lectura es un proceso más complejo que el simple hecho de repetir lo impreso, entonces se recibirán los beneficios que ella otorgue. Por ello, tanto los aspectos benéficos como los que no lo son, representan una secuela individual y como sociedad, es por eso que ahí se enmarca la importancia del hábito en sí. Existe una lista sobre los beneficios de la lectura, entre los que destacan:

Aumenta la agilidad mental

Leer aumenta la capacidad de concentración, promueve la empatía, favorece las conexiones neuronales y, si es un hábito frecuente, es un ejercicio útil para evitar la pérdida de las funciones cognitivas asociadas a la edad.¹⁵

Favorece las relaciones sociales

Según los expertos, la lectura también puede generar temas de conversación, lo que facilita la interacción y las relaciones sociales.

Reduce el nivel de estrés

Fomentar la lectura también tiene otras ventajas para nuestra salud, como la reducción del nivel de estrés.

Activa el sistema visual

Aprender a leer activa el sistema visual en las regiones especializadas en la forma escrita de las letras y también en las regiones visuales primarias, es decir, aquéllas donde llega toda la información visual.

Podría predecir el éxito profesional

Según un estudio de la Universidad de Oxford,¹⁶ la lectura por placer predice el éxito profesional. Los lectores habituales en la adolescencia tienen más

¹⁴ Robles, Helia María, *Lengua y habla en la escuela actual*, Madrid, Ed. Paraninfo, 1974, pp. 54 y 55.

¹⁵ AC Paolo. (2012). Medciencia. <https://omicronno.espanol.com/2013/04/5-beneficios-de-la-lectura/>. 7 de noviembre de 2014.

¹⁶ Francisco, Aspillaga Muñoz, Universidad de Oxford: ¿Leer determina el éxito profesional? <https://amautabook.blogspot.com/2017/02/universidad-de-oxford-leer-determina-el.html>. 7 de noviembre de 2014.

posibilidades de éxito profesional cuando son adultos. Durante más de dos décadas, los investigadores analizaron los hábitos y actividades de casi 20,000 jóvenes para conocer qué actividades predecían el éxito profesional a los 30. Sólo la lectura (y no otras actividades, como ir al cine o hacer deporte) logró tener un impacto significativo en el éxito profesional. También podemos rescatar beneficios como los siguientes:

- *Aumenta el vocabulario*
- *Otorga patrones de sueño saludables*
- *Disminuye el riesgo de padecer Alzheimer*
- *Aumenta la concentración*
- *Mejora la memoria*¹⁷

¿Por qué es tan saludable? “La lectura es el único instrumento que tiene el cerebro para progresar –considera Emili Teixidor (escritor español)–, nos da el alimento que hace vivir al cerebro”. Ejercitar la mente mediante la lectura favorece la concentración. A pesar de que, tras su aprendizaje, la lectura parece un proceso que ocurre de forma innata en nuestra mente, leer es una actividad antinatural.

Según Vaughan Bell, polifacético psicólogo e investigador del King’s College de Londres,¹⁸ “la capacidad de concentrarse en una sola tarea sin interrupciones representa una anomalía en la historia de nuestro desarrollo psicológico”. Los beneficios de la lectura no son únicamente personales. “Leer no sólo afecta a la cultura social, sino también a la economía y al comercio de un pueblo”, sostiene Emili Teixidor. Para el escritor, la lectura ayuda a exportar cultura fuera de nuestro país”.

La Sociedad Española de Neurología (SEN) publicó recientemente un estudio sobre los beneficios de la lectura. El coordinador del estudio, Guillermo García Rivas, explicó que “la lectura es una de las actividades más beneficiosas para la salud, pues se ha demostrado que estimula la actividad cerebral y fortalece las conexiones neuronales.”¹⁹

La lectura nos permite acceder a la cultura, que no es otra cosa que la experiencia de la humanidad, sin la cual caeríamos en un primitismo zafio. Pero, además, es la gran herramienta para mejorar nuestra relación con el lenguaje. Y este es un asunto de gran envergadura, porque nuestra inteligencia es lingüística. Pensamos con palabras, nos entendemos con palabras, hacemos

¹⁷ Ramírez Lorena. (2014). Actitudfem. <http://www.actitudfem.com/guia/articulo/10-beneficios-de-leer-un-libro>, 7 de noviembre de 2014.

¹⁸ Saiz Yaiza . (2014). La Vanguardia.com. <http://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20120613/54312096470/los-beneficios-de-la-lectura.html>, 7 de noviembre de 2014.

¹⁹ Eleconomista america. (2014). Los beneficios de la lectura para nuestro cerebro y salud mental. <http://www.eleconomistaamerica.pe/sociedad-eAm-peru/noticias/5912279/07/14/Los-beneficios-de-la-lectura-para-nuestro-cerebro-y-salud-mental.html#.Kku8sGbLSfNm9s2.12> de noviembre de 2014.

proyectos con palabras. No sólo hablamos con los demás sino que continuamente hablamos con nosotros mismos.²⁰

Hasta aquí se pueden observar los beneficios del hábito de la lectura, sin embargo también se deben mencionar los aspectos opuestos del mismo, ya que al observarlos se podrán saber los motivos por los cuales no es una costumbre para todos y hasta se podrán examinar las deficiencias de los métodos para fomentarlo, o incluso hasta ver las razones por las cuales es abandonado por muchas personas según el estudio que se realizó y que veremos en el siguiente capítulo.

La lectura tiene importantes desventajas, especialmente si se toma solo como pasatiempo, debido a la velocidad con la que se desarrolla la tecnología, por las distintas distracciones y medios que sustituyen a la lectura como entretenimiento. Esta observación, se presenta en las personas que no son formadas con este hábito desde que aprenden a leer, pero también se nota en aquellas que no se les presenta la lectura como una actividad atractiva sino como una obligación escolar para adquirir información, es decir, se arraiga tanto en las personas que ignoran el hábito de la lectura como aquellas que lo rechazan. Por lo tanto las características negativas de la lectura son las siguientes:

Leer es aburrido

Muchas personas tienden a leer porque lo necesitan para el trabajo o estudio y, por lo tanto, no asocian esta actividad con la relajación y el disfrute. Este sentimiento generalmente comienza en el nivel secundario, cuando los clásicos difíciles de la literatura como Shakespeare son obligatorios. En el pasado, leer era una de entre algunas formas de pasar el tiempo, pero eso fue antes del advenimiento de la tecnología que comenzó con la radio, luego la televisión y ahora las computadoras, el Internet, las consolas de juego y los celulares.²¹

Leer es una pérdida de tiempo

Con la disponibilidad de los libros de audio y la adaptación de muchos libros en series de televisión y películas, mucha gente prefiere no pasar días y horas de más para sentarse y leer un libro. Para muchas personas que controlan el tiempo para leer durante su rutina diaria muy ocupada, generalmente es un medio para ayudarse a pasar el tiempo mientras se desplazan, comen o incluso se sientan en el inodoro.

²⁰ Domínguez, María, *¡La lectura sí que es un regalo!: (reflexiones, sugerencias y actividades para que nuestras niñas y niños descubran el placer de leer): dirigido a padres, madres, profesorado en general y futuros docentes*, Alcalá La Real, Jaén, Ed. Formación Alcalá, 2009, p. 12.

²¹ London John.(2014). How en español, Traducido por Aldana Avale, Cultura y Ciencia, Ventajas y Desventajas de la lectura. http://www.ehowenespanol.com/ventajas-desventajas-lectura-info_103064/, 7 de noviembre de 2014.

Ante las ventajas o beneficios y desventajas y prejuicios, se encontró que la mayoría de ellas se refieren al hábito en sí, es decir, que lo benéfico o no, no viene directamente de la lectura sino del hábito de leer. Por consecuencia, la lectura como tal, también posee bienes y afectaciones para los lectores, de acuerdo con su contenido.

La lectura no deja de ser un medio para comunicarse, y si hablamos de su contenido, también estamos hablando de lo que el autor quiere emitir y cómo quiere hacerlo, es por eso que las consecuencias positivas o negativas de la información otorgada es de suma importancia para tomarla en cuenta ya que afectan directamente a la formación del lector y al hábito es sí. Cuando hablamos, estamos dando información sobre nosotros mismos y nos dirigimos al interlocutor para convencerlo, para lograr que haga lo que pretendemos.²²

Por todo lo anterior, se puede observar que según la perspectiva del mismo lector, se tienen aspectos positivos y negativos del hábito de la lectura. Pero eso es con respecto al lector, por lo tanto si también se analiza a la lectura en sí, es decir, a los textos en los medios, de igual forma se podrán encontrar los mismos aspectos según la calidad de la lectura.

Por ejemplo, si la información es atractiva y su contenido es positivo, es decir, lo que transmite ayuda al crecimiento personal del receptor y además, se presenta de una forma agradable, los beneficios serán extraordinarios, ya que el lector deseará adquirir lo conocimientos que la lectura le presenta y estos a su vez lo formarán para su uso en la vida cotidiana y profesional, y si por el contrario, la información es negativa y no está otorgada de forma adecuada, las consecuencias para el no lector son sumamente perjudiciales ya que no tendrá los mismos conocimientos que un lector asiduo que eligió adquirirla, y eso le generará una desventaja en la vida cotidiana y especialmente en la profesional, afectando sus hábitos y su crecimiento, así como su desarrollo personal y social.

Entonces los aspectos tanto positivos como negativos se refieren al lector y a la lectura, y los beneficios o prejuicios dependen de ambos ,es por eso que la importancia del hábito de la lectura no recae únicamente en el lector, sin embargo sin importar lo que exista en cuanto a lectura se refiere, el lector sí tiene la posibilidad de elegir y de seleccionar con ese criterio lo que le dejará para su desarrollo personal y profesional. Pero si el hábito de la lectura es de igual importancia para la sociedad misma, también se debe tomar en cuenta que la exigencia sería igual de rigurosa con lo que se publica, responsabilidad que recae en las autoridades, en los medios y en los lectores mismos.

Por lo anterior, la lectura es una de las actividades que pueden contribuir –con más intensidad– a desarrollar las diferentes facetas de nuestra personalidad, y hacernos personas más felices, y por supuesto, más libres si la misma es

²² Palacios Sierra. *op. cit.*, p. 33.

eficaz y otorga el conocimiento necesario, para los lectores, con claridad y calidad.

Por otro lado, consolidar el hábito lector y lograr una correcta lectura comprensiva, son factores fundamentales en el éxito escolar. Si no se consigue un hábito lector satisfactorio durante los años de escuela, los niños tienen mucho más difícil superar con éxito los objetivos previstos en cada etapa escolar.²³ Y a su vez la sociedad en general tendría un deterioro en su desarrollo.

Como conclusión podemos decir que la influencia de los libros es enorme si tomamos en cuenta que sirven para la preparación profesional y para el desarrollo personal. Esto sin tomar en cuenta los beneficios mentales y de salud, que aumenta el vocabulario y que se aprenden cosas nuevas, se pueden encontrar más puntos de vista y se pueden tener más perspectivas de la misma vida.

Es importante que el lector obtenga este hábito como una de las actividades que puede ir desarrollando de forma correcta ya que si adquiere el mismo de forma incorrecta, aunque la lectura sea un excelente medio y tenga un buen contenido, el lector no recibirá los beneficios que la lectura le puede proporcionar. O si la lectura es decadente también puede sufrir daños en su desarrollo.

1.2 ¿Qué leen y cuánto leen los mexicanos?

Es preocupante que en nuestro país se lea poco, pues los medios de comunicación han difundido los resultados de las encuestas nacionales e internacionales y aunque en el apartado anterior pudimos observar que la lectura trae muchos aspectos positivos a nuestra vida, en nuestro país no se tiene este hábito. Para saber cuánto se lee en México se tomaron varios documentos en cuenta, fueron diferentes estudios realizados por diversas instituciones, plasmados en artículos de medios impresos y cibernéticos que hablaron al respecto y que se presentarán a continuación.

En cuanto a este apartado podremos observar qué leen los mexicanos, pues es importante saber en general y como sociedad lo que consumen en lo referente a la lectura, ya que si bien la lectura afecta directamente al lector obviamente repercute directamente en la sociedad.

Otro aspecto que se muestra es la cantidad de lectura que se realiza en nuestro país, más específicamente en la Ciudad de México, ya que es una de las ciudades con mayor nivel educativo y, por lo tanto, con más personas que cuentan con el hábito de la lectura.

²³ Domínguez, María, *¡La lectura sí que es un regalo*, Ed. Formación Alcalá, 2009, p. 12.

1.2.1 Lecturas que consumen los mexicanos

Uno de los datos que se tomó en cuenta en la Encuesta Nacional de Lectura de 2012 que abarca hasta el 2015 y otra del 2015 que abarca hasta el 2018 (siendo ésta la última que han realizado tomando en cuenta el presente año 2018 esto porque se realizan cada 3 años) fue la edad de los encuestados, que va desde los niños hasta los adultos de edad avanzada. Otro fue el nivel académico de cada una de las personas a las que se entrevistaron. También se tomó en cuenta la economía de los encuestados, pues no siempre se puede comprar un libro por el costo que representa. Además mencionaremos algunas comparaciones con los países que más leen y lo que se leía hace algunos años, así como los tipos de textos que se leen.

En la Reunión Nacional de Cultura se anunció que se aplicaría en 2015 la Encuesta Nacional de Lectura, afirmó Angélica Vázquez del Mercado, directora adjunta de Fomento a la Lectura y el Libro del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA).

Presente en el acto de cierre del curso de capacitación del programa Bibliotecas Comunitarias, la funcionaria señaló que a partir de ese ejercicio “con toda seguridad sabremos, desde 2006, cuando se hizo la última encuesta de lectura por parte del gobierno federal, y de 2012 por parte de la iniciativa privada, lo que ha pasado con ese 2.9 de libros leídos por año por persona”.²⁴

De acuerdo con a la Encuesta Nacional de Lectura (ENL) del 2015, el promedio de libros que se leen al año es de 1.2 libros al año²⁵, es decir, el promedio de lectura disminuyó a más del doble, cuestión preocupante que se analizará más adelante.

Por sectores de edad, el grupo de entre 12 y 17 años sigue leyendo igual o más en comparación con el resto de los grupos de edad. Sin embargo, se observó una caída en la frecuencia de lectura a partir de los 18 años, edad a la que la mayoría de los jóvenes terminan sus estudios y es cuando leen menos, incrementándose la disminución de lectura notablemente con el aumento de la edad. La encuesta se levantó del 25 al 28 de agosto del 2012 con un margen de error del 19%.²⁶ Cifra idéntica en la encuesta realizada en el 2015 siendo el mismo rango de edad.²⁷

²⁴ Ulises Fonseca Madrigal, (2014), En puerta, Encuesta Nacional de Lectura de Conaculta; resultados, en 2015: Vázquez, <http://www.lajornadamichoacan.com.mx/2014/09/07/en-puerta-encuesta-nacional-de-lectura-de-conaculta-resultados-en-2015-vazquez/>, 12 de noviembre de 2014.

²⁵ CONACULTA, Dirección general de publicaciones. (2015), Encuesta Nacional de Lectura, https://observatorio.librosmexico.mx/files/encuesta_nacional_2015.pdf. 24 febrero de 2018.

²⁶ Aristegui Noticias. (2012), 4 de cada 10 personas leen en México revela la encuesta nacional, <http://aristeguinoticias.com/2711/kiosko/4-de-cada-10-personas-leen-en-mexico-revela-encuesta-nacional/>, 12 de noviembre de 2014.

²⁷ *Ibidem*.

Las personas que más leen son los jóvenes. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Lectura el 70% de los jóvenes de entre 18 a 22 años declaran leer libros; las personas de 23 a 55 años declaran en un 53% que leen libros; mientras que entre los mayores de 41 años la lectura se reporta en únicamente el 41% de quienes se encuentran en ese grupo de edad.²⁸ Cifras parecidas en la actual encuesta del 2015 en algunos, pero en otros bajó considerablemente ya que el promedio oscila entre 31 y los 45 años entre los que más leen.²⁹

La lectura es esencial para la educación. En nuestro país y en todo el mundo, los libros van de la mano con la enseñanza, es por eso que por lógica entre más estudios se tengan más aumenta en nivel de lectura, es decir, se lee más y se toman en cuenta lecturas más complejas y/o especializadas.

Sin embargo, esto no siempre se refleja en México, ya que aunque el nivel de escolaridad sea mayor no siempre el hábito de la lectura está presente, al menos eso es lo que se puede observar en la última Encuesta Nacional de Lectura realizada en nuestro país.

Entre quienes no tienen ninguna escolaridad sólo el 20% declara leer libros; el porcentaje es de 43.8% entre quienes concluyeron estudios de primaria; el 55.7% de quienes declaran haber terminado la secundaria sostiene que lee libros; el 60% de quienes terminaron el bachillerato declara también que sí lee libros, mientras que entre las y los universitarios, el porcentaje de lectura de libros es de únicamente 76.6%; es decir, somos un país en el que incluso entre quienes cuentan con estudios superiores, hay uno de cada cuatro que no lee libros.³⁰ Cifras que se repiten en porcentajes muy parecidos siendo los Universitarios los que más leen.³¹

Otro aspecto importante a considerar es la economía de los mexicanos, ya que al ser un país en vías de desarrollo o subdesarrollado, es importante considerar que muchos mexicanos no consideran a los libros como artículos que puedan consumir de forma constante ya que no son prioridad pues siempre se deberán anteponer los artículos de primera necesidad, es más, incluso prefieren algunos otros artículos de “lujo” como un teléfono celular o televisión de paga.

Aún así, para el resto de la población que sí tiene la posibilidad de comprar un libro cada determinado tiempo, en algunos de ellos sigue sin ser prioridad, y esto se debe de tomar en cuenta ya que hay personas que adquieren artículos innecesarios, los cuales, en ocasiones no les ayudarán a mejorar su calidad de vida ni les servirán para su desarrollo personal y social, esto sobre todo para la parte de la sociedad de nivel socioeconómico alto.

²⁸ Mario Luis Fuentes. (2012). Un país que lee poco. <http://mexicosocial.org/index.php/mexico-social-en-excelsior/item/64-un-pa%C3%ADs-que-lee-poco.html>. 12 de noviembre de 2014.

²⁹ CONACULTA, Dirección general de publicaciones. (2015), Encuesta Nacional de Lectura, https://observatorio.librosmexico.mx/files/encuesta_nacional_2015.pdf. 24 febrero de 2018.

³⁰ *Ibidem*.

³¹ *Ibidem*.

En el grupo de población que tiene un nivel socioeconómico bajo, el porcentaje es de 48.9%; para los grupos de nivel socioeconómico medio-bajo, el porcentaje declarado de lectura de libros es de 57.1%. Quienes fueron identificados como de nivel socioeconómico Medio, el porcentaje de lectores es de 79.2%; mientras que para los niveles Medio-Alto y Alto el porcentaje declarado de lectura es de 75.9%. Como puede verse, en México quienes más leen son incluso las clases medias, por arriba de la población de más altos ingresos, datos de la ENL.³²

También es el caso para las cifras reflejadas en la Encuesta Nacional de Lectura del año 2015 ya que las personas que más leen son las que perciben mayores ingresos y al igual que en la encuesta del 2012 los pobladores que menos leen son los que tienen menos recursos económicos.³³

También es importante saber que según la zona territorial es el nivel de lectura, como también indica la lógica entre más grandes son las ciudades mayor es el hábito de la lectura. Esto se debe a dos factores, el primero es porque hay más posibilidades de adquirir un libro y la segunda es porque hay más escolaridad por los tipos de empleos que se tienen. Por el contrario, en nuestro país tampoco se sigue esta lógica tan de cerca, ya que la diferencia entre las ciudades más pequeñas y las más grandes no es significativa y las que tienen una medida entre la mayor y la menos es significativamente más baja, de hecho es la menor de todas.

Así, los mayores niveles de lectura se encuentran en las ciudades más grandes, pues en las localidades de menos de 2,500 habitantes el porcentaje de lectores llega a únicamente el 52% de la población. Como dato interesante, la ENL reporta que en las localidades que tienen entre 2,500 y 15 mil habitantes, el porcentaje de lectores es sólo de uno de cada tres personas, es decir, sólo el 36.3% declara leer constantemente libros.

En las poblaciones que tienen entre 15 mil y 500 mil habitantes las diferencias no son significativas pues los porcentajes de lectores oscilan entre el 52.7% y el 56% de sus habitantes. En esa lógica, la diferencia mayor se encuentra entre ese tipo de poblaciones y las que tienen 500 mil habitantes o más, en las cuales los niveles de lectura reportados llegan al 65.3% de la población.³⁴

En cuanto a la encuesta realizada en el 2015 de nuevo nos encontramos con similitudes en las regiones porque las ciudades más grandes como son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey las que más lectores tienen, siendo esta última la ciudad que más porcentaje de personas alberga quedando la Ciudad de México en segundo sitio y Guadalajara en tercero.³⁵

³² *Ibídem.*

³³ *Ibídem.*

³⁴ *Ibídem.*

³⁵ CONACULTA, Dirección general de publicaciones. (2015), Encuesta Nacional de Lectura, https://observatorio.librosmexico.mx/files/encuesta_nacional_2015.pdf. 24 febrero de 2018.

El hábito de la lectura en México no avanza, pues mientras en el 2006, los mexicanos leían en promedio 2.6 libros al año, la cifra llegó a 2.94, señala la Encuesta Nacional de Lectura (ENL).³⁶ Hay 8.8 millones de mexicanos que han realizado estudios superiores o de posgrado, pero que el dieciocho por ciento de ellos (1.6 millones) *nunca ha puesto pie en una librería*. “La mitad de los universitarios (cuatro millones) prácticamente no compra libros.” “En 53 años el número de librerías por millón de habitantes se ha reducido de 45 a 18” en la culta capital.³⁷

Otro aspecto que se tomó en cuenta es el número de librerías ya que si hay una parte de la sociedad que no puede adquirir un libro comprándolo bien puede leerlo en alguna biblioteca pública sin necesidad de adquirirlo, y si no hay alguna cercana para esta parte de la población entonces se complica el hábito de la lectura debido a este factor.

Basta señalar que según los datos del INEGI, hay únicamente 7,378 bibliotecas públicas en el país, es decir, apenas una por cada 15,226 habitantes. Si cada una de estas bibliotecas tuviese en promedio, por citar sólo un número, 5 mil ejemplares, tendríamos un promedio de 0.3 libros por habitante; en países como España la proporción es de 20 libros por persona (46.77 millones de habitantes en el 2014); en Finlandia es de 25 (5.451 millones de habitantes en el 2014) y en Noruega de 28 (5.108 millones de habitantes en el 2014).

Las 10 entidades con menos bibliotecas públicas por habitante son: baja California con una biblioteca por cada 34,671 habitantes; Tamaulipas con una por cada 29,986; Guanajuato con una por cada 29,496 personas; Querétaro con una por cada 29,014; Quintana Roo con una por cada 26,511; Jalisco con una por cada 26,159; el Estado de México con una por cada 22,752; San Luis Potosí con una por cada 21,911; el la Ciudad de México con una por cada 21,693 y Chihuahua con una por cada 20,520.³⁸

En el estudio “Hábitos de Lectura”, elaborado por la OCDE y la UNESCO, México se posicionó en el puesto 107 de 108 países, con aproximadamente dos libros anuales por persona.

1.- La India ocupa el primer lugar con una población de 1,220,800,359 mil millones de habitantes encabeza la lista al tener un público lector que dedica 10.7 horas a la semana.

³⁶ Aristegui Noticias, con información de Notimex.(2014). Mexicanos leen 2.94 libros al año: Encuesta Nacional de Lectura. <http://aristeguinoicias.com/3004/kiosko/mexicanos-leen-2-94-libros-al-ano-encuesta-nacional-de-lectura/>. 14 de noviembre de 2014.

³⁷ Guillermo Sheridan. (2007). La lectura en México. <http://www.letraslibres.com/revista/columnas/la-lectura-en-mexico1>. 14 de noviembre de 2014.

³⁸ Mario Luis Fuentes. (2012). Un país que lee poco. <http://mexicosocial.org/index.php/mexico-social-en-excelsior/item/64-un-pa%C3%ADs-que-lee-poco.html>. 14 de noviembre de 2014.

2.- Tailandia posee una población de 67,448,120 millones de habitantes de los cuales leen 9.4 horas a la semana y ocupa el segundo lugar.

3.- China tiene el tercero pues su población total se conforma por 1,349,585,838 mil millones de habitantes que dedican 8 horas a la lectura semanalmente. En conjunto, todos sus habitantes leen 10,796,686,704 horas a la semana.

24.- México ocupa la posición 24 en el ranking. Cuenta con una población total de 116,220,947 millones de habitantes que leen 5.5 horas semanalmente.

Su población entre los 15 y los 54 años equivalen un 58% dividido en 35,099,763 millones de mujeres y 33,214,718 millones de hombres.³⁹

Todos estos factores representan una gama más amplia de problemáticas por las cuales no se lee o por las que se puede leer en México. A su vez proporcionan una perspectiva más fija para poder saber cuánto se lee en México.

1.2.2 Preferencia en los gustos de lectura de los mexicanos

En México, ha sido muy popular la noticia acerca de que no se lee o se lee con poca frecuencia. Y no es del todo cierto, aunque en México se consuman pocos libros no se lee en poca cantidad como pensamos ya que se adquiere otro tipo de lectura. Una que perjudica, una que se consume a través de otros medios como las redes sociales, las revistas de la farándula o de “el libro vaquero” que, en su mayoría, no son las adecuadas para un desarrollo personal, por ofrecer información innecesaria o falsa, que tal vez sirva de entretenimiento pero que carecen del conocimiento para la formación del criterio, incluso para poder elegir un pasatiempo constructivo.

Mensualmente se venden alrededor de seis millones de ejemplares de historietas de entretenimiento o revistas populares, lo cual indica que los mexicanos sí son lectores, pero no de la literatura deseable en algunos casos, por su contenido falso o carente de impacto social, uno que les proporcione conocimiento benéfico para su vida personal. En 1960, el 41.1 por ciento de la población mexicana era analfabeta. En el 2005 el analfabetismo disminuyó al 8.4 por ciento, lo cual refleja el progreso en los niveles de formación de la población mexicana. Sin embargo, a pesar del desarrollo educativo de los mexicanos, sólo alrededor del 14 por ciento acostumbra leer textos que no son de entretenimiento.⁴⁰

³⁹ Nayeli Meza. Forbes México. (con aporte de agencia NOP World) (2013). El Top 20 de los países que más leen. <http://www.forbes.com.mx/el-top-20-de-los-paises-que-mas-leen/>. 15 de noviembre de 2014.

⁴⁰ Wendy Aceves. Universidad de Guadalajara. (2008). Mexicanos sí leen, pero literatura de entretenimiento. <http://www.udg.mx/es/noticia/mexicanos-si-leen-pero-literatura-de-entretenimiento>. 15 de noviembre de 2014.

No todos los mexicanos consumen el mismo tipo de contenidos, si bien las encuestas nos marcan que muchos de los habitantes de nuestro país no leen, los que sí lo hacen en forma de hábito tienden a poseer diferentes gustos, lecturas en su mayoría poco constructivas o para algunos autores, hasta intrascendentes. Ya que transmiten conocimiento erróneo o poco preciso, transmiten ideas sin fundamento que podrían confundir al lector según su nivel de conocimiento.

Existen muchos factores por los cuales las personas no leen lo conveniente para mejorar su intelecto, depende mucho del medio en donde se desarrollen, el nivel socioeconómico que tengan y de su escolaridad. Los medios de comunicación electrónicos y la publicidad también son un factor importante para elegir lo que se leerá, tienen mucha influencia en la sociedad mexicana cómo se verá en el siguiente capítulo de esta investigación, el cual se refiere específicamente al hábito de ver televisión.

Depende de diversos factores como el nivel socioeconómico que tenga el ciudadano, la escolaridad y el medio en el que se desarrolle, es decir, lo que hace, dónde lo hace, qué ve, escucha, entre otros.

Hay ensayos, investigaciones, notas periodísticas y reportajes sobre la lectura en México, donde algunos de los autores, como Ángel Vargas, hacen referencia a dos tipos de lecturas, las de "calidad" y las "chatarra". Las primeras son aquellas lecturas de autores consagrados y las segundas, son los contenidos, por ejemplo, de revistas, destacando los temas eróticos y pornográficos y, claro, el famoso libro vaquero.⁴¹

Además de lo anterior, la siguiente gama de lectura está ligada a la educación, es decir es por obligación. En las escuelas se deben utilizar los libros de forma habitual, y para algunos mexicanos desde el nivel básico hasta el nivel superior es la única lectura que consume. Y desafortunadamente no se acercan a la lectura porque no tuvieron el hábito desde niños y en edades posteriores se dificulta esta cercanía por diversas cuestiones externas o propias de cada uno.

En uno de cada dos hogares mexicanos solamente tienen de uno a diez libros que no son textos escolares, según reveló la Encuesta Nacional de Lectura 2012, elaborada por la Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura A.C (FunLectura).

"Los resultados no son alentadores. En México se lee menos y eso demuestra que la lectura sigue siendo una actividad educativa y no cultural", es decir, que quienes leen lo hacen por actividades ligadas a la escuela y no lo hacen por placer, lamentó el presidente ejecutivo de la agrupación civil."⁴²

⁴¹ Jonathan Irineo. Paradigmas, revista de investigación. (2013). ¿Qué leen los mexicanos? O mejor dicho, ¿leen? <http://www.paradigmas.mx/que-leen-los-mexicanos-o-mejor-dicho-leen-2/>. 15 de noviembre de 2014.

⁴² Lilian Hernández. (2013). El mexicano lee poco; el 55% de las casas sólo tiene 10 libros. <http://www.excelsior.com.mx/2013/01/18/879972>. 15 de noviembre de 2014.

Mientras que en la Encuesta Nacional de lectura del 2015 refleja que el 79.2% de los mexicanos reportó tener libros en su hogar⁴³, lo cual indica que realmente no incrementó el nivel de lectura en los años subsecuentes a la encuesta. Razón preocupante pues no mejoró el hábito de lectura de forma notable. Sin embargo esto sólo se tomó en cuenta en los libros impresos ya que hubo un incremento notable en las descargas de libros digitales de 16.4%⁴⁴, lo cual refleja un incremento de la lectura de forma general.

A pesar de ello, las librerías venden dos clases de libros que son muy populares para los lectores los cuales los hacen los rubros más leídos en nuestro país, estos son; el de las revistas o libros como novelas y superación personal. La lectura de este tipo no deja de ser de entretenimiento o contienen información que no precisamente construye una buena plataforma para la vida del lector ya que muchos de estos no son de buena calidad y podría contener información imprecisa o cuestiones erróneas que lejos de ayudar, mal informan a todo aquel que sólo se basa en lo que dice una sola fuente.

A los libros que nos referimos son los más leídos o al menos los más vendidos ya que como lo veremos más adelante en otro capítulo, no siempre que el lector compra un libro lo termina de leer.

Los libros más leídos en el mundo se encuentran: la Biblia, las Citas de Mao Tse-Tung, Harry Potter y el Señor de los Anillos. En México, los géneros de lectura preferidos son: novela, historia y superación personal.⁴⁵ Entre quienes declararon a la Encuesta Nacional de Lectura que leen actualmente, el 32.5% declara que sus lecturas son básicamente textos escolares; el 23.3% declara leer novelas; el 22.7% declara leer libros de historia; el 19.7% dice leer libros de superación personal; el 16.4% lee biografías; el 16.1% lee libros científicos o técnicos; el 15.2% lee enciclopedias; mientras que el 12% declara leer cuentos.

Para dimensionar estos datos basta decir que la mayoría de los libros que se editan en México tienen en promedio un tiraje de mil ejemplares en su primera edición; en contraste, las tres revistas que, según el Padrón Nacional de Medios Impresos⁴⁶ tienen mayor tiraje son: TV Notas con al menos 782 mil ejemplares a la semana; la Revista H para Hombres, tira poco más de 85 mil ejemplares; mientras que TV y Novelas tira al menos 400 mil ejemplares semanales.

⁴³ CONACULTA, Dirección general de publicaciones. (2015), Encuesta Nacional de Lectura, https://observatorio.librosmexico.mx/files/encuesta_nacional_2015.pdf. 24 febrero de 2018.

⁴⁴*Ibidem*.

⁴⁵ Sin embargo.mx. (2014). Los mexicanos leen en promedio 2.94 libros por año y dedican tres horas semanales a la lectura, dice el INEGI. <http://www.sinembargo.mx/21-04-2014/969410>. 15 de noviembre de 2014.

⁴⁶ Coordinación Nacional de Comunicación Social. Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2014. https://portalanterior.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEor201401-24ac_01P04-01x01.pdf. Mayo 2019.

Lo cual indica que los libros no solo están por debajo de las revistas en cuanto a tiraje sino además, la clase de revistas que superan por mucho al tiraje de los libros sólo mal informan o sirven para un entretenimiento poco saludable para los consumidores, pues el problema de este tipo de lecturas es que deforman el contexto de la persona y no la permiten expandir su conocimiento ya que los lectores asiduos a estas revistas sólo leen ese tipo de contenido reduciendo su campo de conocimiento y creando una realidad llena de falacias y de morbo.

Siguiendo con los datos de la encuesta nacional debe agregarse que el 56% de quienes afirman leer respondieron “No saber” quién es su autora o autor favorito. Y entre quienes sí lograron recordar un nombre, en primer lugar aparece Carlos Cuauhtémoc Sánchez, con un 4.8%; en segundo lugar Gabriel García Márquez con únicamente el 3.4%; Miguel de Cervantes Saavedra con 2%; Octavio Paz con 0.9% y Carlos Trejo con 0.6%⁴⁷

Según las ventas en la librería Gandhi, en México las preferencias de los mexicanos a finales del 2014, con respecto a los libros más vendidos es la siguiente:

Ficción:

- 1.- Bajo la misma estrella, John Green - (Nube de Tinta)
- 2.- Divergente, Verónica Roth - (Molino)
- 3.- Los juegos del hambre 3: Sinsajo, Suzanne Collins - (Océano)
- 4.- El héroe discreto, Mario Vargas Llosa - (Alfaguara)

No ficción:

- 1.- Disciplina con amor: Como poner límites sin ahogarse en la culpa, Rosa Barocio - (Pax México)
- 2.- Latitudes: crónica, viaje y balón, Alberto Lati - (Cal y Arena)
- 3.- Yo soy Malala, Malala Yousafzai - (Patria)
- 4.- Y colorín colorado este cuento aún no se ha acabado, Odin Dupeyron - (Disidente)⁴⁸

Se puede observar que entre los autores más leídos no son precisamente los más reconocidos como los que más aporten un conocimiento y un contexto que fomente el desarrollo intelectual como Carlos Cuauhtémoc Sánchez y Carlos Trejo, generando un problema más profundo ya que no sólo se lee poco sino que lo que se lee no ayuda o afecta al lector, ya que se forman con una idea muy pobre de una realidad o con conocimiento poco fundamentado como para

⁴⁷ Mario Luis Fuentes. (2012). Un país que lee poco. <http://mexicosocial.org/index.php/mexico-social-en-excelsior/item/64-un-pa%C3%ADs-que-lee-poco.html>. 15 de noviembre de 2014.

⁴⁸ Informador mx. (2014). ¿Qué leen los mexicanos? <http://www.informador.com.mx/cultura/2014/511884/6/que-leen-los-mexicanos.htm>. 15 de noviembre de 2014.

poder desarrollar un tema cualquiera y no sólo eso sino que además cuando se pretende leer otro tipo de lectura se llega a tener menos comprensión de la misma, convirtiéndose en otro problema grave para la sociedad generado por la falta de lectura o la lectura que aporta poco o no aporta al lector.

En cuanto a las preferencias de los jóvenes de entre 15 y 16 años, de acuerdo con el último reporte del *Programme for International Student Assessment* (Programa para la Evaluación Internacional de Estudiantes IPSA), de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). los resultados no son alentadores.

Se encuestaron 1,500 jóvenes inscritos en secundaria o bachillerato, a través de preguntas de opción múltiple, previo análisis de situaciones de la vida real plasmadas en textos breves a fin de medir su comprensión a la lectura y uso de conceptos.

México obtuvo el penúltimo lugar con 422 puntos, seguido por Brasil con 396, contra el primer lugar de Finlandia, con 546 puntos. Con esto queda demostrado que no sólo no se acostumbra leer en México, sino que lo poco que se lee no se comprende.⁴⁹

El problema de consumir lectura chatarra como la llama el autor Ángel Vargas, es que no forma un aparato crítico, no contiene información relevante, es más, lo aleja de la información que es importante para la sociedad, no le proporciona herramientas para enfrentar las problemáticas personales y como sociedad. No le deja un contexto apropiado ni una base crítica favorable. La falta del hábito incluso afectan la comprensión en lo que se tenga que leer ya sea en la escuela o en algún otro tipo de ámbito.

1.3 Razones por las cuales leen o no leen los mexicanos

La sociedad mexicana en general no tiene el hábito de la lectura, pero debemos tener claro a qué se refieren las encuestas y la misma sociedad por leer ya que se pueden tener en cuenta cualquier clase de lectura y no es así, debemos de saber a lo que se refiere cuando se menciona a la lectura seria, la lectura correctamente fundamentada y la lectura que se da de forma habitual, tanto por placer como por obligación, desde la que se tiene por querer aprender algo como la que se busca por entretenimiento. Siempre tomando en cuenta la interpretación del lector, y en donde se utilice la atención adecuada y el interés preciso.

Por lo tanto, debemos saber que un lector u oyente comprende un texto oral o escrito si puede interpretarlo en forma coherente. Durante el proceso de comprensión hay un intercambio entre el texto y el sujeto que lee: el texto provee información, pero también estimula la memoria del lector, de manera que evoca datos archivados anteriormente sobre el tema tratado, la organización, el vocabulario usado, etcétera.⁵⁰

⁴⁹ Leo Zuckerman, "El reto educativo", *El Universal*, 14, mayo, 2003, p. 12.

⁵⁰ Chiama de Jones, *op. cit.*, pp. 18 y 19.

El dominio de la lectura no consiste en otorgar una atención detallada o una importancia desmedida a la precisión. El dominio de la lectura aparece cuando nos concentramos en hallar el sentido de lo que leemos y, al hacerlo, los demás aspectos asumen la importancia que les corresponde.⁵¹

Son muchos los factores por los cuales la sociedad en general no tiene el hábito de la lectura, y cada uno podría tener uno en particular, sin embargo se mencionarán de manera general los que representan la mayoría.

Según la lista de la UNESCO sobre el promedio de lectura, México se ubicó en penúltimo lugar de 108 naciones.

12% de los mexicanos se dedica únicamente a leer.

48% de la población nunca ha acudido a una biblioteca.

30% no le gusta leer.

28% de los universitarios no lee libros fuera de sus clases.

61% no lee por falta de tiempo.

32.8% le da flojera leer.

40% no leyó ningún libro⁵²

Uno de esos factores es el dinero, ya que son muy pocos los libros que están al alcance de la mayoría de la población pues la mayoría de los mexicanos sobreviven con un salario mínimo que apenas y rebasa de forma general los setenta pesos o incluso ni llega a los mismos.

Los libros en México son más caros que en Estados Unidos, Inglaterra e incluso España, pues al hacer tirajes más cortos, de apenas dos mil o tres mil ejemplares, el costo de producción se encarece y es más alto su precio de salida al público.⁵³

Sin embargo el precio de los libros no puede ser un pretexto cuando el consumo de cigarros o alcohol es muy grande en nuestro país, simplemente no es una prioridad para la sociedad en general, para muchas personas hay artículos que son más importantes que un libro aunque no sean artículos de primera necesidad.

Esto aplica para casi cualquier clase social ya que muchas veces estos artículos que prefieren comprar están por encima de los de primera necesidad, e incluso ese dinero se gasta en artículos innecesarios. Por otro lado en las ciudades grandes se puede tener acceso gratuito a los libros, así que tampoco para ellos aplicaría esta característica, aunque si no hay cerca alguna

⁵¹ Goodman, *op. cit.*, p. 80.

⁵² Redacción Al momento noticias. (2014). México en penúltimo lugar en índice de lectura según la UNESCO. <http://www.almomento.mx/mexico-en-penultimo-lugar-en-indice-de-lectura-segun-la-unesco/>. 17 de noviembre de 2014.

⁵³ Yanet Aguilar Sosa. El Universal mx Cultura. (2012). "Libros caros", ¿excusa para no leer? <http://www.eluniversal.com.mx/cultura/68467.html>. 17 de noviembre de 2014.

biblioteca o algún centro de consulta, es verdad que se debe tomar en cuenta el gasto de transporte, pero aun así, no se acerca siquiera a la mitad del costo de un libro.

Otro factor importante, hablando de prioridades, que es necesario mencionar, es que en la mente de la mayoría de los mexicanos la lectura no es una cuestión de gran importancia. Ya sea que la lectura se vea como pasatiempo o como tiempo invertido, desafortunadamente sigue siendo de poca o nula prioridad para la sociedad mexicana ya que prefieren otro tipo de recreos, y prefieren invertir su tiempo en otro tipo de actividades en la mayoría de los casos.

La encuesta, publicada por la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem) revela que los jóvenes de entre 12 y 17 años no les gusta leer y prefieren usar el tiempo libre a otras actividades.

El 41% de los mexicanos dedica su tiempo libre a ver la televisión, mientras que 12% a leer libros; se habla también que alrededor de 30% de los jóvenes entre 12 y 17 años al menos manifiestan que no les gusta leer, 61% no lee por falta de tiempo y 48% nunca ha ido a una biblioteca.⁵⁴

Según la ENL del 2012 aplicada por CONACULTA en coordinación con la UNAM, el 41% de los mexicanos dedican su tiempo libre a ver televisión y sólo el dos por ciento de la población tiene como hábito permanente la lectura. Agrega la encuesta: hay una disminución en el porcentaje de mexicanos que leen, con respecto a quienes lo hacían hace seis años.⁵⁵ Si a esto le añadimos que lo poco que leen, en su gran mayoría, es lectura que lejos de ayudar afecta, se debe de tener la certeza de que es un tema muy serio ya que en el 2015 incrementó el porcentaje de quienes ven televisión en su tiempo libre a 52.9%.⁵⁶

Otro factor primordial es que aunque no esté en las prioridades del mexicano, sí lo está en sus obligaciones, es decir, si hablamos de los estudiantes, que debe tener ese contacto con los libros debido a su labor en el área de formación. El hábito de la lectura en la educación es importante pues es uno de los primeros encuentros que el alumno tiene con el mismo.

Esto quiere decir que la responsabilidad también cae sobre el sistema educativo, sobre las instituciones responsables de la educación en nuestro país, así como lo tienen las familias y las personas de forma individual.

⁵⁴ Aristegui Noticias. (2013). En el Día del Libro, los mexicanos leen 2.9 al año: Encuesta Nacional de Lectura. <http://aristeguinoticias.com/2304/kiosko/en-el-dia-del-libro-los-mexicanos-leen-2-9-al-ano-encuesta-nacional-de-lectura/>. 17 de noviembre de 2014.

⁵⁵ Gloria Brito Nájera. (2014). La lectura en México, de mal en peor, ¿de quién es la responsabilidad? http://www.antorachacampesina.org.mx/articulos_colaboradores.php?id=3485#.VHtQ517ldox. 18 de noviembre de 2014.

⁵⁶ CONACULTA, Dirección general de publicaciones. (2015), Encuesta Nacional de Lectura, https://observatorio.librosmexico.mx/files/encuesta_nacional_2015.pdf. 24 febrero de 2018.

Promover prácticas lectoras cuyos propósitos sean la comprensión y el enjuiciamiento de lo que se lee, constituye una recomendación indispensable y un recurso insustituible para formar el tipo de individuo que tantas veces han anunciado nuestras políticas educativas.⁵⁷

El docente debiera incorporar la lectura como un recurso cotidiano en pos del aprendizaje y, al hacerlo, tener presente en relación con los conceptos, principios leyes, fórmulas, hechos y fenómenos contenidos en los textos no en su memorización sino con su comprensión.⁵⁸

También se puede tomar en cuenta, como otro factor relevante, el avance de la tecnología. Crecen cada vez más rápido los libros electrónicos que aunque se pueden adquirir de manera gratuita (en algunos casos puesto que la mayoría sí tiene un costo) no se pueden leer sino se tiene el aparato para verlos, que evidentemente tiene un costo más alto que los mismos libros en muchas de las ocasiones, es decir, el acceso a éstos no es para cualquier persona que desee consumir este tipo de lectura, sino por el contrario, es una tecnología distribuida entre unos cuantos que pueden acceder a ella.

Y aunque el costo del aparato más de cada libro descargado a la larga representa un costo parecido a los de los libros físicos también se debe tomar en cuenta que de entrada sí representa un costo más alto aunque al paso del tiempo se recupere por el costo de las descargas porque son menores a las de un libro impreso.

Los libros electrónicos tienen sus pros y contras pero en cuanto a la lectura se refiere, parece que al menos no es un impedimento para que pueda fortalecer el hábito, de hecho parece ser, hasta el momento, que lo favorece al menos en otras naciones. Argumento que resulta fácil de comprobar si se tiene en cuenta un reciente informe del Gremio de Editores de España que asegura que el 9.7% de los españoles dispone de un e-reader, e incluso en comparación con el 2012 la descarga de libros electrónicos aumentó 100%.

Blanca Rosa Roca, fundadora de Roca Editorial, agrega que promocionar un libro virtual supone implementar una estrategia de marketing diferente, basada principalmente en las redes sociales. Por su parte, Idoia Moll, directora de la editorial Alba, afirma que la venta de e-books son un plus en los ingresos, pero en ningún caso se podría sobrevivir solo con ellos.

Esto involucra el uso del internet, que no sólo aumenta de manera incontable las alternativas de ocio, sino que también promueve una navegación rápida y fragmentaria que perjudica la capacidad de atención de los individuos. Estudios comprobaron que este tipo de lectura permite registrar el texto, pero no recordarlo a futuro. Lo anterior afecta directamente con el objetivo de la lectura, es más, afecta de manera tal que lejos de proporcionar un beneficio, afecta de forma directa al lector.

⁵⁷ Ferdinando, Ramos Maldonado. *Pedagogía de la lectura en el aula: guía para maestros*, México: Editorial Trillas, 2000, p. 54.

⁵⁸ Ramos, *op cit.*, pp. 67 y 68.

Pese a ello, Anna Bröll Nadal, directora técnica de Coordinación y Servicios de las Bibliotecas de Barcelona, explica que esta modalidad permite acceder a los contenidos sin límite de horarios, así como también sin la necesidad de desplazarse a otro sitio. Además, posibilita el acceso de personas ciegas a los contenidos de bibliotecas lo que hasta ahora era imposible.⁵⁹

Hace tiempo que la era digital amenazaba a los tradicionales libros en papel. El éxito de la electrónica se ha confirmado en el último informe de la asociación de editores de EEUU que arroja los resultados de las ventas de libros en el último mes de febrero. 'The Association of American Publishers' afirma que se han vendido copias por valor de 90.3 millones de dólares, un crecimiento del 202.3% respecto al año pasado.

Los estadounidenses no sólo han comprado más libros electrónicos sino que cada vez se animan más a consumir audiolibros para descarga, cuyas ventas han crecido un 36.7% interanual con ventas por valor de 6.9 millones de dólares. En lo que va de 2011 los libros electrónicos han crecido un 169.4% respecto al mismo período de 2010 -lo que supone unos ingresos de 164.1 millones de dólares- mientras los impresos han decrecido un 24.8%, hasta unos ingresos de 441.7 millones de dólares.⁶⁰

En contraposición a esto, en nuestro país no está sucediendo como en otros, además la tecnología tampoco favorece al incremento de la lectura si no se tiene acceso a los libros electrónicos ni a los aparatos en donde se puedan ver como en una computadora o una tableta ya que también estos aparatos se utilizan para otras actividades ajenas a los libros y que en su mayoría son actividades de ocio.

Otro factor es el nivel educativo del lector ya que la educación también es parte fundamental para poder apreciar los libros, Quien posee una cultura general más amplia puede apreciar más el valor de un buen libro, sin embargo es una paradoja el hecho de que para poder poseer una cultura general más amplia, una de las actividades más fuertes para adquirirla es la lectura. En nuestro país eso es una deficiencia puesto que la educación se encuentra en niveles muy bajos, así como el nivel de interés por ámbitos culturales y artísticos en general.

Al 48 por ciento de los mexicanos no les interesa lo que sucede en la cultura o en las actividades de ese ámbito (teatro, danza, cine, literatura, conciertos), según documenta la *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales* que mandó realizar el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA).

⁵⁹ Universia. Revista Ñ, (2014), ¿Qué cambios traerán consigo los libros electrónicos? <http://noticias.universia.net.mx/en-portada/noticia/2014/09/01/1110598/cambios-traeran-consigo-libros-electronicos.html>, 18 de noviembre de 2014.

⁶⁰ Paula Corujo. (2011). Los libros digitales ganan la batalla al papel en EEUU, <http://www.elreferente.es/tecnologia/los-libros-digitales-ganan-la-batalla-al-papel-en-eeuu-12432>, 18 de noviembre de 2014.

De esta manera, se concluye que 41 millones 645 mil 557 personas en el país están poco o nada interesadas en la cultura; sólo 11 millones 279 mil cinco personas (13%) están muy interesadas, 29 millones 498 mil 936 (34%) estarían algo interesadas y cinco por ciento no sabe o no contestó.

El 43% de los mexicanos nunca ha ido a una biblioteca y el 57% nunca ha estado en una librería o en tienda donde sólo vendan libros; el 66% jamás ha asistido a una función de danza (excluyendo espectáculos escolares de hijos o conocidos); el 53% nunca ha ido a una zona arqueológica o algún sitio de monumentos históricos; el 43% no conoce un museo, y el 86% nunca ha ido a una exposición de artes plásticas (dibujo, grabado, escultura, pintura, arquitectura).

Asimismo, el 38% nunca lee los periódicos. Pero el 75% de los mexicanos ha ido alguna vez al cine, el 76% escucha radio y el 90% ve la televisión.⁶¹ Otra gran problemática de México es la corrupción en el gobierno, la falta de apoyo y la mala gobernabilidad de cada administración, ya sea local o nacional, cuestión que también afecta al hábito de la lectura.

Y por último y más importante es el ejemplo, ya que el hábito de la lectura es más fácil que se adquiera desde temprana edad y qué mejor que adquirirla en el hogar, es ahí en donde la mayoría de los lectores adquiere el gusto por este hábito, con el ejemplo que se les da por apreciar y aprovechar la lectura de forma habitual.

La gran mayoría de los niños no cuenta con un ambiente familiar que propicie el gusto por la lectura, es innegable que las prácticas escolares, salvo contadas excepciones, lejos de contrarrestar o compensar tan grave inconveniente, lo han alimentado.⁶²

Sin embargo la falta del hábito de la lectura está directamente relacionada con la ausencia de espacios para leer de forma gratuita, está vinculada con la carencia de recursos del ciudadano en pobreza o pobreza extrema y por lo tanto no se preocupan por algún artículo secundario.

Otra de las cuestiones en las que está relacionada a esta problemática es la educación, ya que si alguien puede cambiar el rumbo de la educación pública para el desarrollo de la cultura es el gobierno, cuestión que incrementa el hábito de la lectura por el simple hecho de estar relacionadas directamente.

La lectura no es sólo una actividad que nos llene de placer, sino que puede hacer que nuestra vida sea diferente, que seamos personas más libres y democráticas, que podamos expresarnos con soltura al adquirir un vocabulario rico y variado. Es una acción que hará que nuestra condición de seres

⁶¹ Mónica Mateos-Vega, (2010), CNCA: 48% de mexicanos no muestran interés por la cultura, <http://www.jornada.unam.mx/2010/12/16/cultura/a03n1cul>, 18 de noviembre de 2014.

⁶² Ramos, *op cit.*, p. 69.

humanos –solidarios, respetuosos y tolerantes- se manifieste de manera plena al adquirir información, o conocer vivencias, que de otra manera sería imposible interiorizar.⁶³

Algo que podemos observar como factor importante es que entre menos se lee menos acervo se tiene, menos conocimientos se poseen y por lo tanto el criterio de elección es menor, es decir, si no tenemos los elementos culturales para entender un tipo de lectura no podremos entender de forma clara lo que se lee, ya que entre más se lea más aumenta el contexto, el vocabulario y el conocimiento necesario para comprender lo que se descubre, entre más se sabe más se puede comprender y entre menos se sabe, menos clara es la lectura.

Es por esto que la lectura se fortalece con el hábito y desafortunadamente, como cualquier hábito también se va perdiendo la capacidad de comprensión y calidad de recepción cuando se deja de practicar o cuando simplemente no se tiene.

Toda lectura es interpretación y lo que el lector es capaz de comprender y aprender de la lectura depende de lo que él conoce y cree antes de leer. Sólo podemos interpretar sobre la base de lo que conocemos. Leemos para informar, para explicar o para convencer. La selección de un texto obedece al tipo de conocimiento que deseamos construir. Para conseguir una lectura efectiva y eficiente debemos realizar en primer término la selección de la lectura.⁶⁴

Un texto es todos los textos; es como si ése que estamos leyendo fuera una puerta de entrada a toda la literatura. Una obra sería una vía de acceso diferente para ingresar a la experiencia total de la literatura. El proceso de lectura es un camino que se mueve de la objetividad del texto a la subjetividad del lector. La objetividad está dada por lo que el texto dice literalmente. La subjetividad, es la carga personal que trae consigo el lector.⁶⁵

Es evidente que existen varias razones por las cuales los mexicanos no leen, sin embargo esas mismas razones se pueden convertir en un aliciente para promover la lectura e incentivar a que aumente en nuestro país.

⁶³ María, Domínguez. *¡La lectura sí que es un regalo!*, Alcalá La Real, Jaén, Ed. Formación Alcalá, 2009, p. 12.

⁶⁴ Palacios, *op. cit.*, p. 188.

⁶⁵ Chiama, *op. cit.*, p 60.

2. La lectura del mexicano en el 2015

En este capítulo observaremos los hábitos de lectura de la CDMX por medio de una muestra a través de una investigación de campo que se realizó en abril de 2015 para responder las interrogantes acerca de la lectura en la Ciudad de México así como reforzar lo previamente encontrado al respecto.

La razón principal del estudio de campo es que se necesitaban datos duros recientes ya que cuando se empezó la investigación todavía no se publicaba la Encuesta Nacional de Lectura del 2015 al 2018, y para tener una muestra más certera de lo que se encontró en otro medios pues algunos periódicos en internet exponen un incremento en la lectura, contrario a los resultados en la Encuesta Nacional de Lectura, como el periódico El Universal que maneja un incremento de la lectura mencionando un promedio de 3.8 libros al año en el 2016⁶⁶ o como El Financiero que indica un promedio de 5.3 libros al año⁶⁷, mencionando precisamente la Encuesta Nacional de Lectura realizada en el 2015.

Encontraremos mediciones que reflejarán el nivel de lectura ya que se trató de obtener una muestra lo más representativa posible, de acuerdo a nuestras posibilidades y alcances, tomando en cuenta los niveles de estudio, edades, niveles socioeconómicos, clases sociales y entornos para los cuales se encuestaron a 200 habitantes de la CDMX. Las encuestas se realizaron en escuelas de diferentes niveles, en lugares concurridos o de gran afluencia de personas como oficinistas o empleados en general, lugares céntricos de la Ciudad de México.

Se podrán percibir los diferentes factores que impulsan a las personas a leer o bien factores que las llevan a no tener el hábito de la lectura de acuerdo a las respuestas y opiniones mencionadas por los encuestados. Así como los diversos gustos de los lectores o bien, las actividades que prefieren al reemplazar la lectura.

Otro aspecto que observaremos en dicho estudio serán las diferentes propuestas de los ciudadanos de esta urbe para mejorar el hábito ya que se piensa que leer nos ayudará en diversas formas a nuestro desarrollo humano y por lo tanto cada uno menciona las diferentes opciones que tienen para mejorarlo en nuestro país.

⁶⁶ Rubén Migueles y Alida Piñón, "México lee 3.8 libros al año, indica encuesta de INEGI", *El Universal*, 16, Abril, 2016. <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cultura/letras/2016/04/16/mexico-lee-38-libros-al-ano-indica-encuesta-de-inegi>.

⁶⁷ Redacción, "Mexicanos leen 5.3 libros al año: Encuesta Nacional de Lectura", *El Financiero*, 09, Noviembre, 2015. <http://www.elfinanciero.com.mx/after-office/mexicanos-leen-libros-al-ano-encuesta-nacional-de-lectura.html>.

2.1 Los hábitos de lectura en la CDMX

Para conocer datos duros, se realizó una investigación de campo en el mes de abril de 2015. Se encuestaron 200 personas sobre los hábitos de lectura de la población de la CDMX, con preguntas abiertas y cerradas para contar con información certera del entrevistado. En la investigación se tomaron en cuenta edades que oscilan desde los 10 hasta los 78 años, de diversas clases sociales y de distintos niveles de estudio que van desde la primaria hasta el posgrado, pues también se tomó en cuenta la escolaridad de los encuestados.

Para comenzar, se realizaron algunas preguntas para identificar datos generales de los encuestados como: Ocupación, escolaridad, edad y género, que sirvieron para conocer el perfil de las personas encuestadas y así contar con una muestra representativa de la sociedad.

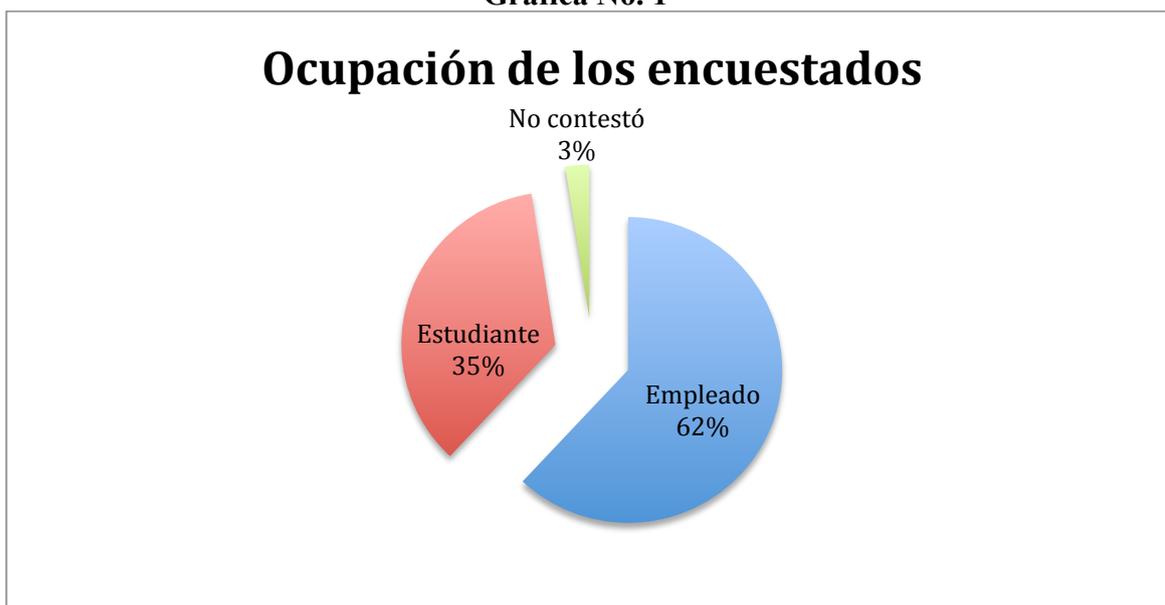
En comparación con la Encuesta Nacional de Lectura que se realizó del 25 al 28 de agosto del 2012 y que abarca hasta el 2015⁶⁸, en la cual se entrevistaron a 2000 personas, en donde las edades oscilan desde los 12 a más de 66 años, en las cuales la ocupación mayor es el ama de casa seguida del estudiante y el empleado en tercer lugar. Sin embargo también está la más reciente que se generó de febrero a abril de 2015 y que abarca hasta el 2018⁶⁹ la cual menciona que la muestra se tomó de los 12 a los 56 años de edad.

⁶⁸ Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura, A.C., (2012), Encuesta Nacional de Lectura, http://www.miguelcarbonell.com/docencia/Encuesta_Nacional_de_Lectura_2012.shtml, 7 de Abril de 2015.

⁶⁹ CONACULTA, Dirección general de publicaciones. (2015), Encuesta Nacional de Lectura, https://observatorio.librosmexico.mx/files/encuesta_nacional_2015.pdf. 24 Febrero de 2018.

En cuanto a la ocupación de los encuestados se pudo ver que la mayoría son empleados con un 62% (se tomó en cuenta a las amas de casa en esta categoría pues el nivel de los encuestados que se dedican al hogar era muy bajo), mientras que el 35% eran estudiantes y únicamente el 3% no contestó a la pregunta, de lo cual podemos deducir que no tienen ocupación alguna (véase Gráfica No. 1).

Gráfica No. 1

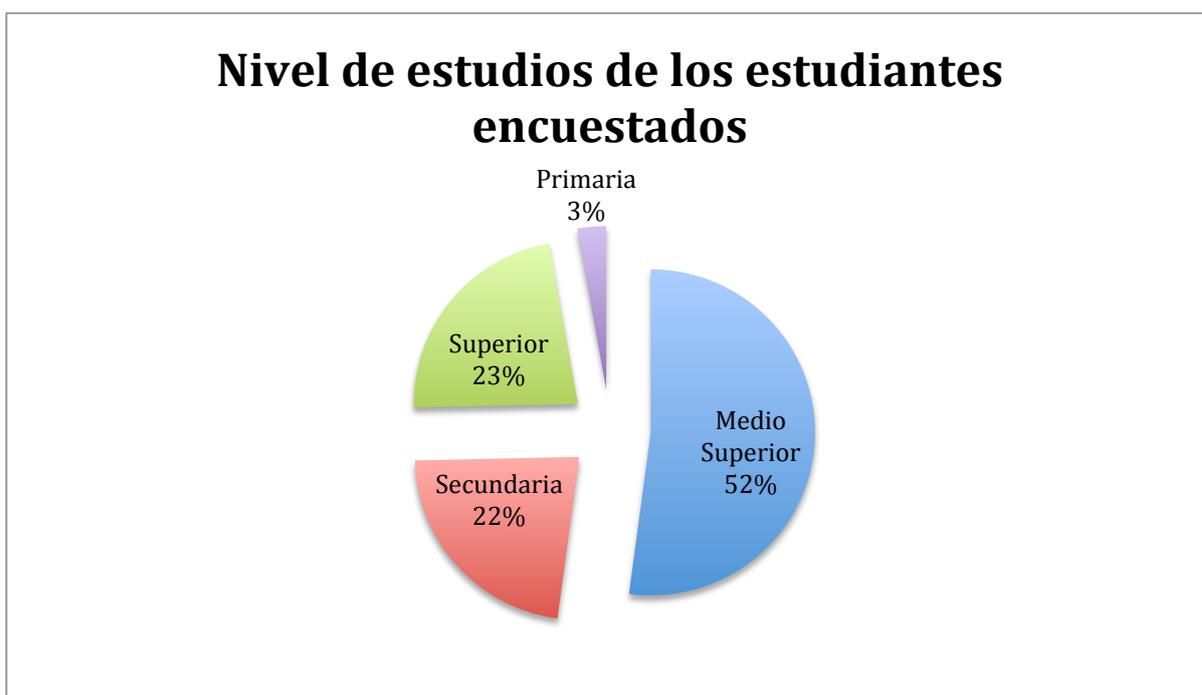


Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

En cuanto a la escolaridad, se encuestaron personas que estudiaron desde la primaria hasta el posgrado, la razón primordial es porque no se encontraron personas analfabetas en la muestra y aunque la encuesta fue escrita, no se valoraron para la investigación ya que nos referimos únicamente al hábito de lectura que involucra a personas que ya saben leer y escribir. Otra de las razones por las cuales no se tomaron en cuenta a las personas que no saben leer ni escribir es porque en la Ciudad de México es casi nulo o muy poco el porcentaje de habitantes con estas características.

Dentro de la ocupación de los encuestados, se tomó el nivel de estudios de los que dijeron ser estudiantes para saber qué grado, es decir el 35% de las 200 personas. También se puede observar que la mayoría de los encuestados supera el nivel medio superior siendo estos el 52% seguidos por los de escolaridad mayor que es la superior con un 23%, así como los que estudiaron hasta la secundaria o bien la estudian actualmente con un 22% y por último están quienes cursan actualmente la primaria o fue su último grado de estudios con el 3% (véase Gráfica No. 1.1).

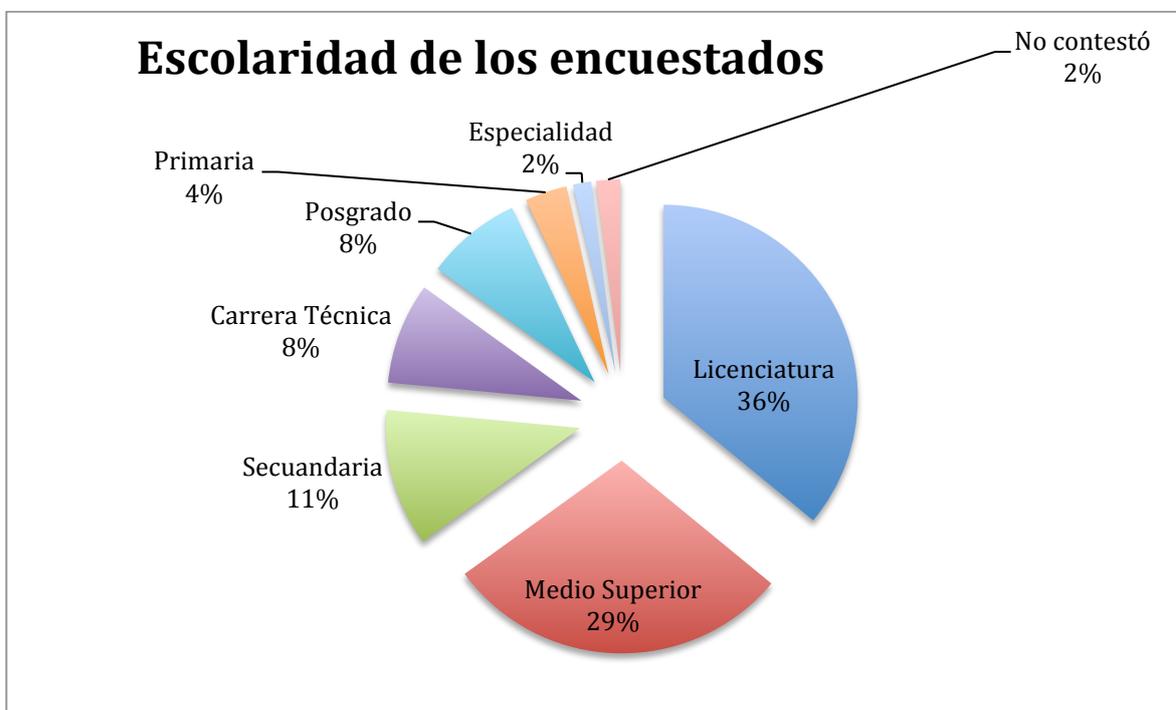
Gráfica No. 1.1



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

Para la pregunta relacionada con la escolaridad de los encuestados (se tomaron en cuenta a todos los encuestados; los que en ese momento continúan sus estudios, los empleados y los que no contestaron o están sin ocupación) se pudo observar que el 35% tienen el grado de licenciatura, lo cual indica que muchas personas que leen lo hacen por dos razones; o por gusto inculcado por los estudios o por un hábito exigido por los mismos, claro que no se descarta que lo hayan adquirido en casa, sin embargo al pasar más años de su vida estudiando es muy probable que la escuela haya ayudado mucho en el hábito, mientras que el 29% cuentan con la escolaridad de medio superior, el 11% tienen la secundaria, el 8% la carrera técnica y otro 8% el posgrado, mientras que el 4% la primaria, el 2% una especialidad y otro 2% no contestó la pregunta (véase Gráfica No. 2).

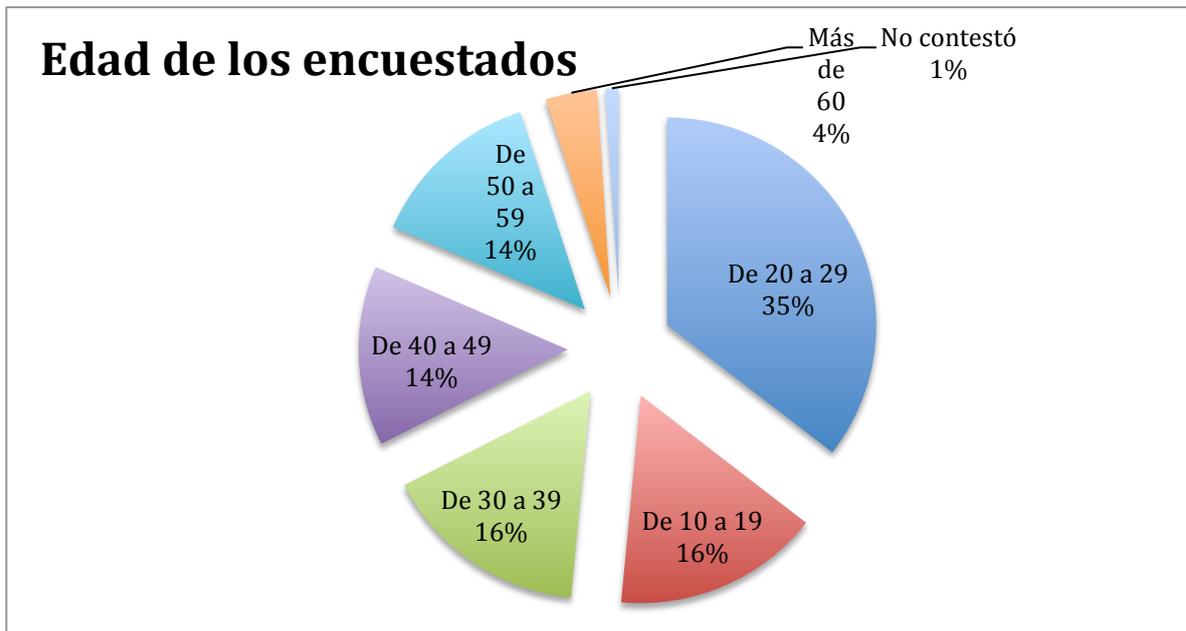
Gráfica No. 2



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

En cuanto a la pregunta que se refiere a la edad de los encuestados, los resultados fueron los siguientes: El 35% tienen un rango de 20 a 29 años de edad, mientras que el 16% tiene uno de 10 a 19 años, otro 16% tiene un rango entre los 30 y 39 años, el 14% tiene una edad que va de los 40 a los 49 años, y otro 14% tiene una edad entre los 50 a los 59 años, un 4% dijo tener una edad de más de 60 años y por último con un 1% no contestó la pregunta (véase Gráfica No 3). Aunque la mayoría son jóvenes, el rango está bastante distribuido entre las diversas edades, se realizó así para tener una mejor muestra y así reflejar más a la sociedad de nuestra ciudad.

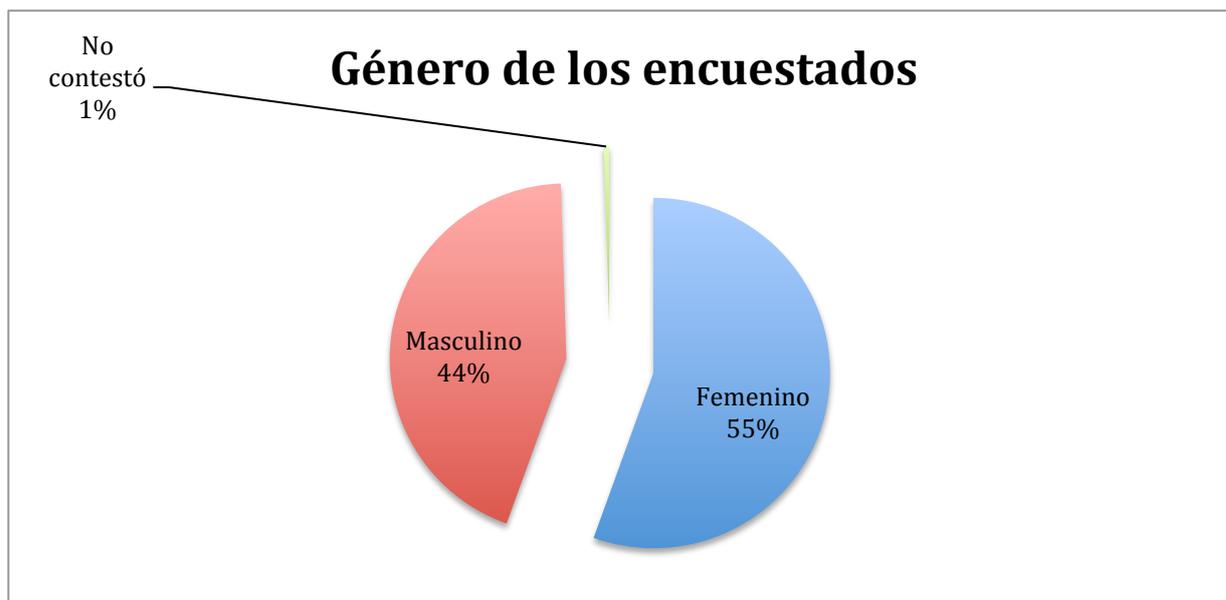
Gráfica No. 3



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

En cuanto al género de los encuestados, poco más de la mitad corresponden al género femenino con un 55%, en tanto que menos de la mitad corresponden al masculino con un 44% del total de los encuestados. (véase Gráfica No. 4). Esto otorga una idea más clara de la equidad entre los géneros de los encuestados para la información sobre sus hábitos de lectura, ya que se intentó que fuera la más objetiva posible.

Gráfica No. 4



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

2.2 Gustos por la lectura

La primera pregunta, después de pedir sus datos, que se les hizo a los entrevistados fue acerca del hábito de lectura de medios impresos ya que se separaron los medios de lectura en impresos y digitales o electrónicos ya que lo que se busca es el nivel de lectura en cualquier medio.

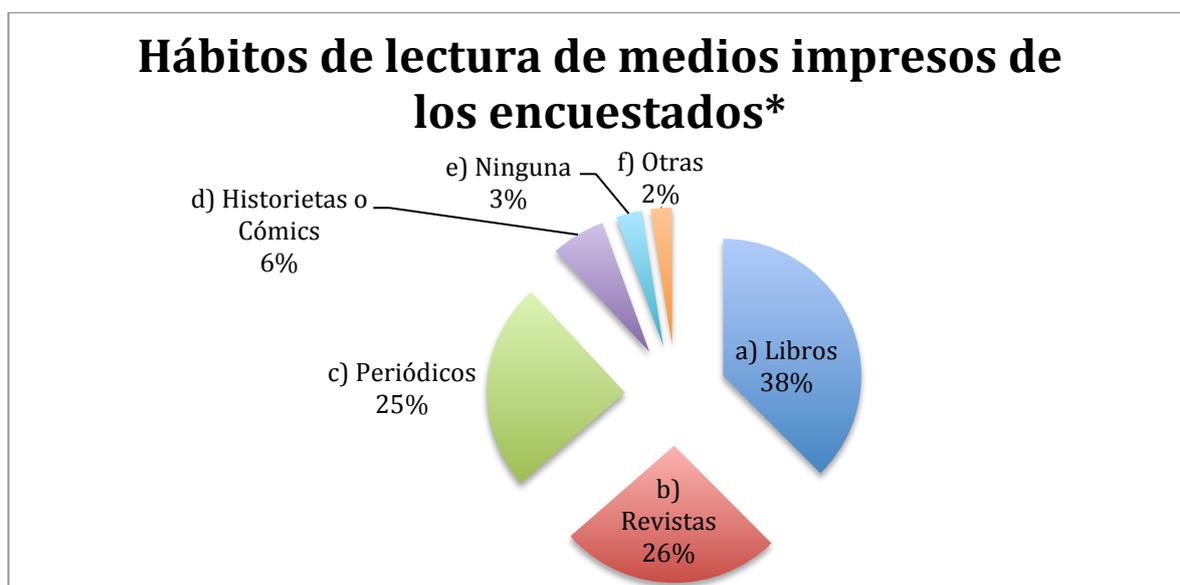
Estas fueron de forma general ya que más adelante se desglosan las lecturas tanto impresas como virtuales que se consideraron más importantes según la investigación que se puede observar en los subcapítulos anteriores, en específico en el que se refiere a lo que leen los mexicanos.

Dentro de esta pregunta se le presentaron varias opciones a los encuestados. Las cuales eran; libros, periódicos, revistas, historietas o cómics y también se le dio la opción de "Ninguna", así como un espacio para que pusieran Otra opción que no estuviera dentro de las anteriores.

Los resultados fueron los siguientes: En cuanto a los libros hubo un 38% que dijeron leerlos habitualmente con un 68% del total, seguido de las revistas con un 47% que contestaron esta opción, posteriormente el periódico en tercera opción con un 44.5%, en cuarta las historietas o cómics con un 11.5%, y en último lugar contestaron que no leían ninguna de las opciones anteriores con un 5.5% del total. Se especificó que podían poner más de una opción.

En total se obtuvieron 361 respuestas, es decir un 181% de los 200 encuestados, ya que los entrevistados seleccionaron más de una opción (véase Gráfica No. 5).

Gráfica No. 5

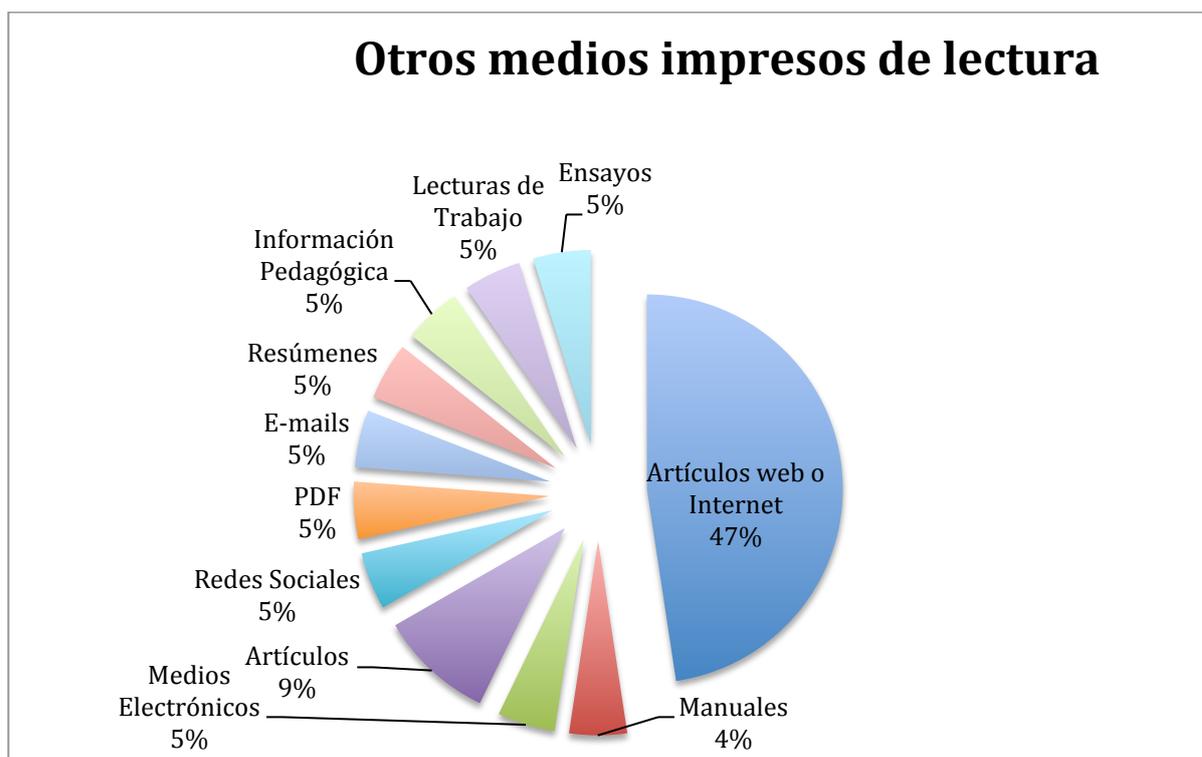


Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

En cuanto a los que anotaron otras opciones solo fueron el 4.5%. Dichos encuestados mencionaron utilizar medios electrónicos o material de estudio como manuales o ensayos entre otros, nuevamente nos remitimos a lecturas escolares (véase Gráfica No 5.1).

Este apartado sí llega a contrastar con la Encuesta Nacional de Lectura del 2015 que abarca hasta el 2018 ya que menciona que el incremento fue mayor siendo este el 16%⁷⁰, lo cual nos indica que a su vez incrementa el nivel de lectura, sin embargo no supera las cifras mencionadas por mucho ni es un dato severamente significativo como para cambiar los resultados obtenidos en cuanto al nivel de lectura en la CDMX ya que el estudio de la Encuesta Nacional de Lectura toma en cuenta a toda la república mexicana y la investigación de campo que realizamos únicamente representa a la Ciudad de México. Tomando lo anterior en cuenta realmente se encuentra dentro de los parámetros de la misma Encuesta Nacional de Lectura que abarca hasta el año 2018.

Gráfica No. 5.1



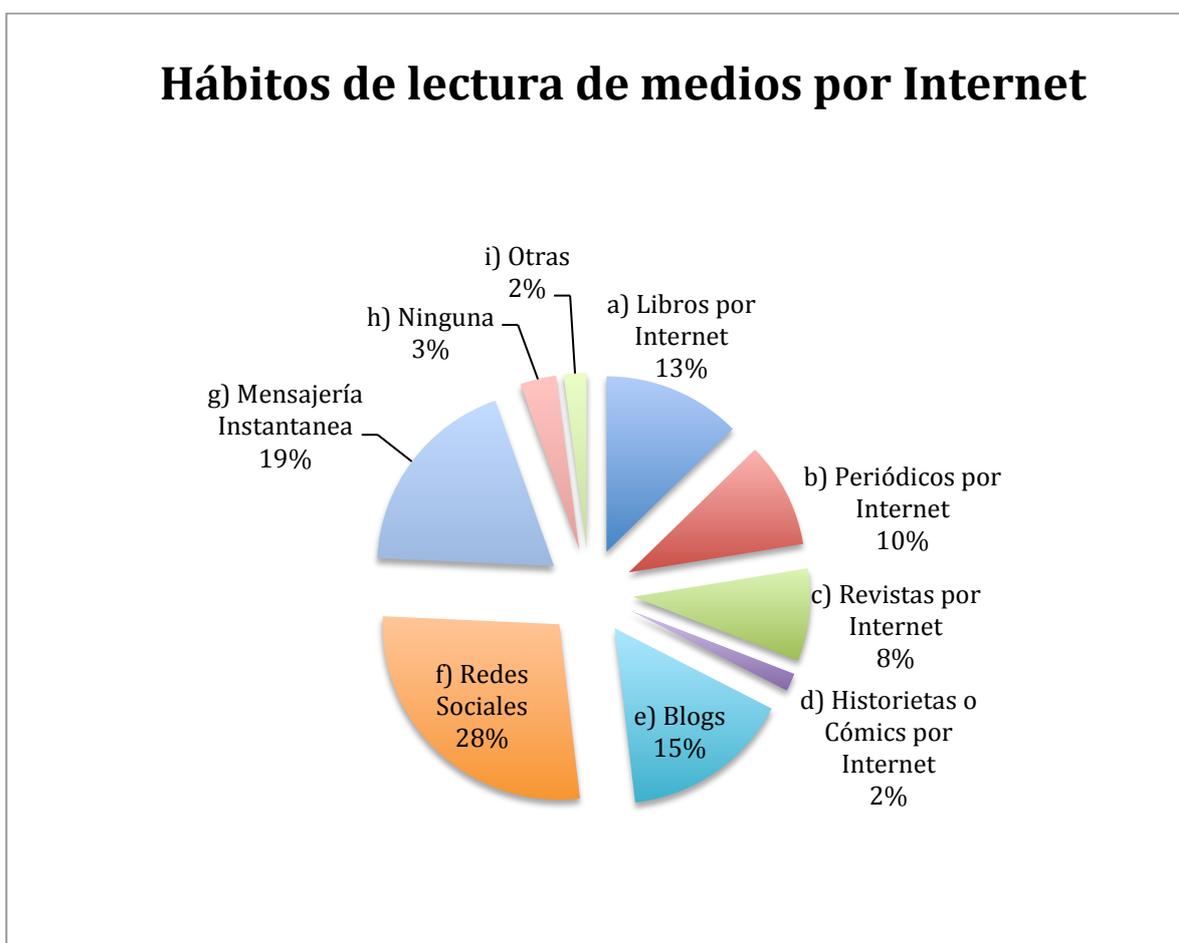
Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez

⁷⁰ CONACULTA, Dirección general de publicaciones. (2015), Encuesta Nacional de Lectura, https://observatorio.librosmexico.mx/files/encuesta_nacional_2015.pdf. 24 Febrero de 2018.

Lo mismo sucedió con los medios no impresos ya que también se les indicó que podían mencionar más de una opción, por lo tanto la frecuencia supera a los 200 encuestados ya que más de uno puso más de una opción. Se tomaron en cuenta los mismos medios (libros, periódicos, revistas e historietas o cómics) pero de internet, así como Blogs, Redes Sociales, Mensajería Instantánea y Ninguna, dejando también un espacio para colocar otra opción.

Los resultados fueron los siguientes: en primer lugar estuvieron las Redes Sociales con el 66.5%, seguido por la Mensajería Instantánea con el 45.5%, en tercer lugar tenemos a los Blogs con un 37.5%, y después los Libros, Periódicos, Revistas e Historietas o Cómics por internet con un 30.5%, 23.5%, 20.5% y 4% respectivamente. Sin embargo antes de las Historietas o Cómics estuvo la opción de Ninguna con un 8% seguido de Otras opciones con un 5%. (véase Gráfica No. 6).

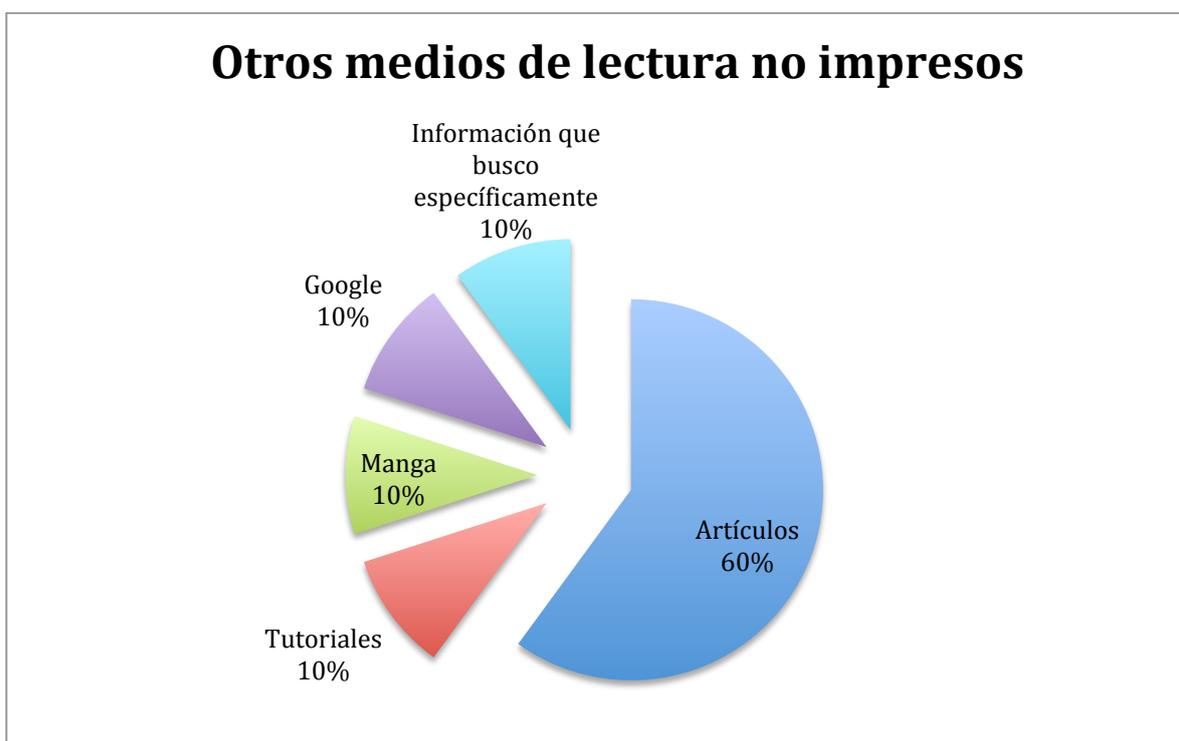
Gráfica No. 6



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

Y dentro de la clasificación “Otras opciones” se mencionó en su mayoría los artículos por internet con un 60% del total, seguido por las demás opciones dichas por los encuestados, todas con un 10% las cuales fueron: Tutoriales, Manga, Google e Información que buscó específicamente en alguna plataforma. Es decir, que se dividió el porcentaje de “Otras opciones” de su total de 5% realizando una subdivisión y a la vez un porcentaje nuevo en donde el 5% total era el 100% de “Otras opciones” dejando la clasificación como se muestra en la siguiente gráfica (véase Gráfica No. 6.1).

Gráfica No. 6.1

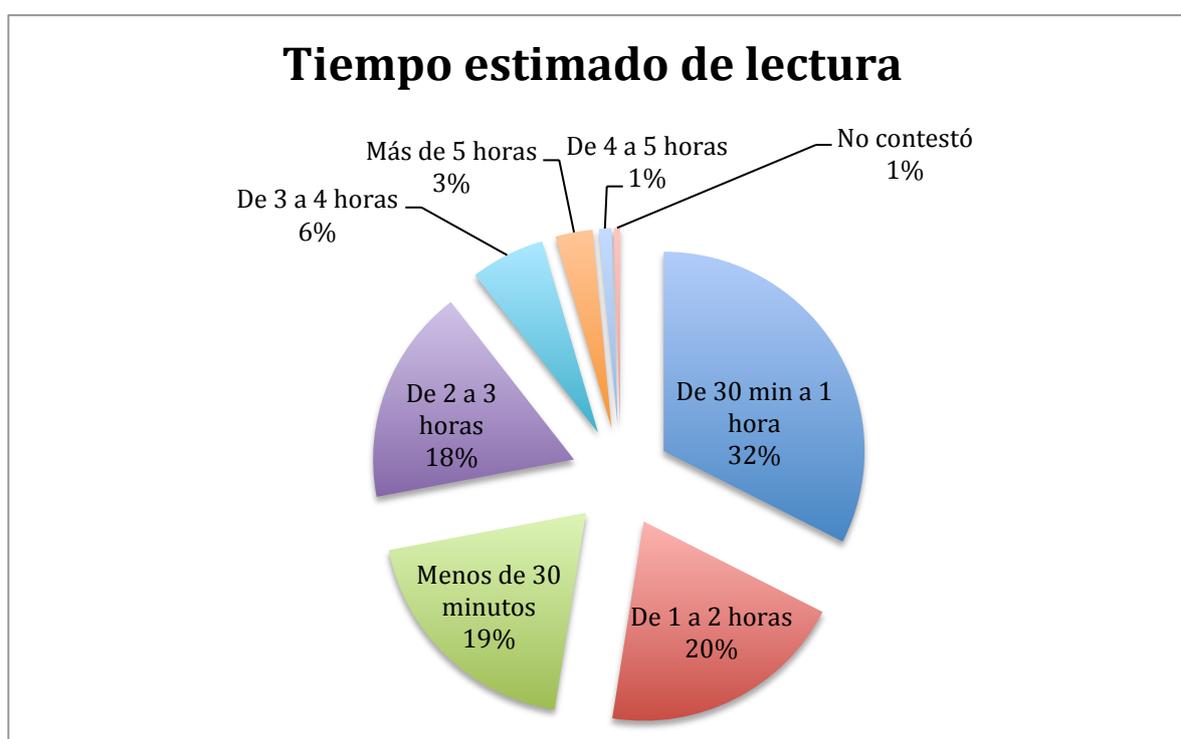


Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

Se tomó en cuenta para este estudio el tiempo de lectura de los encuestados, tiempo que se midió con diferentes opciones que iban desde menos de 30 minutos hasta más de 5 horas. Aquí no se integró la respuesta de “otra opción” ya que se consideró a más de 5 horas como el máximo, ni el de ninguno ya que “menos de 30 minutos se consideró como el mínimo.

Como resultado, la mayor frecuencia fue menos de 30 minutos con un 33%, y la que menos frecuencia tuvo fue la que se refería de 4 a 5 horas con un 1%, sin embargo hubo quien no contestó teniendo también el 1% (véase Gráfica No. 7).

Gráfica No. 7



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez

Se puede observar, con estos resultados, que realmente no es bajo el tiempo que se le dedica a la lectura ya que la mayoría dice leer más de 30 minutos al día, si bien el primer sitio con el 32% fue menos de 30 min, el resto sumado da el 68% que oscila entre 30 min a más de 5 horas, sin embargo el problema es que como ya se vio en cuanto a los medios de internet el 28% los dedica a las redes sociales seguido de la mensajería instantánea con un 19%, es decir, gran parte de ese tiempo se dedica a lecturas que no precisamente vienen de medios educativos y aunque el 68% dijo leer habitualmente libros la mayoría los deja inconclusos como ya lo veremos más adelante.

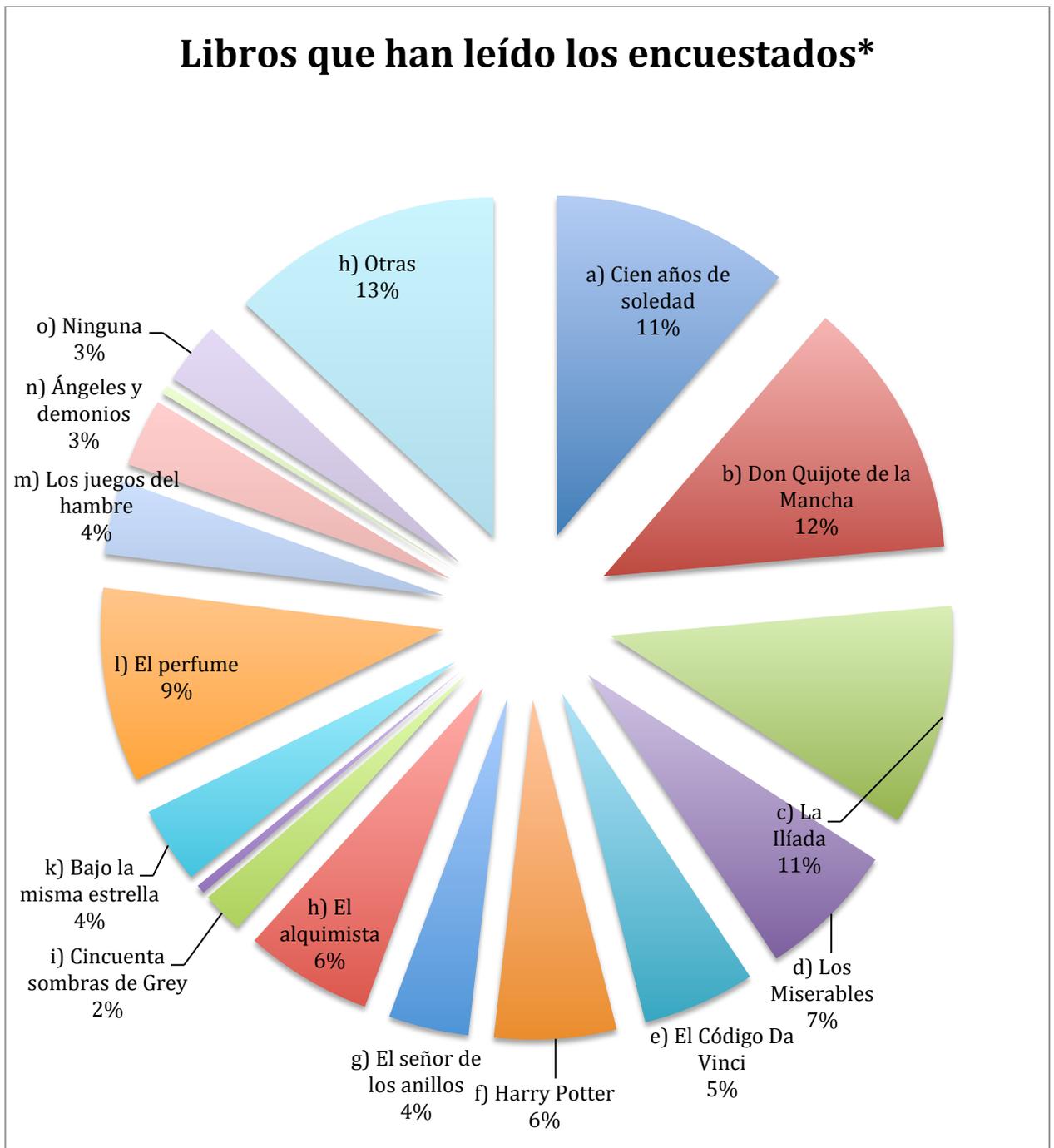
En cuanto a los tipos de lectura impresos dentro de los que se tomaron en cuenta se verá a continuación el libro, siendo este el que mayor porcentaje tuvo en cuanto a las preferencias de los encuestados. De hecho, cuando se habla de los hábitos de lectura por lo general se relaciona con libros, es por eso que en la siguiente pregunta que se realizó se tomaron en cuenta varios factores porque se colocó en la encuesta 15 diferentes libros como opciones de lectura, en su mayoría novelas.

Para esta lista de libros se tomaron en cuenta tres características; los más vendidos del 2015 hasta el mes de febrero, algunos libros considerados como clásicos de la literatura y los más vendidos de la historia, todo esto en México. También se colocó una opción de “ninguno” y un espacio para que pusieran los tres libros leídos más recientemente.

Como resultado se tuvo una sorpresa ya que uno de los libros más mencionados fue también uno de los más complicados de la literatura española Don Quijote de la Mancha que tuvo un 44% aunque realmente la gran mayoría puso otras opciones superando al Quijote con un 46%.

Con este resultado no podremos afirmar que la mayoría de la gente lo leyó realmente, ya que no sabemos si lo mencionaron por su popularidad o realmente lo empezaron a leer, lo que sí podemos mencionar es que la gran mayoría lo pudo haber dejado inconcluso si tomamos en cuenta cuando se les preguntó si han dejado una lectura inconclusa, pero esto se verá más adelante (véase Gráfica No. 8).

Gráfica No. 8



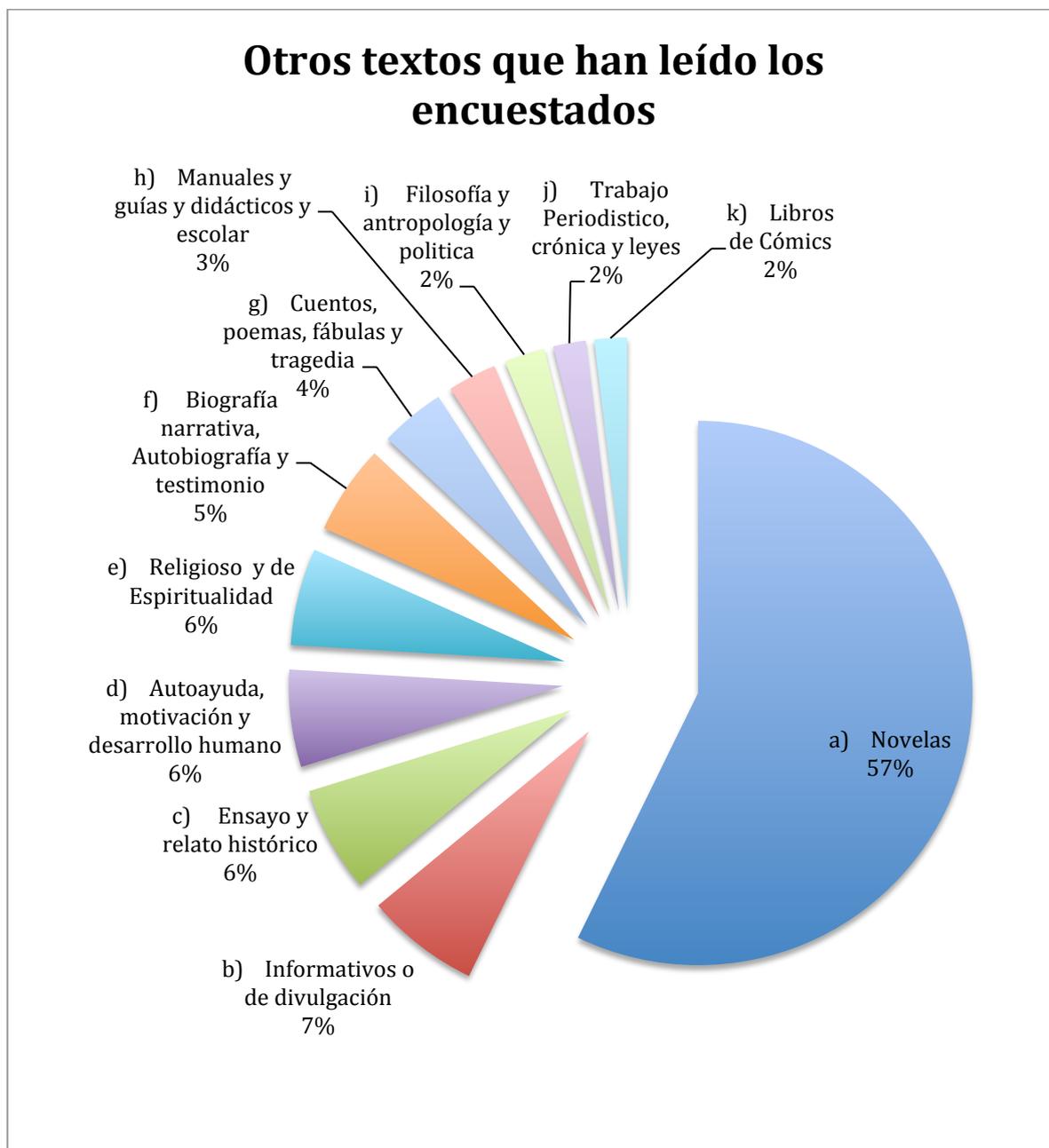
Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*Algunas respuestas no se graficaron ya que se redondearon al ser menores de 1%.

*La frecuencia es mayor a los 200 encuestados porque el total de datos es superior a la muestra pues seleccionaron más de una opción, sin embargo el la gráfica no afecta en los porcentajes por tomarse en cuenta las respuestas como individuales.

En cuanto a Otras opciones el 57% puso novelas y el 43% restante se divide en otras opciones como lecturas escolares o informativas (véase Gráfica No. 8.1).

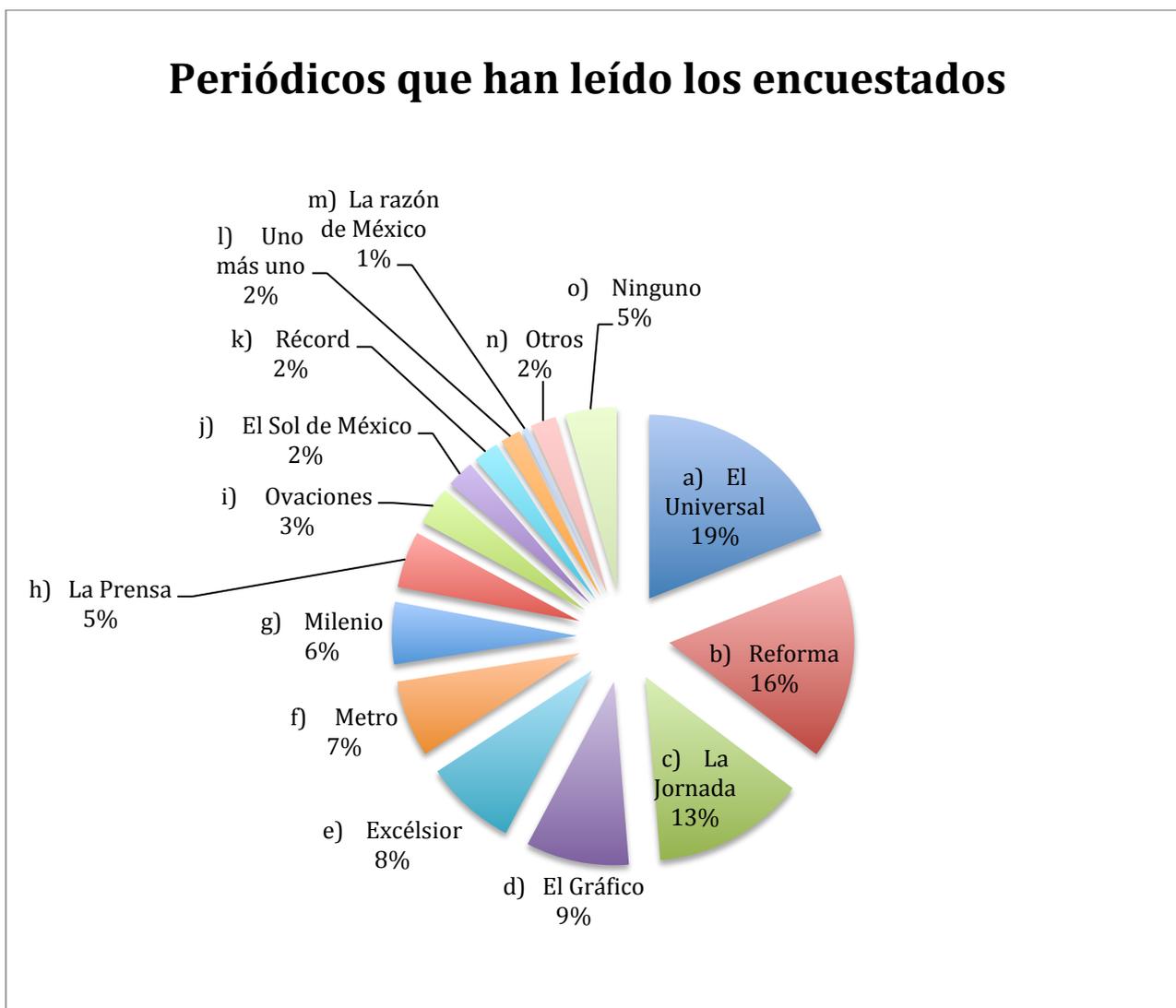
Gráfica No. 8.1



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

En la Encuesta Nacional de Lectura, los periódicos se colocaron en la primera opción del mexicano a diferencia del estudio que se realizó en esta investigación, sin embargo los periódicos sí estuvieron dentro de las tres primeras opciones con un 44.5% del total de encuestados, y en ese porcentaje, dijeron haber leído los siguientes periódicos: *El Universal*, seguido por *El Reforma*, *La Jornada* y *El Gráfico*, fueron seleccionados como los más leídos con un 59%, 51%, 41.5% y 28% respectivamente (véase Gráfica No. 9).

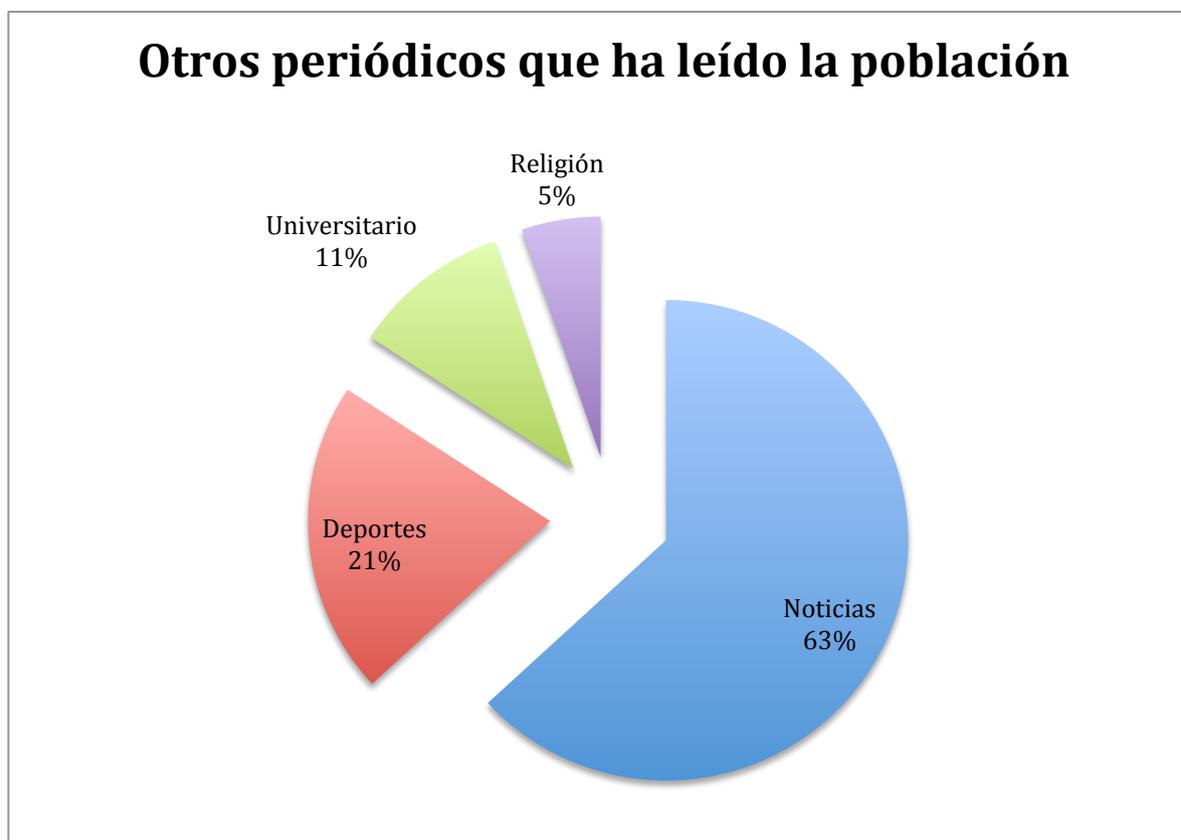
Gráfica No. 9



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

En lo referente a otros periódicos que leyeron los encuestados, tenemos que los que se dedican a las noticias tuvieron un 63%, seguido de los que se dedican a informar sobre deportes con un 21%, después le siguen los referentes a las gacetas universitarias con un 11% y por último tenemos a los de cuestión religiosa con un 5% (véase Gráfica No. 9.1).

Gráfica No. 9.1



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

Sin embargo lo que se reflejó en la investigación indica una preocupación pues el que se lean periódicos no precisamente son noticias culturales o informativas de tipo serio sino que son de notas escandalosas por lo tanto es perjudicial, ya que están incluidos de nota roja y puramente deportivos, es decir, gran parte de la información que consumen en general los capitalinos en cuanto a periódicos es de raquítica calidad para su desarrollo y formación. Así que varios que leen más periódicos en la CDMX, según lo que mostró a investigación, lo hacen por tres motivos; para informarse, por entretenimiento o por morbo.

Y aunque en el estudio se encuentran periódicos como: *El Universal*, *El Reforma* y *La Jornada*, los cuales son catalogados como serios por su nivel de información, no se dejaron de consumir este otro tipo de periódicos amarillistas. No podemos soslayar esto pues se reflejan tanto en el cuarto como en el sexto lugar de esta investigación con el *Gráfico* con el 28% y el *Metro* con el 21%

respectivamente. Lo cual es un promedio desalentador si hablamos de calidad de la información en general.

En cuanto al tipo de lectura denominado Historieta o Cómic observamos que se encuentra en el último lugar ya que obtuvo el 11.5% en la preferencia en medios impresos. En tanto que la Encuesta Nacional de Lectura del 2006 mostró un porcentaje similar con las historietas, con un 12.2%, lo cual muestra una leve disminución pero quiere decir que aún se consumen en gran medida las historietas o cómics en nuestro país.

En cuanto al tipo de historieta o cómic que se lee se encuentra en primer sitio el de Ciencia Ficción con un 21% seguido del de Aventuras o Acción con un 19.5% y en tercer lugar el Cómic o humorístico con un 18% (véase Gráfica No. 10).

Gráfica No. 10



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez

*Algunas respuestas no se graficaron ya que se redondearon al ser menores de 1%.

Si consideramos que el 39% dijo no leer ninguna historieta o cómic cuyo porcentaje absorbe el primero y segundo lugar juntos de los que sí leen, observaremos que en esta categoría de lectura tampoco se tiene una gran afluencia por parte de los mexicanos, pero que aún sigue con vida a pesar de los años y pese a las nuevas tecnologías ya que se sigue buscando el cómic a través de internet como apreciamos en la gráfica No. 6.1.

En cuanto a las Revistas se refiere tenemos en segundo lugar en la tabla general (véase Gráfica No. 5) con el 47% del total de los encuestados; los tipos de revistas que consumen son: Especializadas con el 52%, Informativas con el 16%, de Entretenimiento con el 15%, Deportivas con el 11%, el 5% dijo no leer ningún tipo de revista mientras que el 1% mencionó otras (véase Gráfica No. 11). Lo cual nos indica que no sólo se consumen poco sino que de nuevo se hace presente el factor de calidad en la información contenida en cada uno de estas clases de revistas de forma general.

Gráfica No. 11



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

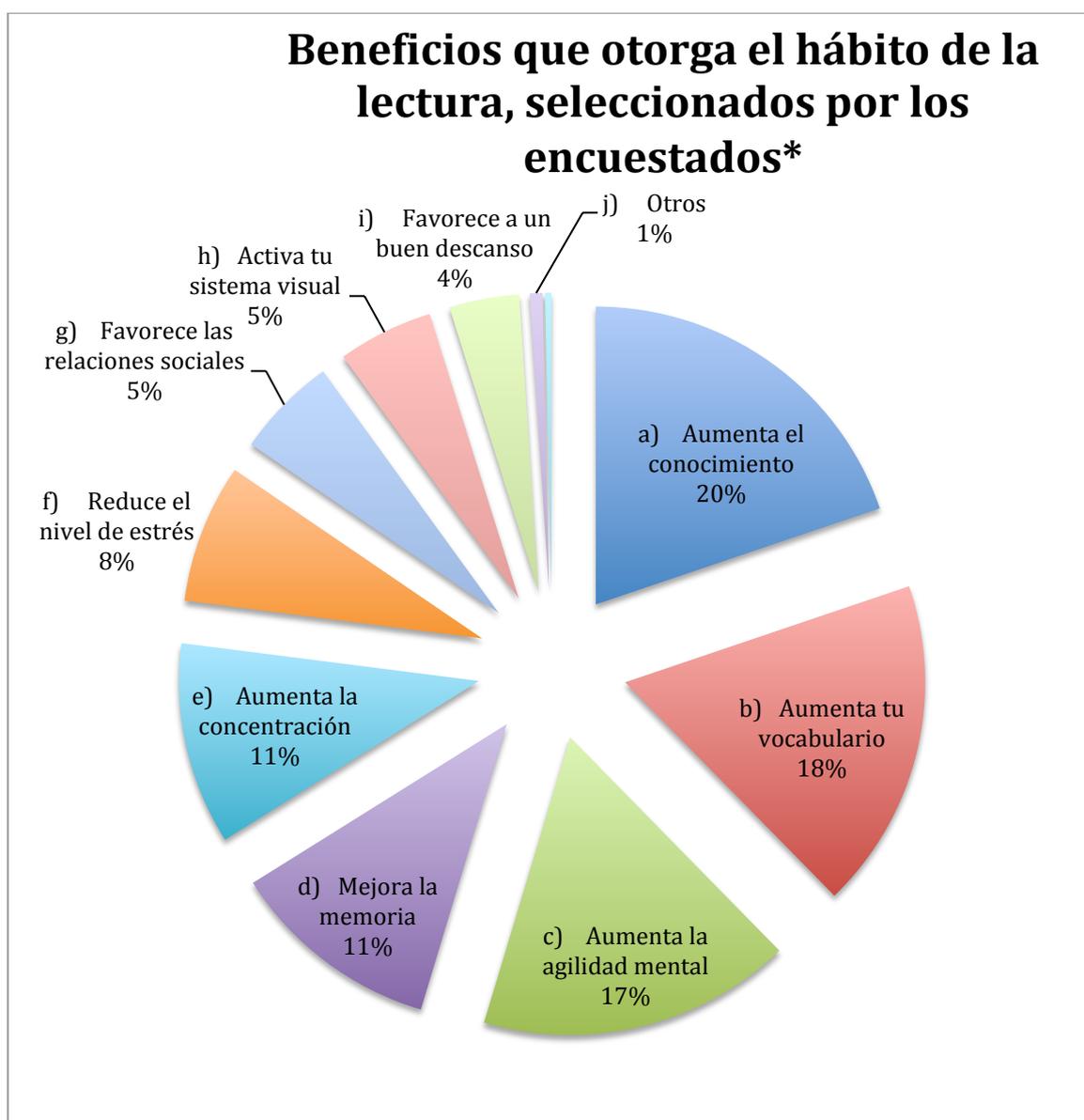
Según el Padrón Nacional de Medios Impresos⁷¹ la revista que más se vende en México es la *TV Notas*, de Editorial Notmusa, con un tiraje semanal de 624 mil 770 ejemplares de las cuales la entidad que recibe más ejemplares es la Ciudad de México, con 232 mil 938 y le sigue otra publicación también de Notmusa: *H para Hombres*, con 293 mil 305 ejemplares. Lo cual indica que a pesar de que se leen un número considerable de revistas en México, lo que se recibe también de las mismas es semejante a lo de los periódicos.

Los medios impresos y de internet promueven la lectura, pero se lee poco o no se tiene una constancia en el hábito de la lectura. Se pretende hacer un esfuerzo y es porque la mayoría sino es que todos los encuestados están consientes de que el hábito de la lectura trae bondades que se pueden aprovechar.

⁷¹ Observatorio de medios UIA. (Mayo 2011). Las revistas más leídas del país, <https://observatoriomediouia3.wordpress.com/2011/05/11/las-revistas-mas-leidas-del-pais/>, 7 de Abril de 2015.

La siguiente pregunta, de la encuesta realizada, presentó opciones diversas respecto a los posibles beneficios de la lectura y la respuesta fue la siguiente: en el primer sitio fue la respuesta: “Aumenta el conocimiento” con un 20% del total, en segundo lugar con 18% está “Aumentar el vocabulario” y le sigue en tercer sitio la respuesta “Aumenta la agilidad mental” con un 17% (véase Gráfica No. 12).

Gráfica No. 12



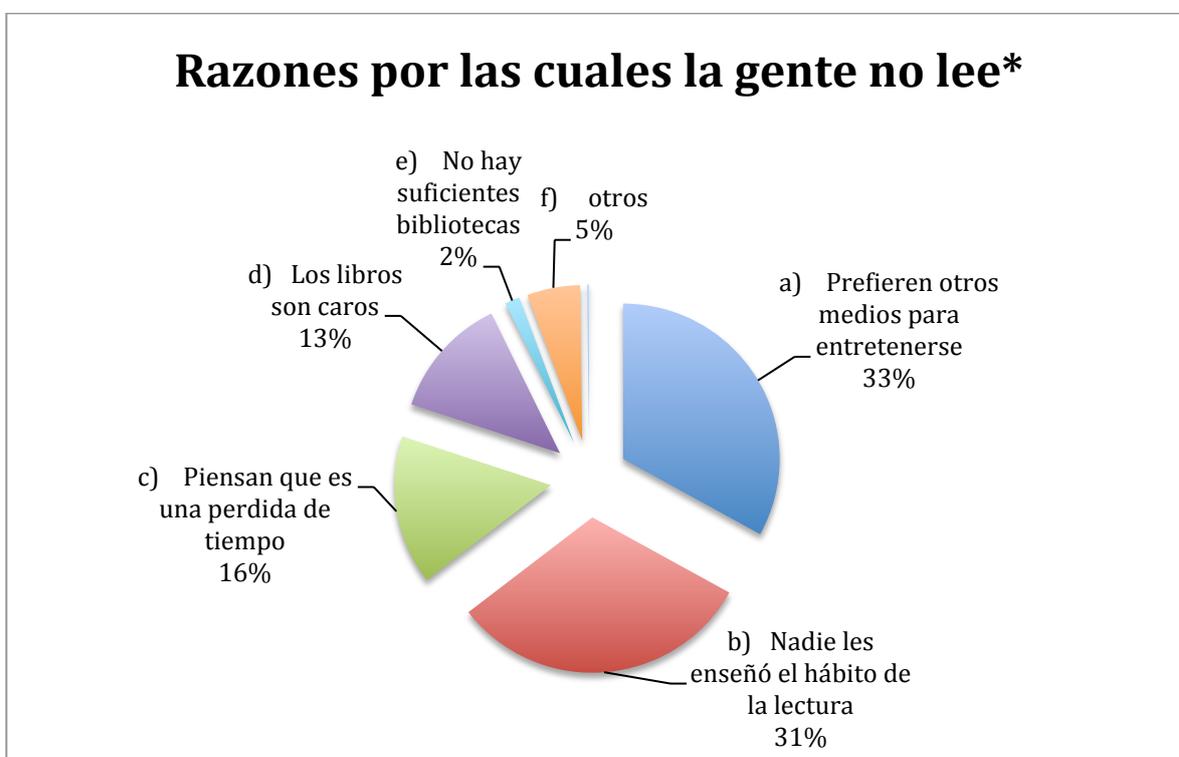
Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*Algunas respuestas no se graficaron ya que se redondearon al ser menores de 1%.

En el estudio se preguntó por qué la gente no lee, tomando en cuenta que estaban conscientes de la ausencia del hábito de la lectura en nuestro país, entre las opciones que se les dio se encontró que a la opción “Prefieren otros medios para entretenerse” está en primer lugar con un 33% al cual le sigue el de “Nadie les enseñó el hábito de la lectura” con un 31% y en tercer lugar “Piensan que es una pérdida de tiempo” con un 16% (véase Gráfica No. 13).

Si comparamos con la Encuesta Nacional de Lectura donde los tres primeros lugares a la pregunta ¿Por qué usted no lee o no leería? Se encontró que con un 61.5% está el primer lugar que se refiere a “La falta de tiempo” seguido del “Prefiero otras actividades recreativas” con un 37.3% y en tercer lugar el “No me gusta leer” con un 32.9%. Es decir, es bastante similar lo que se observó en el 2012 y lo que se pudo observar en este estudio realizado en el 2015 sobre las razones por las cuales no se tiene el hábito de la lectura.

Gráfica No. 13

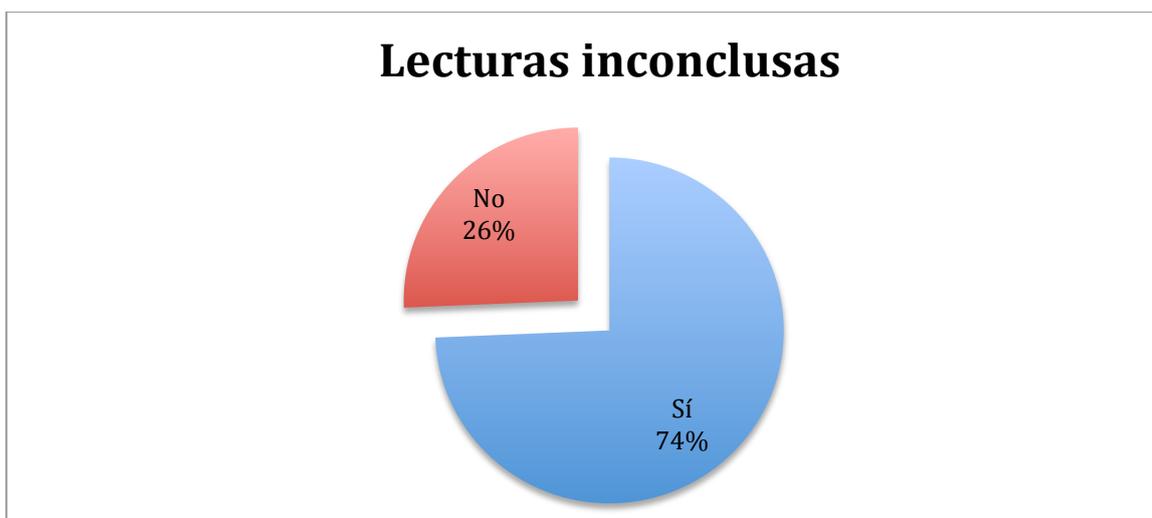


Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez

*Algunas respuestas no se graficaron ya que se redondearon al ser menores de 1%.

Por otro lado, como ya se mencionó, las personas que dicen leer también aceptan haber dejado alguna lectura inconclusa, es más es bastante grande el número que ha dejado alguna lectura sin concluir, lo que se pudo observar en esta pregunta es que el 71% dijo haber dejado alguna lectura inconclusa (véase Gráfica No. 14).

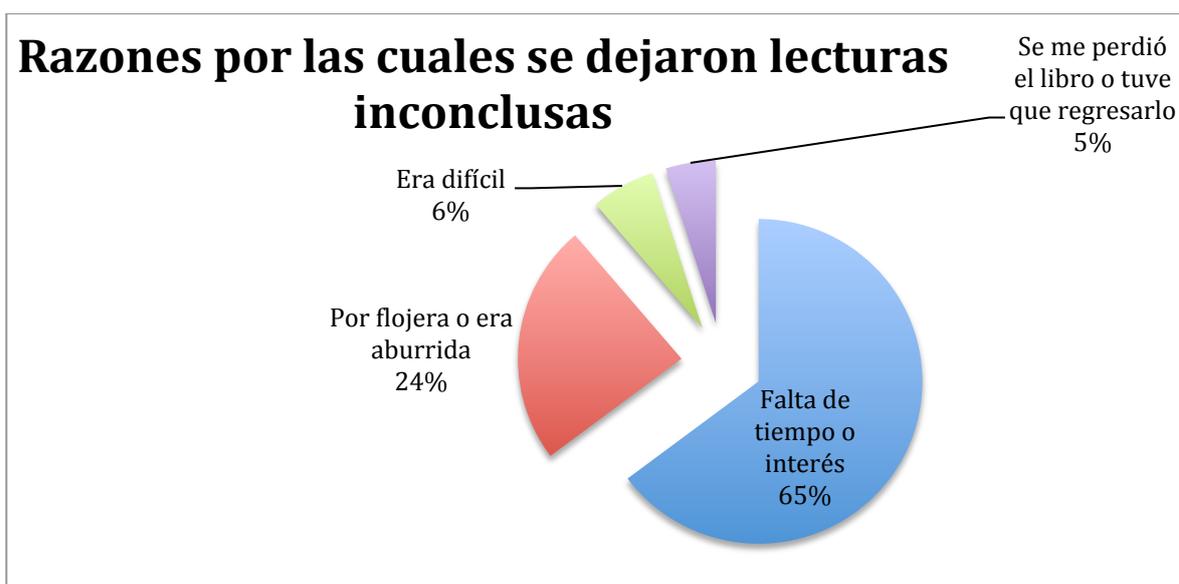
Gráfica No. 14



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

Y al preguntarles tanto las razones como el tipo de lectura lo que se encontró fue que en primer lugar fue por “falta de tiempo o falta de interés” siendo el 65% que contestaron esto, estando en segundo lugar “Por flojera o que era aburrida” (véase Gráfica No. 14.1).

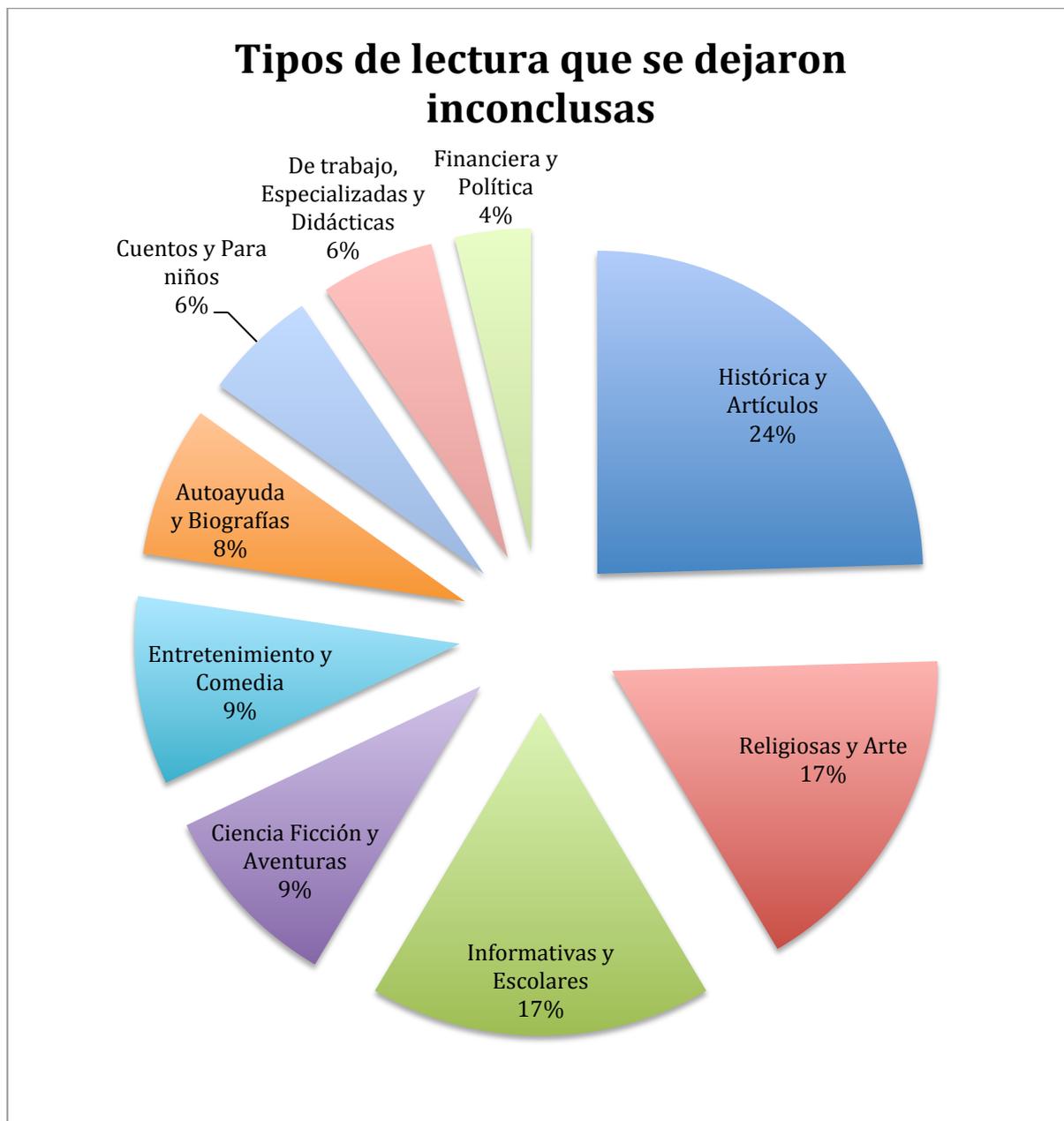
Gráfica No. 14.1



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

Y en cuanto al tipo de lectura, se mencionó que los dos primeros lugares los ocupan: “Histórica y Artículos”, seguida de “Religión y Arte” con un porcentaje de 24% y 17% respectivamente junto con “Informativas y Escolares” también con un 17% (véase Gráfica No. 14.3).

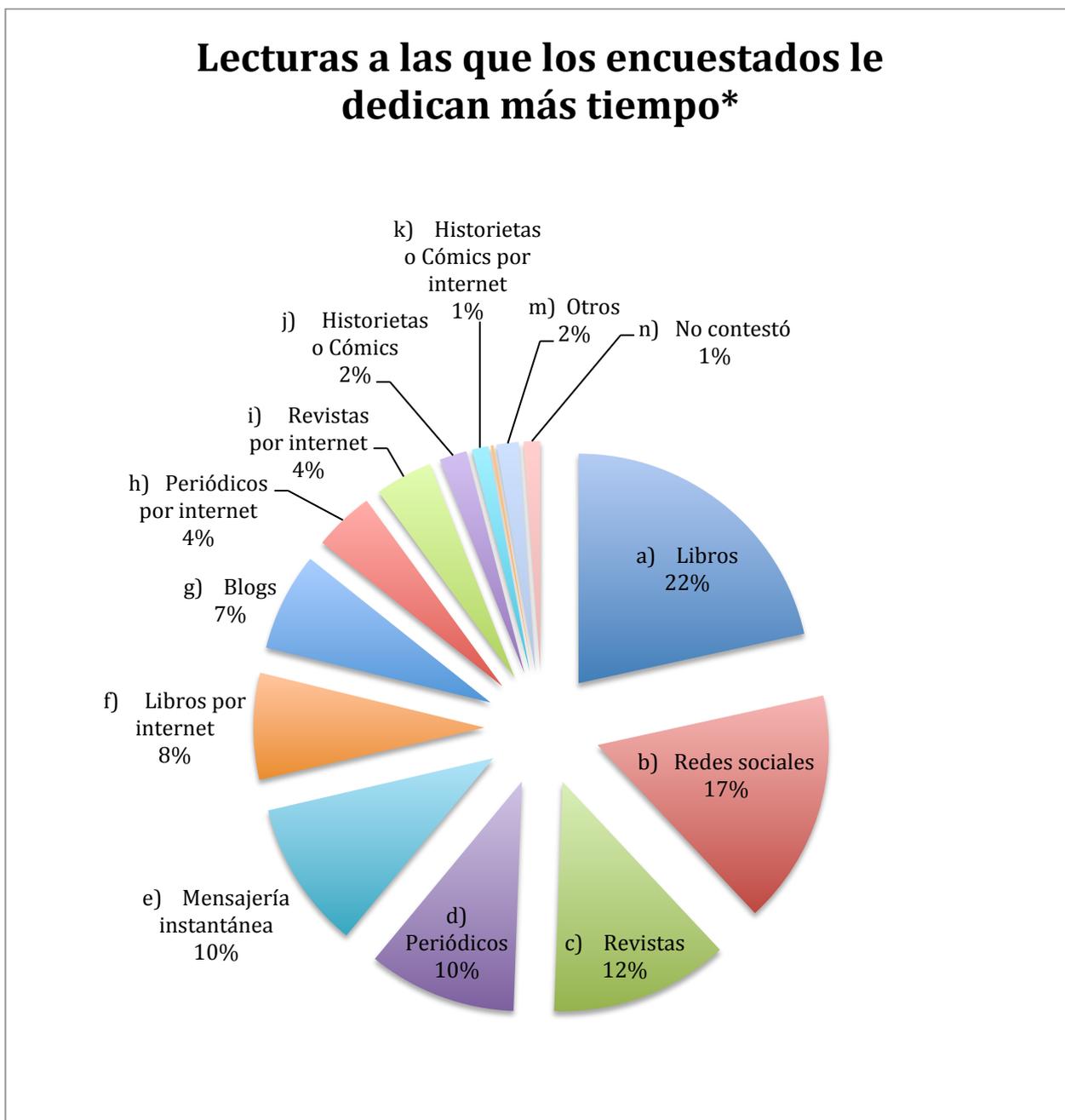
Gráfica No. 14.3



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

En esta investigación de campo se le preguntó dentro de toda la gama de las diversos tipos de lectura a cuál le dedicaban más tiempo y se observó lo siguiente: Los libros ocuparon el primer lugar con un 56% seguido de las redes sociales con un 43% y en tercer lugar tenemos a las revistas con un 32.5%, después de éstos, vienen los periódicos con un 27% y la mensajería instantánea con el mismo 27% (véase la Gráfica No. 15).

Gráfica No. 15

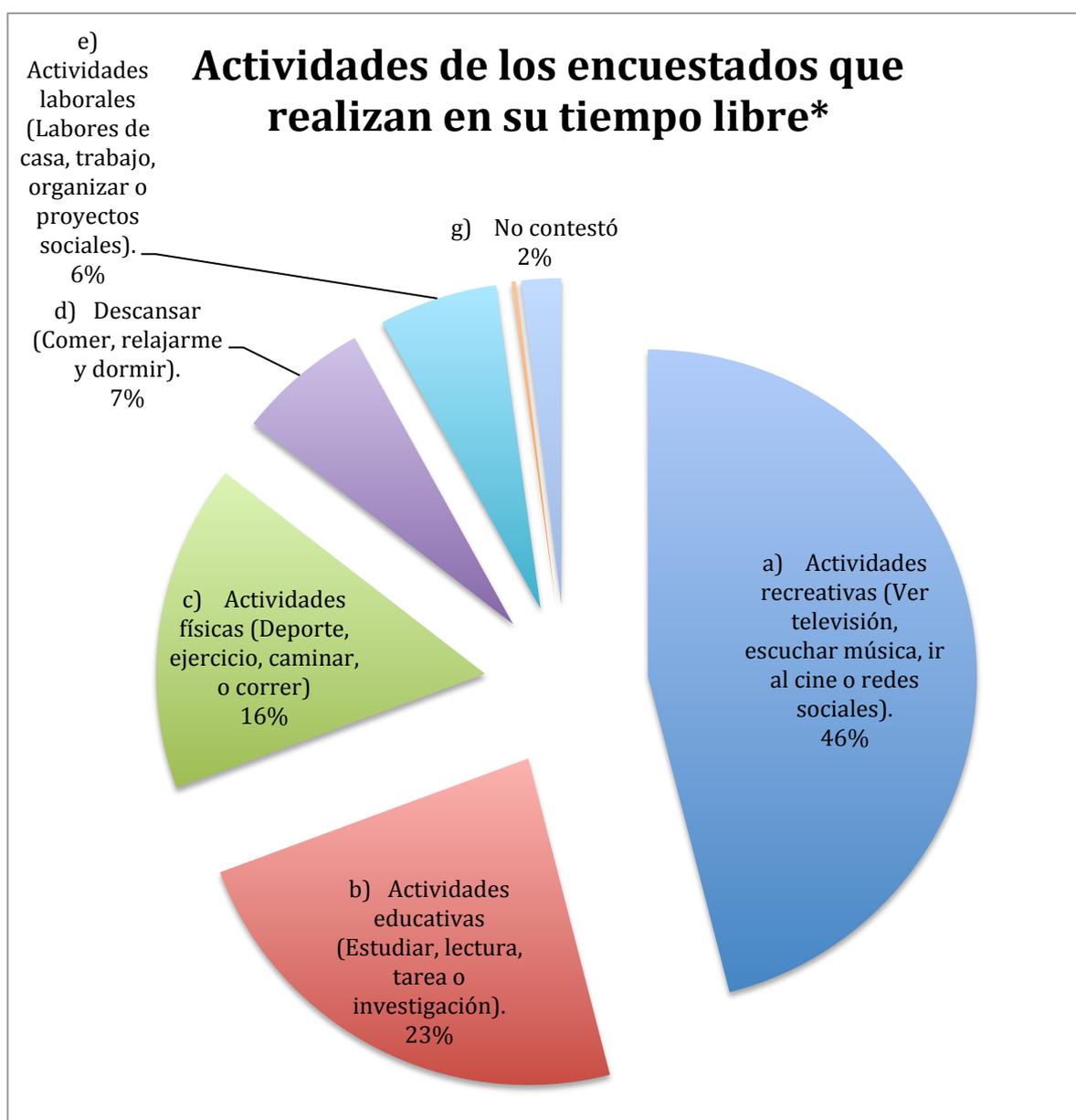


Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez

*Algunas respuestas no se graficaron ya que se redondearon al ser menores de 1%.

En la última pregunta acerca de las actividades que realizan en su tiempo libre se pudo observar que la mayoría de las personas lo dedican a actividades recreativas junto con educativas ya que varios de los encuestados toman en tiempo de estudio o de investigación como tiempo que tienen libre, pues lo ocupan entre tareas escolares y medios de entretenimiento, siendo éste el más frecuente con un 46% del total (véase Gráfica No. 17).

Gráfica No. 17



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de abril de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*Algunas respuestas no se graficaron ya que se redondearon al ser menores de 1%.

Se puede observar que en México se lee muy poco, aunque en la CDMX se lee más, no es un signo positivo pues al analizar lo que se lee realmente no es tan productivo para el lector sea en el tipo de lectura que sea.

Los mexicanos prefieren otro tipo de entretenimiento, incluso optan por un medio educativo diferente y más aún, no le interesa de forma significativa el informarse acerca de los acontecimientos que suceden día con día.

La conclusión de este capítulo deja una interrogante abierta ¿Qué tan cercana es la relación entre el hábito de lectura y la televisión? Pregunta que se podrá responder en el siguiente capítulo, sin embargo por lo que se observó, realmente hay una relación estrecha al menos en cuanto a las alternativas que se tienen y en cuanto a la riqueza del hábito en sí sólo se puede mencionar que falta un largo camino para que se pueda fomentar en nuestro país debido a factores externos relacionados con la educación, tanto familiar como escolar.

2.3 Propuestas sobre el hábito de lectura

El gobierno de nuestro país tiene conocimiento de la gran problemática que se tiene en cuanto al nivel de lectura, las encuestas realizadas nos evidencian como una nación de no lectores, dicha preocupación se ha visto reflejada en los múltiples esfuerzos que se han tratado de implementar desde campañas hasta proyectos, sin embargo ninguno de estos han podido cambiar el rumbo que lleva nuestro país al no interesarle la lectura benéfica.

Uno de los esfuerzos más recientes es el de la Secretaría de Educación Pública con “Premio al Fomento de la Lectura: México lee DGP” en el cual se otorgó un premio de \$30,000 para cada categoría, una colección de libros de las instituciones participantes, una beca para un curso o posgrado en temas relacionados con educación y cultura escrita, dependiendo de la oferta de las instituciones convocantes, de los intereses del premiado y de su trayectoria de estudios, concurso que se propuso en el 2015.

Pueden participar personas que promuevan la lectura en escuelas, bibliotecas, casas de cultura, salas de lectura u otros espacios de la comunidad y público en general, enviando un trabajo de máximo 20 cuartillas, que aborde cualquiera de los temas de las categorías abiertas a concurso: a) Fomento de la lectura en salas de lectura; b) Fomento de la lectura en las bibliotecas públicas; c) Fomento de la lectura desde la sociedad civil; d) Fomento de la lectura y la escritura en escuelas públicas de educación básica; y e) Fomento de la lectura y la escritura en otros espacios educativos; y f) Empresas que promueven el fomento de la lectura.⁷²

Resulta una convocatoria interesante ya que no es un premio que fomente la lectura directamente sino que va más allá y fomenta el esfuerzo por impulsar el hábito de la lectura, no se pueden ver los resultados todavía, pero es uno de

⁷² CONACULTA Secretaría de Educación Pública, (2015), Premio al Fomento de la Lectura: México lee DGP, http://sic.gob.mx/ficha.php?table=convocatoria&table_id=279, 2 de Septiembre de 2015.

los esfuerzos más importantes al menos de la SEP para contribuir animando a todos aquellos que se han esforzado por promover el hábito de la lectura.

Otro esfuerzo de la misma Secretaría fue el “Programa de Jóvenes Lectores” que se imparte en los planteles de educación media superior y está disponible en línea.

Este Programa está orientado a desarrollar las competencias para aprender y los procesos de razonamiento, a incrementar la cultura, el vocabulario y la capacidad de expresión oral y escrita, y a elevar la capacidad de reflexión y análisis, para tener un desempeño escolar exitoso, a partir de un adecuado aprendizaje en todas las disciplinas.

Un aspecto destacado de este programa es el énfasis que pone en la lectura recreativa, en fomentar el gusto por esta actividad y en favorecer que disfrutar de ésta. El programa busca también promover la formación de promotores de lectura que coordinen actividades de animación y recreación de la lectura de una manera atractiva, dinámica y divertida.⁷³

Sin embargo queda a disposición de los planteles, es decir, su eficacia depende directamente de quienes lo imparten o de la iniciativa del propio estudiante del nivel medio superior para que tenga una relevancia significativa, aunque por otro lado la falta de difusión también afectará los resultados del programa.

Otro de los esfuerzos más famosos de la SEP es el programa “Lee 20 minutos al día”, dicho programa fue propuesto por el gobierno anterior y es quizá el que tuvo más continuidad, el programa duró más de cinco años, sin embargo ha sido criticado por fomentar únicamente 20 minutos de lectura, aquí la explicación de cuando surgió en el 2010:

El 27 de agosto de 2010, en el último tercio de la segunda administración federal panista, la Secretaría de Educación Pública (SEP) lanzó el programa Estándares Nacionales de Habilidad Lectora con el propósito de fomentar la lectura entre los alumnos de primaria y secundaria, para que, con el apoyo de los maestros y los padres de familia, se mejorara la educación y se remediara los bajos índices de lectura. Tales fueron los anuncios, muy destacados en los medios. Pero tiene ya siete años desde ese último esfuerzo del gobierno por fomentar la lectura en México.

Dichos Estándares establecieron el número de *palabras leídas por minuto (PPM)* que, idealmente, debían alcanzar los alumnos durante la lectura asistida o controlada por sus padres. Para la primaria: de 35 a 59 palabras, los de primer grado; de 60 a 84, los de segundo; de 85 a 99, los de tercero; de 100 a 114, los de cuarto; de 115 a 124, los de quinto, y de 125 a 134, los de sexto.

⁷³ Secretaría de Educación Media Superior (SEMS) SEP, (2015), Programa de Jóvenes Lectores, http://www.sems.gob.mx/es/sems/Programa_de_Fomento_a_la_Lectura, 2 de Septiembre de 2015.

En el caso de los alumnos de secundaria, las metas se fijaron del siguiente modo: de 135 a 144 palabras para los de primer grado; de 145 a 154 para los de segundo, y de 155 a 160 para los de tercero.

El “acompañamiento” de los padres o tutores, durante la lectura de los alumnos, implicaba que vigilaran el cumplimiento de estos estándares. ¿De qué modo? Muy simple: cronometrándoles la velocidad lectora y calculándoles el número de palabras leídas. Si tal mecánica era incierta en sus alcances y resultados, y ni siquiera revelaba los argumentos pedagógicos sobre los que se apoyaban dichos Estándares, más enigmático resultó el “tiempo de lectura” que se estableció para llevar a cabo dicho ejercicio: *20 minutos*.⁷⁴

Se propone que las madres y padres, tutores o familiares dediquen 20 minutos diarios a leer con sus hijos:

1. Se sugiere que los adultos lean en voz alta los primeros cinco minutos, con la finalidad de que una lectura experimentada y adecuada vaya acercando a los niños y jóvenes al mundo de la lectura (si los padres no saben leer, sí pueden, sin embargo, escuchar la lectura de sus hijos y conversar sobre lo leído);
2. Posteriormente, el niño o joven deberá leer en voz alta durante los siguientes diez minutos;
3. Al finalizar la lectura, se recomienda que, por lo menos durante cinco minutos, los adultos platiquen con los niños o jóvenes sobre la lectura para que estos conversen sobre lo que han comprendido. Se sugiere generar una breve discusión sobre las inquietudes o reflexiones que generó la lectura;
4. Finalmente, se recomienda revisar con los niños o jóvenes las palabras que omitieron o que leyeron de manera incorrecta.⁷⁵

La propuesta se ve interesante en la aplicación sin embargo hay muchas interrogantes son las cuales fue cuestionada dicha campaña, por ejemplo y el tiempo exclusivo de 20 minutos, se puede limitar e incluso podrían llegar a pensar que es suficiente, por otro lado está lo que se debería de leer con los hijos, no hay un estándar y ni siquiera hay un modelo para ello, y por último y más importante, sigue estando en manos del lector, es decir, si los padres de familia no tienen iniciativa entonces el programa no se realizaría como se debe para obtener sus beneficios, y si no se tiene una educación desde los mismos padres, realmente jamás se podría ver con éxito dicha campaña.

Cabe decir que, cuando la SEP lanzó el programa de los Estándares, lo hizo con la colaboración del Consejo de la Comunicación / Voz de las Empresas, cuya campaña “Diviértete Leyendo” ha recurrido a representantes del espectáculo y el deporte que se asumen como voceros de la lectura y que,

⁷⁴ Juan Domingo Argüelles, EstePaís, (2015), Los veinte minutos: estándares, spots y simulacros de la lectura en México, <http://archivo.estepais.com/site/2015/los-veinte-minutos-estandares-spots-y-simulacros-de-la-lectura-en-mexico/2> de Septiembre de 2015.

⁷⁵ *ibídem*.

como tales, invitan a leer y a divertirse. En este sentido, la SEP buscó o simplemente encontró (no lo sabemos) una contraparte civil (y a la vez empresarial), a manera de agente coadyuvante, para echar a andar lo que se anunció tan *espectacularmente*.⁷⁶

El Consejo de la Comunicación propuso distintas campañas para el fomento de la cultura, desde el 2010 hasta el año 2016 “Leemos mejor día a día”, “Nosotros entre libros”, “Leer más” hasta “Lo que importa está en tu cabeza”. Esfuerzos que han sido impulsados por el gobierno en turno y también por iniciativas privadas.

El gobierno de nuestro país no es el único preocupado en el fomento a la lectura, algunas librerías, universidades y sociedad en general también se han ocupado en tratar de aportar lo que está en sus manos para poder realizar un cambio en ese rubro, sin embargo tampoco se han visto grandes beneficios por ser esfuerzos aislados y esporádicos.

Una de las campañas más recientes de la UNAM es “Perrea un libro” que básicamente lo que se hizo fue internarse en el mundo de los jóvenes con gustos musicales específicos, en este caso el reggaetón, buscarlos y demostrarles que las letras de los libros se pueden plasmar en la música de su agrado.

Lo interesante del ejercicio fueron dos cuestiones; la primera fue que en vez de esperar a que el posible lector tome la iniciativa como en las otras campañas en ésta se tomó la iniciativa y se fue en busca del lector, en su propio ámbito saliendo de la zona de confort de la simple promoción. Y la segunda, fue el “ruido” que causó al relacionar y combinar dos ámbitos aparentemente tan alejados, uno tan lejos de muchos jóvenes y otro tan criticado por su falta de respeto para muchos.

En entrevista con el diario *El Universal*, Aarón Polo López coordinador de extensión universitaria del Instituto de Investigaciones Filológicas, explicó que el video es la primera parte de “un proyecto específico que esperábamos como consecuencia que generara una discusión de la sociedad, para recoger todas las reacciones, sean positivas o negativas, y luego propiciar una discusión entre diferentes especialistas y el público en general”.⁷⁷

La campaña apenas se quedó en su primer etapa, sin embargo se vislumbró como un método efectivo para acercar a los jóvenes a los libros. Pero por otro lado uno de los contras de la campaña es que no por escuchar y bailar las letras sacadas de los libros necesariamente les nazca la necesidad de leerlo ya que hay toda una cultura detrás en ese medio, y también se necesita un

⁷⁶ *Ibídem*

⁷⁷ Redacción AN. Aristegui Noticias, (2015), La UNAM promueve la lectura a ritmo de ‘perreo’, <http://aristeguinoticias.com/0804/lomasdestacado/la-unam-promueve-la-lectura-a-ritmo-de-perreo/> 2 de Septiembre de 2015.

modelo más amplio para fomentarla, pese a esto resultó interesante para algunos medios.

Ejemplos hay bastantes, desde los propuestos por el gobierno hasta los que salen de las iniciativas privadas, desde los que no tuvieron tanta proyección en los medios como los que gastaron mucho dinero en promoción, desde las ferias de libros de cada año hasta los ejemplares gratuitos o de préstamos como los impartidos en el Transporte Colectivo Metro del Distrito Federal, en fin, sí han sido muchos los esfuerzos, sin embargo estos son aislados y sin una continuidad importante, es posible que alguno de ellos que lleve más de tres años sí tenga alguna repercusión pero la mayoría no lo tiene porque así como se presentan desaparecen.

En segundo lugar con un 23%, piensan que le hace falta difusión, creen que si la población conociera más acerca de la lectura podría despertar el interés, así como se le hace promoción a otras actividades o productos para su consumo, piensan que ayudaría bastante el que se le dé la misma importancia a la lectura.

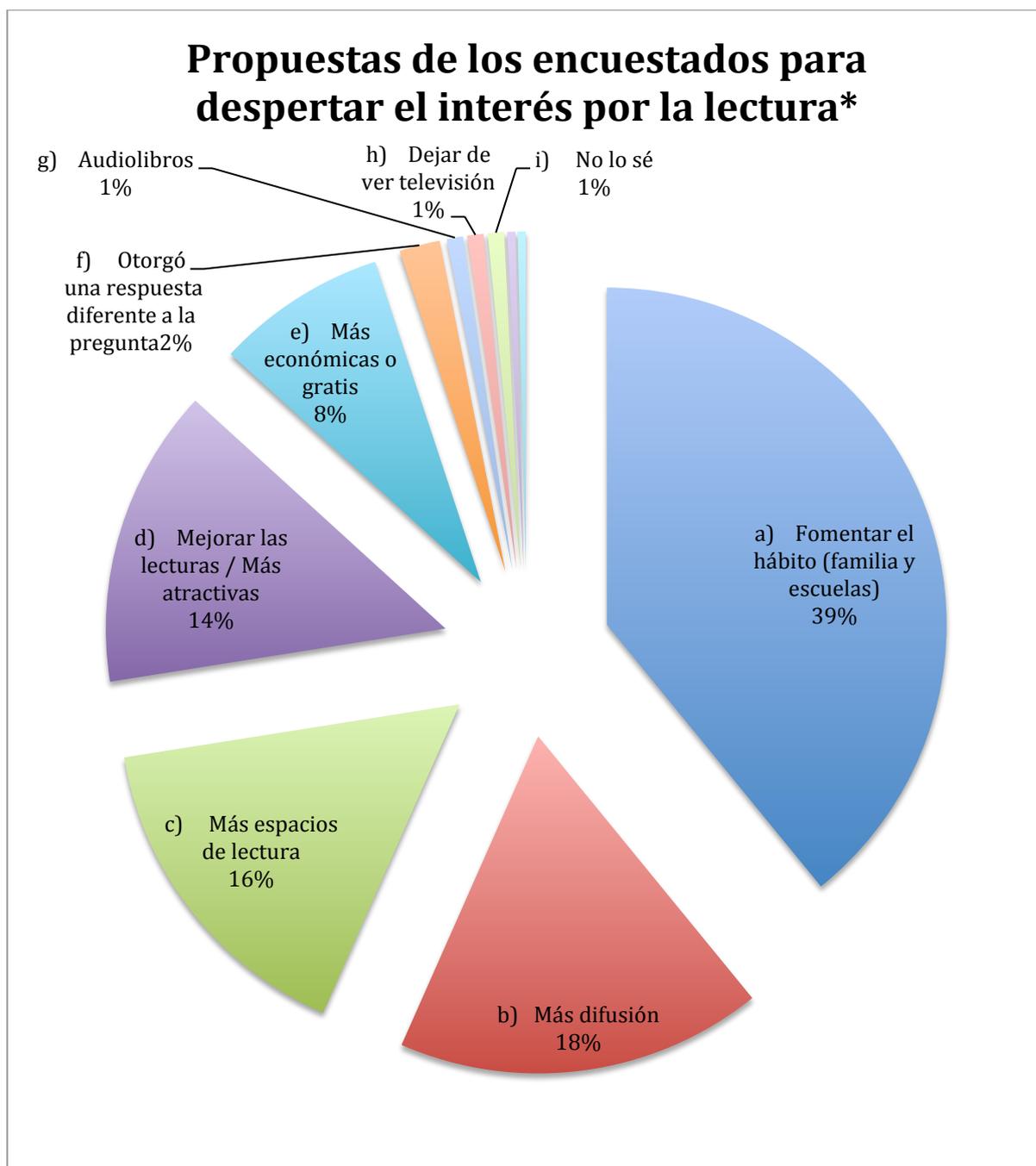
El tercer sitio lo ocupa el hecho de tener más espacios para la lectura, el 21% de los encuestados cree que no se tienen suficientes espacios para conseguir libros ni para consultarlos, piensan que debería ser gratuito y no sólo proporcionado por las escuelas, propusieron que hubiera más lugares en donde la gente pueda leer, consultar y adquirir libros.

El cuarto lugar lo ocupa la propuesta de mejorar las lecturas, el 19% piensan que la razón por la cual las personas no leen es porque los libros no son lo suficientemente atractivos, ellos proponen que las lecturas sean más interesantes, piensan que las propuestas que existen no son lo suficientemente buenas como para que despierten el interés de adquirirlas.

El 11% propuso el poner un precio más accesible para las lecturas, ellos creen que los libros son muy caros y por eso son poco accesibles para los posibles lectores, algunos incluso pusieron que les gustaría que los libros fueran gratuitos que de esa forma la lectura llegaría a más personas, mismas que aunque tengan la intención de leer no lo pueden hacer por su costo.

Los cinco siguientes lugares en los resultados de la encuesta con un 3% el sexto y con 1% los restantes contestaron lo siguiente: el sexto sitio no contestó la pregunta, el séptimo sitio, propuso a los audiolibros como respuesta a la problemática, el octavo sitio, le achacó el problema a la televisión, propuso que se dejara de ver la programación televisiva y que ese tiempo se le dedicara a la lectura, el noveno lugar, simplemente mencionó que no sabía, es decir, no dio ninguna propuesta ya que no pensó en una y por último el décimo sitio propuso internet gratuito ya que piensan que con ello se llegará a leer aunque sea en sitios web (véase Gráfica No. 16).

Gráfica No. 16



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México el mes de abril de 2015, a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*El porcentaje es superior al 100% porque los encuestados seleccionaron más de una opción.

*Algunas respuestas no se graficaron ya que se redondearon al ser menores de 1%.

Si hacemos una combinación entre las diferentes propuestas y lo que ya se ha realizado, tomando en cuenta todos los intentos fallidos, se puede observar que la intención está presente, así como interés en el hábito en sí. Sin

embargo, no se podría solucionar el problema con una sola campaña y mucho menos haciendo esfuerzos aislados. Se necesitan transformaciones en diversos ámbitos para poder realizar una reforma y educar a los mexicanos para generar y fortalecer el hábito de la lectura.

Se puede observar en las respuestas otorgadas, que el hábito de lectura es muy importante para los encuestados, incluso, en la mayoría de los casos se tiene conocimiento de sus beneficios, sin embargo, no se enfocan en ella como una práctica constante para obtener sus frutos para el bienestar personal y como sociedad, pues no saben cómo hacerlo. Tenemos un ejemplo visible en la penúltima respuesta, si recordamos fue la siguiente: ¿Qué propuestas daría para despertar el interés por la lectura? Y las dos primeras respuestas son muy superfluas, sólo indican que se debe fomentar y difundir, y es hasta la tercera en donde proponen más espacios de lectura. Los porcentajes de la primera y segunda sumados dan el 57%, lo que indica que más de la mitad de los encuestados, a pesar de que desean que se propague el hábito, no tienen idea de cómo hacerlo.

En conclusión, de acuerdo al estudio de campo, la muestra conformada por las 200 personas encuestadas, están de acuerdo en que la lectura proporciona beneficios extraordinarios para el crecimiento cultural y educativo de los individuos, por lo que se mencionó en la encuesta, sin embargo no poseen el hábito, reflejo de la última pregunta, ¿En qué utilizas el tiempo libre? Ya que la respuesta con un 46% no fue la lectura, siendo la de mayor frecuencia, sino la televisión, el cine, las redes sociales o algún otro medio recreativo, seguido de labores escolares o actividades físicas, es decir, que si realizan la lectura, no es por un hábito benéfico y placentero sino que es por obligación escolar de acuerdo al resultado de las respuestas.

3. El hábito de ver la televisión en México

La televisión es un medio de comunicación que está presente en casi todos los hogares mexicanos y a pesar de las nuevas tecnologías y de los nuevos medios, sigue estando en la preferencia de la mayoría. Es un medio que tiene la capacidad de transmitir contenido y puede generar un impacto fundamental en cada uno de los televidentes. Forma parte importante del ser humano ya que está presente en cada etapa y en cada momento de su vida, teniendo gran influencia en su formación y en su desarrollo.

La televisión, por su permanencia en la vida cotidiana del sujeto ayuda a la construcción de su realidad que hace en su pensamiento, pues se suma junto con los demás medios masivos de comunicación, los maestros, los padres, hermanos, amigos, y con los sujetos contemporáneos que coexisten con el sujeto, de los que recibe información objetiva de sus experiencias sociales y recibe imágenes de la vida. La televisión le permite conocer clases de personas e incluso de diferentes países y aspectos que difieren al de su entorno directo.

Ofrece un espectro cultural incontable, por los elementos recurrentes entre lo vivido por los sujetos y lo representado por la televisión. De este modo la televisión forma parte importante en la vida cotidiana del sujeto y en la conformación de su visión del mundo.⁷⁸

La televisión, que materialmente es consumida por la población, forma parte de la vida cultural de nuestra sociedad, es un agente de educación informal, lo que la constituye en una institución clave de nuestro sistema político y económico.⁷⁹ Por lo tanto, la televisión es más que un medio por el cual se pueden obtener cierta información, también es un ente que afecta o beneficia directamente a todo aquel que lo recibe.

Asumir a la audiencia como sujeto – y no sólo objeto – frente a la televisión supone, en primer lugar, entenderla como un ente en situación y, por tanto condicionado individual y colectivamente. En segundo lugar, supone entenderla como sujeto que se “va construyendo” como tal de muchas maneras y diferenciando como resultado de su particular interacción con la televisión y, sobre todo, como consecuencia de las diferentes mediaciones que entran en juego en su proceso de recepción. Es en este sentido que la audiencia de la televisión no nace sino que se hace.⁸⁰

⁷⁸ Ahumada Barajas, Rafael, *T.V., su influencia en la percepción de la realidad social*. México, D.F.:UNAM, Facultad de Estudios Superiores Aragón: M. A. Porrúa, 2007, p. 48.

⁷⁹. Ahumada. *op. cit.*, p. 53.

⁸⁰ Orozco Gómez, Guillermo, *Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo*, Ediciones de la Torre ;México: Universidad Iberoamericana, 1996, p. 32.

La televisión es a la vez un medio técnico de producción y transmisión de información y una institución social, productora de significados, definida históricamente como tal y condicionada política, económica y culturalmente. Esta dualidad de la tv le confiere un carácter especial y la distingue de otras instituciones sociales, a la vez que le da ciertos recursos técnicos para aumentar su poder legitimador frente a la audiencia.

Además de permitir una “reproducción” de la realidad con mucha fidelidad, permite al medio televisivo “provocar” una serie de reacciones en su audiencia; algunas de carácter estrictamente racional, pero otras fundamentalmente emotivas.⁸¹

La actividad de la audiencia se lleva a cabo de distintas maneras. Mentalmente, los miembros de la audiencia frente al televisor se “enrolan” en una secuencia interactiva que implica diversos grados de involucramiento y procesamiento del contenido televisivo. Esta secuencia arranca con la atención, la comprensión, la selección, la valoración de lo percibido, su almacenamiento e integración con informaciones anteriores y finalmente, se realiza una apropiación y una producción de sentido.⁸²

Es por lo anterior que se le puede sacar mucho provecho, se puede utilizar para fines positivos y por lo tanto puede ayudar al desarrollo de la sociedad, presentando contenidos de calidad y hasta educativos. Sin embargo, no siempre es así, de hecho la mayoría de los programas no aprovechan este medio tan influyente para generar conciencia, educar o promover valores, la mayoría lo que hace es sacarle provecho sólo al entretenimiento y casi siempre de mala calidad y poco inteligente, con fines de lucro evidentes.

La televisión en México, como en varias partes del mundo, es más visto como un negocio al cual se le puede sacar provecho económico y político; ya que a los altos costos de publicidad tanto en televisión abierta como de paga hacen que la programación sea muy rentable para las diferentes empresas que quieran mostrar sus productos. Así como el manejo de información que le convenga a ideologías partidistas o de gobierno en turno.

El poder de la televisión si bien no es monolítico, sí se mantiene firme debido a las alianzas no explícitas entre los dueños de las empresas televisivas y el grupo gobernante. La acumulación de poder por parte de la televisión constituye un desafío al avance democrático de la sociedad que, en tanto audiencia, diariamente se enfrenta a la pantalla, por lo que este poder requiere ser puesto al descubierto y controlado socialmente como condición indispensable para que una sociedad “pueda llegar a buen fin”.⁸³

⁸¹ Orozco, *op. cit.*, p. 33.

⁸² Orozco, *op. cit.*, p. 35.

⁸³ Orozco *op. cit.*, p. 180.

La televisión como cualquier factor que actúa sobre la formación de la opinión pública, es indispensable para la convivencia democrática de las personas. Eso es algo que se ha aprendido bien; que el poder no puede nunca dejarse en unas solas manos sin control como ocurre en los regímenes totalitarios.⁸⁴

Sin la competencia de los profesionales de la comunicación ejercida con sentido democrático, el poder de la televisión seguirá en aumento, y será más difícil contrarrestarlo socialmente. También son los comunicadores los que pueden impulsar la educación para los televidentes, junto con otras asociaciones civiles, son los más idóneos para fortalecer una cultura crítica de la audiencia.⁸⁵

Este medio de comunicación tan importante al menos en nuestro país no ha sido desplazado por ningún otro medio a pesar de la diversidad que se encuentra en las nuevas plataformas y ni el internet con su libertad para publicar ha podido desplazarlo, aunque sí le ha quitado gran número de audiencia sigue siendo y será por mucho tiempo el favorito de gran parte de los mexicanos. Por lo mismo, sigue siendo importante su impacto y su influencia en la sociedad de nuestro país.

La influencia de la televisión tampoco es monolítica debido a que la televisión como institución social no está sola. Coexiste al lado de otras instituciones como la familia, la escuela, el sindicato, la iglesia, el partido político, los movimientos sociales, etc., con las cuales compite por hacer valer sus significaciones y predominar en la socialización de los miembros de la audiencia.⁸⁶

Si a todo lo anterior le añadimos que existen pocas opciones para ver; significa que, al menos en la televisión abierta, hay pocos programas que transmiten cierta forma de pensar y que debido al duopolio dominan lo que se quiere decir a través de los programas que están hechos para informar. Además los programas que están hechos para entretener lo hacen sin la menor preocupación por sus contenidos mostrando así la pobreza cultural que se tiene en nuestro país como reflejo de todos los problemas socioeconómicos que padecemos como sociedad.

Sin embargo, existen pocas opciones que se ven afectadas por la programación de las grandes televisoras y a pesar de eso ahí están, aportan información objetiva y entretienen al tomar en cuenta las necesidades del televidente de reflexión y análisis, que educan con creatividad y que emiten programas ingeniosos y con contenido de calidad, al fomentar valores o transmitiendo herramientas para el desarrollo personal del auditorio que los consume, pero desafortunadamente son muy pocos y son desplazados por las

⁸⁴ Ahumada. *op. cit.*, p. 51.

⁸⁵ Orozco. *op. cit.*, p. 189.

⁸⁶ Orozco. *op. cit.*, p. 35.

grandes compañías, problema que no se ha resuelto y que se ve complicado resolver.

La televisión mejorará cuando de verdad haya un orden plural y competitivo estimulado por la concurrencia de las televisiones privadas. La televisión privada no mejora, si acaso promete bajar el nivel de los productos televisivos. Se dirá que las televisiones privadas son una cosa y la competencia son una cosa diferente.⁸⁷

3.1 Beneficios y perjuicios del hábito de ver televisión

Generalmente en México se piensa en la televisión como un medio negativo por todos los años en los que un duopolio ha presentado programación, en su gran mayoría, de mala calidad o de contenido pobre para el televidente, sin embargo no podemos dejar de lado que a pesar de ese tipo de programas han existido opciones, aunque pocas, muy buenas y de mucha calidad, cumpliendo una función real por la cual el medio debería de existir pues lo lleva a un bien que debemos procurar.

La televisión beneficia y perjudica, ayuda y hace daño. No debe ser exaltada en bloque, pero tampoco puede ser condenada indiscriminadamente.⁸⁸ La prueba de que la televisión es sólo un medio está en que en otros países como Inglaterra o Estados Unidos han logrado tener programación de calidad tanto para informar como para entretener y educar. Medio en el cuál podrías afectar o beneficiar según lo que muestres y transmisor por el cual se pueden otorgar grandes beneficios o grandes perjuicios para todo aquel que lo reciba.

La televisión en nuestro país está estigmatizada, sin embargo puede cubrir perfectamente una opción clara y óptima para transmitir todo lo que se desee de forma visual y muy creativa, para que el televidente aprenda, se informe o se entretenga llenando así un mundo de necesidades de la mejor forma. Y para ello, como para todo, la calidad es indispensable, sigue siendo un factor determinante para lograr lo mejor posible la transmisión, calidad tanto en contenido como en producción.

La calidad es uno de los elementos que todo responsable de una compañía debe tener en cuenta a la hora de desarrollar su gestión. La diversidad es tomada como nota de calidad cuando se evalúa la programación. Con el desarrollo de la tecnología, diversidad no se refiere al número de canales disponibles para el público sino a la variedad de opciones, géneros, temas y perspectivas al que la audiencia tiene acceso en un momento determinado.

⁸⁷ Sartori, Giovanni. *Homo videns: la sociedad teledirigida. México, Punto de lectura, 2006*, pp. 140 y 141.

⁸⁸ Sartori, *op. cit.*, p. 42.

Este aspecto es el más fácil de establecer y de medir y el que además permite comparaciones entre las programaciones de varios países.

La valoración de la calidad de los programas de televisión debe contemplar varias premisas. En primer lugar, la aceptación de los distintos “juicios” provenientes de las personas que los valoran. También hay que admitir que hay aspectos de la valoración de los programas más fácilmente cuantificables, como el número de personas que ve un programa o los costos de producción. Y, sin embargo, hay otros elementos más complicados de medir, como la influencia –positiva o negativa- que un espacio televisivo puede ejercer en los espectadores.

Estas dificultades no impiden establecer parámetros para valorar la calidad de los programas de televisión y establecer por qué un programa puede recibir la denominación de calidad y otro no. De acuerdo con Teresa Ojer, se consideran cinco elementos como fundamentales para juzgar la calidad de los programas: su género, su realización técnica, la opinión de la audiencia, los premios obtenidos y las críticas recibidas.

Para que un programa sea considerado “de calidad” debe obtener la valoración positiva en estos cinco parámetros. No parece lógico que pueda existir un programa “de calidad” que destaque en cuatro de los elementos y en uno de ellos sea deficiente. Existe ese “algo” común en los programas “de calidad” que hace que todos los sectores (Gobierno, profesionales, anunciantes y audiencia) implicados en su valoración estén de acuerdo.

Otro elemento clave en la evaluación de los programas de televisión es su realización técnica. Este campo tiene en cuenta todos los aspectos que intervienen en la producción de un programa. Por ejemplo, la iluminación, el sonido, el montaje, el vestuario, el maquillaje, los decorados, los actores, etc. En la emisión no debe haber interferencias y la iluminación, el sonido y el contenido deben estar coordinados e integrados armónicamente. Otros aspectos a tener en cuenta son los movimientos de cámara, los planos y los efectos especiales. También es importante la interpretación de los actores o la labor del presentador.

El público puede expresarse de diversas maneras, aunque uno de los aspectos que más se tiene en cuenta es el número de personas que decide ver un programa. Además del dato cuantitativo, el grado de estimación que la audiencia tiene de los programas de televisión es un bien apreciado entre los emisores (y anunciantes), ya que les ayuda a conocer con mayor profundidad las tendencias en los gustos del público, y a desarrollar estrategias futuras de programación.

Las críticas que un programa de televisión recibe son importantes por la influencia que pueden ejercer en el lector del medio en el que se publican y en el espectador –o futuro espectador- del programa criticado. En este sentido, las críticas pueden fomentar la visión de un determinado espacio televisivo o disuadir a la audiencia de hacerlo. Generan opinión pública, aunque no se ha precisado con exactitud la relación entre crítica y audiencia en televisión.

Para atribuir el valor correcto a las críticas habría que analizar la formación de los críticos, su modelo de calidad televisiva y el objetivo de sus opiniones, ya que muchas veces van encaminadas a verter comentarios negativos sobre los programas o cadenas de televisión que no pertenecen al grupo de comunicación para el que trabajan.

Estos cinco factores se convierten en desafíos de mejora para la industria televisiva. La inversión en géneros de calidad realizados de manera sobresaliente tendrá la recompensa de una valoración positiva de la audiencia, tanto cuantitativa y cualitativamente, su reflejo en los premios conseguidos y el reconocimiento de la crítica.

Una televisión de calidad es posible. Pero, como todas las cosas fundamentales en la vida implican dedicación y esfuerzo por parte de todos los sectores implicados. Es necesario un Gobierno valiente, que desarrolle un sistema legislativo claro e imparcial que vele por los intereses del ciudadano. También los profesionales deben intentar superarse en cada proyecto y establecer los parámetros que rijan las opciones a las que tiene acceso el público.

Una empresa televisiva de calidad siempre será rentable y además cumplirá con su función social y democratizadora, de acuerdo a la autora de "Televisión de Calidad". Además, la diversidad no vendrá determinada por el número de canales disponibles sino por la variedad de formatos, géneros y enfoques donde un espectador en un momento dado puede elegir. El reto de construir una televisión de calidad merece la pena. Las cuatro horas que invertimos delante de la televisión, según Teresa Ojer, nos podrían convertir en mejores personas.⁸⁹

Podemos observar que por un lado la televisión nos puede proporcionar grandes beneficios si la sabemos utilizar correctamente, pero no es el único medio por el cual se puede beneficiar el mexicano y mucho menos es el único por el que se puede transformar el otro hábito, el de la lectura, esto por tener ventajas y desventajas como todos.

Según la encuesta en 2012 de Ibope Media, la televisión abierta, sigue siendo el medio de comunicación de mayor penetración (95%) y la televisión de paga (71%), superando aún la penetración del Internet (56%) que está en creciente alza.⁹⁰ Una proyección realizada por la consultora NexTV Latam publicada en el portal de Elogic, menciona que para el 2015, el 85% de los hogares de América Latina tendrían servicios de televisión digital. Sin embargo una año después de esa proyección, en 2016 y muy cerca de la predicción, en México

⁸⁹Ojer Goñi Teresa. (2010).Televisión de calidad: una realidad posible. <http://www.nuevarevista.net/articulos/television-de-calidad-una-realidad-posible>. 5 de Junio de 2014.

⁹⁰ Torres Arosemena Claudia. (2012). Ventajas y desventajas de la Televisión en la Educación. <http://formared.blogspot.com/2012/10/ventajas-y-desventajas-de-la-television.html>. 5 de Junio de 2014.

aún hay 2.3 millones de hogares que no cuentan con un televisor digital, que representan el 7.3 por ciento del total de hogares, reflejó la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2016.⁹¹

A pesar de esto, nos llama a reflexionar de la cantidad de tiempo que nuestros alumnos e hijos pueden pasar frente a la televisión, por lo tanto hay que analizar sus ventajas y desventajas según Claudia Torres, autora del libro *Ventajas y desventajas de la televisión en la educación*:

Ventajas:

- Sano entretenimiento (Dependiendo del tipo de programa, puede causar relajamiento y entretenimiento)
- Alto contenido de motivación: Al combinar imágenes, texto, animaciones, es más atractivo para su receptor y por lo tanto tiene mayor estímulo que con otros medios.
- Contribuye al desarrollo de la capacidad de escuchar, observar y relacionar.
- Proporciona una base correcta para el desarrollo del pensamiento conceptual y facilita la comprensión de un tema en particular, por ejemplo podemos ver un documental de un hecho histórico con todos los detalles o podemos visitar un museo y conocer todos sus rincones
- Puede utilizarse como recurso educativo: Por ejemplo en Ecuador desde principios de octubre del 2012, se ha empezado a transmitir un proyecto denominado Educa, televisión para aprender, transmitido como parte de la hora educativa que el Ministerio de Educación de Ecuador diseñó para brindar a los niños y jóvenes una alternativa de programación.
- Ha sido utilizada para educar como alternativa a la escuela tradicional, donde no hay ni escuelas físicas ni maestros en lugares muy alejados como el proyecto Programa Estatal de Educación a Distancia de Jalisco (México)
- Es un recurso didáctico que puede usarse como complemento a clase para comprender mejor un tema

⁹¹ Castañares Itzel (2017). 2.3 millones de hogares mexicanos, sin TV digital. <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/millones-de-hogares-mexicanos-sin-tv-digital>. 20 diciembre de 2018.

- Es económico, ya que evita que los alumnos se desplacen hacia un lugar de formación.
- Permite actualizar los currículos de enseñanza escolar
- Es un medio masivo, por lo que se puede llegar a una mayor audiencia

Desventajas:

- Existen muchos programas cuyo contenido no es adecuado para un determinado tipo de audiencia como de tipo sexual, violento, agresivo, inmoral, etcétera.
- Según un estudio de la universidad Bolivariana de Chile, la televisión le "roba" tiempo al destinado tradicionalmente para efectuar la socialización, por lo que tanto las destrezas intelectuales, como las de socialidad, no sólo menguan, sino que cualitativamente son pobres; hay desequilibrios -foolish behavior-y decrece la formación escolar. Es decir, que el tiempo que se debería dedicar al crecimiento educativo se puede perder en entretenimiento burdo, de acuerdo a la autora Claudia Torres.
- Puede causar desinterés por otros medios de comunicación como los diarios.
- La publicidad engañosa, puede llegar a invadir a nuestros niños.
- Desmotiva la actividad física y los juegos al aire libre pudiendo causar desinterés en otras formas de entretenimiento.⁹²

Sin embargo, no deja de ser el medio más influyente en México y del cual se puede hacer uso para contribuir con el bienestar de la misma sociedad que lo consume y que lo ha consumido por mucho tiempo. Una sociedad que está siendo educada por mensajes muchas veces erróneos, siendo mal informada la mayoría de las veces y manipulada en otras tantas. Esto sucede principalmente en los noticiarios de circulación nacional y local.

Lo anterior no debe llevarnos a reconocer que la televisión puede traer al televidente beneficios como un sentido de realidad y actualidad. A su vez, hay efectos beneficios para el aprendizaje por televisión, comparado con los tradicionales aprendizajes en el aula.

La televisión motiva una atención libre, contrastando con la actividad del aula que es obligatoria y con un currículo pre establecido. La televisión ofrece

⁹²Torres Arosemena Claudia. (2012). Ventajas y desventajas de la Televisión en la Educación. <http://formared.blogspot.mx/2012/10/ventajas-y-desventajas-de-la-television.html>. 5 de Junio de 2014.

imágenes plásticas y sintéticas que condensan información, mientras que la escuela más bien se explaya en detalles. La televisión estimula la emoción y la estética, mientras que la clase escolar estimula solo la instrucción. La televisión habla de mundo y del país, mientras la escuela habla del aula y los libros. Con la televisión se viaja constantemente, en el aula se mantiene la situación estática.⁹³ Digamos que la televisión tiene ventajas sobre la educación convencional y por lo tanto podría utilizarse como un medio para ayudar a educar.

Es comprensible que no se pueda imputar a la televisión que no muestre lo que no puede mostrar. Pero se tiene que imputar a la televisión el hecho de avalar y reforzar una percepción del mundo basada en dos pesos y dos medidas y, por tanto, enormemente injusta y distorsionadora.⁹⁴

La televisión puede mentir y falsear la verdad, exactamente igual que cualquier otro instrumento de comunicación. La diferencia es que la “fuerza de la veracidad” inherente a la imagen hace la mentira más eficaz y, por tanto, más peligrosa.⁹⁵

La televisión tiene potencialidades globales en el sentido que anula las distancias visuales: nos hace ver, en tiempo real, acontecimientos de cualquier parte del mundo pero la cámara de televisión no llega a la mitad del mundo, lo que significa que existe un mundo oscurecido y que la televisión incluso consigue que nos olvidemos de él.⁹⁶

Es verdad que es un trabajo arduo ya que no hay esfuerzo alguno por parte de los que manejan la televisión, parece que no hay interés ya que uno de los grandes beneficios para ellos es simplemente el negocio y no lo que se puede hacer con el medio.

La riqueza de sus imágenes, la forma como capta la atención nos lleva a olvidar el cansancio producido por el trabajo o el estudio y dejamos de lado, al menos por un tiempo, las preocupaciones. Es decir, actúa como un calmante o relajante de las tensiones diarias. Es la forma de recreación más barata. Está a la mano y no hay que pagar nada por ella, salvo que se trate de la televisión por suscripción o, como ocurre en algunos países, hay que pagar un impuesto por tener televisión.

En las clases más pobres, la televisión es el único medio de distracción. A veces rompe la monotonía que desgraciadamente se vive por causa de la pobreza y de la falta de educación. La universalidad de su mensaje tanto en

⁹³Trahtemberg León. (2000). Televisión: Beneficios y perjuicios educacionales. <http://www.trahtemberg.com/articulos/1203-television-beneficios-y-perjuicios-educacionales-.html>.
5 de Junio de 2014

⁹⁴ Sartori. *op. cit.*, p. 90.

⁹⁵ Sartori. *op. cit.*, p. 99.

⁹⁶ Sartori. *op. cit.*, p. 117.

imágenes como en conocimientos y variedad de experiencias, la convierten en una ventana abierta al mundo. Hace pasar de lo local, regional, a lo nacional, internacional o universal, con una rapidez asombrosa.

Al acortar las distancias visuales, la televisión nos permite conocer cosas que, de no ser por ella, sería casi imposible observar: la erupción de un volcán, el interior de una nave espacial, la superficie de planetas lejanos, etc. Además, nos muestra imágenes que el ojo humano no puede ver, con mayor detalle y mejor que la vista. A través de los distintos géneros, podemos acceder a conocimientos científicos, culturales, históricos, que la televisión divulga en una forma más fácil de comprender, por el lenguaje que emplea.

Aumenta la información de la persona, cuantitativa y cualitativamente, haciendo que esté más informada. La televisión estimula la fantasía en todos los órdenes. Esta estimulación se produce viendo una revista musical, un documental, una competencia deportiva o una película. El paso del mundo real al creado por la ficción es impulsado por la fantasía.

La televisión puede ayudar al desarrollo de los conocimientos. Si se logra que ese mundo de sensaciones se perciba activa y críticamente, la televisión puede ayudar a desarrollar la curiosidad y la imaginación, hacia la creatividad y el aprendizaje útil. Contribuye a ampliar la visión del mundo y por lo tanto, enriquece la experiencia, ayuda a tener una mente más abierta y a fortalecer las relaciones con los demás.

También sirve para que las personas se sientan acompañadas. Muchas personas en el mundo tienen como única compañía el televisor. No es lo deseable, ni reemplaza la presencia de los demás, sobre todo de seres de la propia familia. Nos sentimos unidos a las penas o alegrías de los personajes reales o ficticios de la televisión que consideramos "nuestros".

Puede ser un instrumento excelente para dar a conocer valores humanos, gente que lleva una vida dedicada a servir a la comunidad, héroes reales, de carne y hueso, en contraste con algunos de los héroes de la televisión, cargados de poderes a veces absurdos o ridículos. Es la televisión un entretenimiento para las mayorías, y no un medio destinado para las minorías cultas, aunque debe cumplir también la misión de elevar el nivel cultural de sus audiencias.

Lo anterior explica, en parte, porque la televisión no requiere conocimientos previos de ningún tipo. Ni siquiera hace falta saber leer o escribir. Al contrario, puede ser un estimulante audiovisual que permita aprender la escritura y la lectura. Siempre está a la mano, y esta disponibilidad es un "gancho" para usarla, porque no necesita la preparación del deporte o de los juegos y ejercicios al aire libre.

La televisión es un elemento útil para la educación formal. Es muy deseable que los centros educativos enseñen a ver televisión y a sacar un provecho mayor de su contenido. Facilita el intercambio de experiencias entre personas

de distintas latitudes, especializaciones de trabajo, etc. Por ejemplo, por medio de las sesiones interactivas vía satélite.

Enriquece el lenguaje científico y técnico. Difunde términos técnicos que llegan a ser populares. Y en ese sentido amplía el vocabulario de la persona. Contribuye al civismo y la solidaridad. Su alcance masivo y popular la dota de esta posibilidad de estar al servicio de valores esenciales para una comunidad, por ejemplo a través de campañas cívicas, de salud, de prevención del alcoholismo, de hallazgo de personas extraviadas, de información sobre condiciones de transporte, o para difundir mensajes sobre seguridad, etc.

Puede ser un medio para fomentar un sano nacionalismo. Pero esto depende mucho de la conciencia que tengan los responsables de las televisiones estatales o privadas. Puede servir para la educación política del ciudadano cuando se usa como medio de persuasión que mueve al ciudadano al ejercicio de sus derechos y deberes políticos, por ejemplo, votar en las elecciones o dar a conocer las tesis y programas de los candidatos.

Ayuda a acortar las distancias generacionales y de clases. No sólo porque permite el diálogo entre generaciones sino porque puede contribuir a superar prejuicios raciales, discriminación por razón del sexo, etcétera. Hay una cierta igualdad de oportunidades frente a la televisión. Es decir, la ven al tiempo toda una familia y millones de familias más.⁹⁷

Todo lo anterior se refiere únicamente a la televisión de calidad, programas que contribuyan con beneficios y ayuden a fomentar cualquier cuestión positiva en el televidente, incluso si se trata de mero entretenimiento y ayudara a sacar el estrés y a olvidarse un poco de los problemas.

Para que se lleve a cabo la programación televisiva de la mejor forma es regularla, sin embargo esta regulación es muy flexible con las televisoras y tanto las multas como las consecuencias son risibles y esto fomenta una corrupción en imágenes que alienta a los encargados de la programación a poner lo que sea sin tomar en cuenta que las ventajas de ver televisión podrían verse afectadas por la ganancia de la empresa. Lo cual se resuelve fácilmente con el pago de una multa o con la precaución de poner un texto de advertencia.

La ética de la investigación sobre los medios, al advertir las sutiles tendencias de la televisión a deformar y coaccionar, la investigación puede ser ciertamente el camino por el cual primero se sugieren los abusos, pero puede también descubrir líneas de orientación para el beneficio del medio, y debe juzgarse bajo esa luz. El potencial negativo de las estrategias del medio puede ser contrarrestado por el expediente de instruir al público sobre los posibles efectos.⁹⁸

⁹⁷Yarce, Jorge, *Televisión y familia*, Madrid, España, Editorial Minos, 1993, pp. 179-183 y 184-189.

⁹⁸Baggaley, Jon P.; Duck, Steve W., *Análisis del mensaje televisivo*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1979. pp. 142, 143, 166 y 200.

Es lamentable que no se tenga ética para producir contenidos televisivos, que se dejen a un lado las primicias por las cuales se debe realizar un programa, y que se desechen los valores que podrían formar a los televidentes de una mejor forma. Para hablar de la relación que existe entre la televisión y la construcción social de los valores es necesario contextualizar la problemática de los valores en el mundo moderno. Actualmente existe gran interés por este problema. En casi todos los países, la juventud parece estar profundamente insegura de su orientación valorativa, o al menos así lo aprecian las generaciones adultas. Es decir que carecen cada vez mas de valores debido al contenido televisivo de acuerdo a Rafael Ahumada.

Los medios de comunicación (entre ellos las televisión) son considerados como instituciones que conforman parte del entramado social que contribuye al proceso formativo de los valores. Cuando el individuo interioriza un objeto por medio del proceso de socialización se aprenden significados y surge el principio de auto-concepto, entonces inicia el aprendizaje de valores.

Los medios de comunicación son agentes socializadores de transmisión ideológica, donde los valores están implicados en la cultura, en todos los mensajes, tanto de entretenimiento, informativos, publicitarios, de análisis, hasta los llamados educativos, sin dejar de transmitir valores, pues esta concepción supone ya una orientación valoral y sus contenidos poseen un matiz ideológico.

Por un lado, los contenidos de los medios reflejan la interpretación de un grupo o sector de la sociedad (comercial, industrial, del capital) sobre los procesos de transformación social; y por otro, los medios han surgido como difusores de una visión del mundo, de una forma de vida que se impone sobre las otras.

Lo cierto es que se ha generado un proceso de mucha influencia entre medios y sociedad, al cual se le ha llamado determinismo recíproco, que ha hecho que las crisis sociales se vivan tanto en forma directa, como de manera mediática. Al igual que a la familia, la escuela y la iglesia, a los medios de comunicación en general y la televisión en particular se les ha asignado como elemento fundamental en los procesos de socialización de las nuevas generaciones.

Se establece como marco axiológico de valoración de la vida; desde una perspectiva humana, el ejercicio de la práctica comercial sobre la base cultural ha significado que, cada vez más, el mercado ha sido la autoridad que determina el valor de las personas y la vida y no las fuerzas y procesos sociales en los que estos están inscritos. Esto es, el reconocimiento social, la dignidad de la persona, su retribución económica, etcétera, es crecientemente definido y valorado por el mercado y no por las dinámicas de justicia y humanización. Cada vez más el valor de lo humano está determinado por el mercado y no por los procesos sociales. En este caso la televisión es la caja de resonancia del comercio mundial y por ende del mercado.⁹⁹

⁹⁹Ahumada. *op. cit.*, pp. 100, 101, 105, 107, 109 y 110.

La televisión la cual a pesar de ser un medio de comunicación bastante extenso es también un medio de entretenimiento que tiene facilidad de entrada a cualquier tipo de público, entonces su uso es meramente responsabilidad de los padres a sus hijos cuidar los programas que ven y también tener en cuenta el tipo de información que se maneja , así como los libros la televisión desarrolla habilidades como la multiculturala la cual a ellos les ayuda y les da a la idea que todos tenemos mismo derecho a todos y a la no discriminación acto que a mi parecer es bueno.¹⁰⁰

En el año 2015 la mayoría de los hogares en México cuentan con uno o más televisores y el acceso a internet. Por otro lado, se ha convertido en una rareza ver libros en estos hogares. Y los que hay, son libros que funcionan como adornos y que han pasan años sin siquiera ser notados.¹⁰¹

Los programas impactan a los televidentes, considerados como páginas en blanco, lo que significa que el mensaje televisivo provoca una modificación de la conducta. Esta influencia es casi omnipotente y, por lo mismo, sumamente peligrosa. Así, la influencia es menos directa porque pasa por un "colador", o serie de influencias de los "grupos de pertenencia" (familia, amigos, compañeros, asociaciones) o "grupos de referencia" (ejecutivos exitosos, minorías cultas y otras). Y es por esta razón que entre menos visión crítica se posea, más influyente es la televisión.

La televisión manipula a los espectadores con diferentes finalidades, pero las más predominantes son: para convencer de una idea política, para inculcar comportamientos o suscitar actitudes frente a diversos acontecimientos. También para excitar emociones y pasiones, como en el caso de las telenovelas o "culebrones" para conseguir una buena sintonía y con ello el aumento de las ganancias, para dar imagen a alguien, o para vender un producto a través de los anuncios.¹⁰²

No a todas las personas les afecta esta manipulación por igual, hay quienes son más vulnerables. Sin embargo, a todos de alguna forma les afecta. No todas las personas responden igualmente a los esfuerzos de la televisión por persuadirlas. La manipulación varía según la edad, el estado anímico, el sexo, el nivel cultural, la personalidad, las costumbres y la educación del telespectador.

¹⁰⁰Telecuentos, (2012), <http://telecuentos.blogspot.com>, , 6 de Junio de 2014.

¹⁰¹Frias Adalli. (2013), La Televisión contra la Lectura, <http://www.sdpnoticias.com/columnas/2013/04/29/la-television-contra-la-lectura>. 6 de Junio de 2014. **

¹⁰²Yarce, Jorge. *op. cit.*, pp. 134 y 135.

Dentro de los grupos más expuestos figuran los niños y los adolescentes porque su capacidad de distinguir depende de la edad y de la educación recibida, pero nunca es suficiente para descubrir las intenciones de los mayores. Es más difícil que niños y jóvenes alcancen a detectar esas intenciones a través de la televisión, cuando muchas veces ni siquiera los adultos son conscientes de ellas.

A estos dos grupos, se suma un tercero conformado por la masa de telespectadores desprevenidos que, por una u otra razón, desconocen el manejo de la imagen y del lenguaje de la televisión. Esto no quiere decir que quienes se hallen fuera de los tres grupos mencionados estén exentos de ser manipulados. Un espectador desprevenido no nota esas influencias. Su capacidad de distinguir y enjuiciar es adormilada por la excesiva repetición de imágenes. El público tiende a mostrar tolerancia ante lo que la tv presenta como normal.

El fenómeno adquiere más importancia en los dramatizados, en los que se explota una serie de sucesos y circunstancias, distantes de la vida y del ambiente normal de la persona, y en los que se utiliza un lenguaje muy distinto del que estamos acostumbrados a oír. El televidente se involucra emocionalmente en la trama y tiende a identificarse con el personaje y justificar sus actos, además de perder capacidad crítica.

Se explotan una y otra vez los mismos modelos y repeticiones, como el amor imposible, los buenos y los malos, justicia e injusticia, papel de la mujer, ambición y rudeza del hombre, barreras de clase social, intrigas, venganzas, etc. Se aceptan los actos violentos, las infidelidades, las venganzas y las mentiras, que en la trama quedan justificadas en la bondad del fin conseguido por el héroe.

La mejor forma de defenderse de la manipulación es estar enterado de sus fines, métodos y riesgos. Quien está enterado de esto es capaz de identificar la manipulación televisiva y sabe a qué atenerse. Involucrarles valores para que puedan distinguir lo bueno de lo malo. Y, sobre todo para que sepan que la elección del bien hace a la persona más libre y evita que la voluntad se enferme.¹⁰³

La televisión contribuye a no distinguir el mundo real del irreal creado por la fantasía, y da primacía al mundo irreal e imaginario desplazando el real. Además de lo anterior hay varias características negativas que se mencionarán a continuación:

Crea indiferencia ante problemas reales. Si se tiene metida la cabeza en ella, los deberes y obligaciones se vuelven problemáticos, porque no se atiende a ellos normalmente. Tiende a disminuir el rendimiento escolar. Es un hecho bastante comprobado cómo el ver televisión muchas horas lleva a descuidar

¹⁰³Yarce. *op. cit.*, pp. 135-138, 142 y 143.

las tareas escolares. Se presentan problemas de atención y concentración en las clases.

Disminuye el tiempo dedicado a la lectura. Niños, jóvenes y adultos prefieren la televisión a leer un libro. Aumentan los promedios de horas diarias ante ella y disminuyen los índices de lectura. Empobrece el lenguaje común. La experiencia enseña que la televisión tiende a empobrecer el lenguaje común. Se va formando una jerga, nada elegante ni de buen hablar, con términos tomados de ella, sobre todo de los anuncios y de las series más populares.

Aísla a la persona de su propio mundo. La televisión exige atención individual. La mejor prueba de ese aislamiento es que el diálogo en familia se reduce al mínimo, porque padres e hijos están dedicados a ver televisión. Difunde una visión deformada del amor, el matrimonio y la familia. Amor libre, infidelidad, prostitución, perversiones sexuales, adulterio, explotación sexual de menores, violencia sexual sobre la mujer, denigración del matrimonio o de la familia, constituyen una muestra de la visión dominante en algunos programas de gran audiencia.

Como la televisión no obliga a pensar o a razonar en serio, el poder envolvente de sus imágenes acostumbra a no pensar. Refuerza la agresividad y el comportamiento violento, especialmente en los niños y adolescentes, pero también en los adultos.

Infunde falsos valores, culto al dinero, al sexo, al cuerpo, al placer, a la vida frívola, deseo de poder, etcétera. Fomenta el consumismo y la compra de bienes superfluos, a través de los anuncios y del contenido de algunos programas.

Crea falsos ídolos. Es normal que el mundo de la televisión tenga a sus héroes, como los tiene la novela romántica, histórica, como lo tienen los tebeos o tiras cómicas o la ciencia ficción. Pero el problema surge cuando esos ídolos tienen más valor que los de carne y hueso (el padre, la madre, un profesor, etc.).

La televisión fomenta la superficialidad en la información, al informar sin análisis. La rapidez y brevedad de las noticias en televisión, y el carácter de espectáculo que se les da, llevan a faltas de objetividad, a contradicciones entre imágenes y textos noticiosos que, a veces carecen, además, del debido contexto.

Estimula la comodidad y la vida fácil. Ver televisión cómoda y plácidamente, se vuelve un vicio que abunda en personajes, tramas y situaciones en los que el placer y el pasarlo bien se imponen como modo de vida. Aficiona al deporte-espectáculo más que al deporte-ejercicio. La televisión ha acercado a las grandes masas, popularizado los deportes, y eso no es negativo en sí mismo.

Uniformiza la visión del mundo. Como portavoz del consumo, la televisión crea modas, conductas, valores, actitudes, clichés, ideas, eslóganes, que se

difunden masivamente porque su audiencia es también masiva. Lleva a la igualación de gustos, modas, opiniones o palabras.

Trae patrones culturales ajenos que desdibujan los propios. En muchos países la mitad o un buen porcentaje de la programación de los canales de televisión es de producciones extranjeras. Para que los padres puedan manejar bien la televisión en sus casas y enseñar a sus hijos a usarla, lo primero es conocer bien su funcionamiento y su forma de influir en la gente, para poder dar un preciso sentido a su utilización.

La televisión puede convertirse en un lavado cerebral para las mentes infantiles y juveniles, por sus efectos negativos. Pero también puede contribuir positivamente al desarrollo mental de la persona. Siempre que el uso de la televisión sea planeado y controlado por la familia. Teniendo en cuenta que hay en ella personas de diferentes edades y capacidades de asimilación.

Y que cada vez será más extenso el mundo de la televisión y requerirá más atención por parte de los padres y de los educadores. Si su uso se deja sin control, se recogerá con una mano lo que con la otra -amor, esfuerzos, educación, dedicación- se ha sembrado en la vida de los hijos.

Un aspecto clave es desarrollarles un espíritu crítico. Que sepan que muchas de sus historias, héroes y personajes no son reales sino fruto de la fantasía. En cada persona y en cada hogar se presenta una confrontación práctica entre la formación y los valores de la familia y los valores que se difunden a través de la televisión.

De un lado, se vive un clima de materialismo que se respira en la vida social, en costumbres, modas, aspiraciones, conductas e ideas de la gente. Y de otro, hay valores humanos de la persona y la familia, como la sinceridad, la laboriosidad, la generosidad, la honradez, el espíritu de sacrificio en padres e hijos, la austeridad de vida, y otros más que son un fundamento para obtener resultados positivos al desafío de la televisión.¹⁰⁴

Al tener las dos posturas podemos tener una perspectiva mucho más amplia respecto a la problemática de la programación televisiva, y al obtenerla de esta forma podremos afrontar y mejorar este hábito de nuestra cultura. Hay que adoptar una postura activa e inteligente frente a la televisión. "Los mass media pueden hacer que nuestra sociedad sea una sociedad de esclavos, todo lo ricos e ilustrados que queramos, si los ciudadanos no somos capaces de conocer su funcionamiento y la lógica interna de su peculiar sistema argumentativo".

A pesar de las infinitas posibilidades de la televisión, o la facilidad de viajar por el mundo, o cualquier otro tipo de experiencia más al alcance de los jóvenes de hoy, no hay nada que sustituya el diálogo de padre e hijos. Ni nada que pueda

¹⁰⁴Yarce. *op. cit.*, pp.190-198 y 201-204.

sustituir el diálogo con sus profesores. Antes de que existiera la televisión, los objetivos educativos se lograban con medios diferentes.

Si hacen una televisión contraria a la dignidad y a sus valores esenciales, estarán haciendo mal a sus propias familias. A pesar de ellos, la responsabilidad mayor ante la televisión es de los padres que, muchas veces por pasividad, no enseñan a sus hijos a ver televisión, definiendo unas normas precisas y claras.

Aunque las energías de la persona y de la familia son casi inagotables, hay que evitar a toda costa que la televisión se vuelva necesaria, o que exista un vacío de diversión, o tenga cabida algo tan común como el aburrimiento de no hacer nada. La dependencia de la televisión se produce por pérdida de voluntad que lleva al abandono, la pereza y no querer hacer nada distinto.¹⁰⁵ Considérese la simple, sutil e importante influencia que ejerce la sola presencia de un receptor de televisión en el mobiliario de una casa, influencia que pesa sobre la misma forma en que la gente estructura su ambiente personal.

Existe considerable prueba de investigación respecto a que la escala de valores de los espectadores sobre el delito y la violencia está afectada por los medios; que el material escapista influye en las creencias e intenciones de los espectadores, y que la TV puede desplazar a las actividades recreativas y a otras fuentes de información, como los libros.

Cualquiera que sea su origen - interno o externo del espectador, intencional o involuntaria, consciente o inconscientemente activo - los efectos dinámicos de la tv pueden ser completamente influyentes.

El uso educativo de la televisión puede ser definido como aquel que intenta servir los intereses del espectador, aportándole beneficios concretos. Todo estudio que procure mejorar las formas en que pueda ser usado un medio de comunicaciones deberá encarar las cuestiones éticas de control del medio y la posibilidad en que pueda cometerse abuso de ciertas técnicas de presentación particularmente efectivas.¹⁰⁶

3.2 El consumo de la televisión en los mexicanos

La interacción entre la audiencia y la tv comienza antes de encender el televisor y no concluye una vez que está apagado. Pues no necesariamente son actos aislados sino que responden a patrones para ver tv. De esta manera el proceso de recepción “sale del lugar” donde está el televisor y “circula” en los otros escenarios donde siguen actuando los otros miembros de la audiencia.¹⁰⁷

¹⁰⁵Ibide. pp. 205, 206, 210 y 212.

¹⁰⁶Baggaley, Jon P.; Duck, Steve W, Análisis del mensaje televisivo, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1979.

¹⁰⁷ Orozco. *op. cit.*, pp. 39 y 40.

El mexicano utiliza todos los medios de comunicación que existen, sin embargo no los usa por igual, siendo la televisión el medio por excelencia, el que la audiencia tiene. Hay que observar cuánta programación consume realmente para evaluar su importancia.

3.2.1 Programación y cantidad de programas que ven los mexicanos en televisión

Una noticia de la agencia EFE publicada en el diario *Expreso* el 25-1-1997 dice: "los niños mexicanos dedican en promedio 2,000 horas al año a ver la televisión, lo que contrasta con las 600 horas que acuden a la escuela en el mismo período, según un estudio de la Universidad Autónoma de México (UNAM). El documento, elaborado por expertos en psicología y comunicación, señala que al menos el 67% de los programas que se transmiten por la televisión mexicana tienen contenidos de violencia y agresividad. A los 15 años de edad, se estima que el menor habrá visto más de 7,300 crímenes en la televisión.

Por su parte, el investigador norteamericano Leonard Jason sostiene que en los años 70 el niño americano medio veía de 2.5 horas diarias de tv, mientras que una década después subió a 4 horas diarias. Inclusive hay 25% de los niños norteamericanos que ven entre 4 y 11 horas diarias de televisión.

En la columna titulada *Apaga la Tele* del Diario Gestión, se cita a la neurobióloga estadounidense Dra. Carla Hannaford diciendo que "la televisión y los juegos electrónicos aumentan el nivel de tensión nerviosa en los niños, que incluso pueden derivar en desórdenes mentales graves..." los niños responden a los estímulos del televisor como si fueran reales, por lo cual su cerebro se prepara para una respuesta física..." ..."El problema sobreviene cuando la natural producción de adrenalina que ocasiona la tensión provoca a la larga una disminución de la memoria y el entorpecimiento del proceso de aprendizaje" con una exposición entre 4 y 11 horas diarias.

Investigaciones similares ya se encuentran en muchos países, y llevan a la inexorable conclusión que la televisión puede tener efectos positivos en los espectadores, por sus posibilidades recreativas, informativas y de ampliación de las fronteras culturales, pero a su vez puede tener efectos perniciosos, dependiendo de la frecuencia y los contenidos de los programas más vistos.¹⁰⁸

Así como hay hábitos positivos que si se dejan de hacer nos perjudican de forma individual y colectiva, también hay hábitos que si no se cambian nos pueden afectar de igual manera.

¹⁰⁸ León Trahtemberg; (2000), *Televisión: Beneficios y perjuicios educacionales*. <http://www.trahtemberg.com/articulos/1203-television-beneficios-y-perjuicios-educacionales-.html>, El 20 de Junio de 2014.

Investigaciones educacionales muestran que hay una relación entre el tiempo de exposición ante la televisión y el rendimiento escolar, por lo que es común escuchar que en las escuelas se sataniza a la televisión.¹⁰⁹ Ya que entre más tiempo se pase viendo televisión es menor el rendimiento escolar.

Por ejemplo, en una encuesta realizada por la UNAM en el 2011 se preguntó a 13 mujeres de 15 a 25 años y ellas ven tele tres horas, cuatro veces a la semana y prefieren ver películas, comedias series y documentales. También entre 26 y 35 años 4 mujeres entrevistadas ven televisión todos los días por dos horas y media y lo que les gusta ver es novelas y noticias. Hubo tres mujeres entrevistadas de edades entre 36 y 45 años que en promedio ven la tele tres horas y media diario y prefieren documentales y programas de naturaleza.

De 46 a 65 años cuatro mujeres ven una hora casi diario y sus programas favoritos son las películas y series. Por último entrevistamos tres mujeres de 66 a 95 años que ven dos horas y media de televisión todos los días y les gustan las noticias, comedias, películas y *reality shows*. Los hombres fueron cinco de 15 a 25 años y ellos ven la televisión una hora y media, tres veces a la semana y lo que les gusta ver son programas de caricaturas. A cinco hombres entre 26 y 35 años les gusta ver noticias una hora, tres veces a la semana.

Seis hombres de 36 a 55 años ven la tele durante una hora y media cuatro veces por semana y lo que ven son programas de noticias, películas, documentales y culturales. Y los últimos son tres hombres de 56 a 65 años que ven dos horas diarias de televisión y prefieren noticias y deportes.¹¹⁰

Con respecto a los hábitos de consumo televisivo la encuesta arrojó, entre otros, los siguientes resultados:

- 95.5% de los entrevistados de 15 años o más manifiesta que acostumbra ver televisión, lo que muestra que este medio de comunicación es el de mayor penetración.
- Casi la mitad de la población (48.9%) ve televisión de dos a menos de cuatro horas diarias, alrededor de uno de cada cuatro (26.8%) lo hace más de cuatro horas y uno de cada cinco (19.8%) menos de dos horas diarias.
- Si bien no hay diferencias significativas entre hombres y mujeres en el hábito de ver televisión, los resultados sugieren que en promedio las mujeres la ven más tiempo: 29.8% lo hace cuatro o más horas al día, en tanto que entre los hombres la proporción es de 23.4%.
- Por grupos de edad no se presentan diferencias marcadas en la proporción que ve televisión, con excepción de los mayores de 55 años

¹⁰⁹Trahtemberg León, (2000), *Televisión: Beneficios y perjuicios educacionales*.

<http://www.trahtemberg.com/articulos/1203-television-beneficios-y-perjuicios-educacionales.html>, El 5 de Junio de 2014.

¹¹⁰ Flores de nieve CEPE-UNAM, "Encuesta: ¿Qué y cuántas horas de televisión ven en México?", <http://www.floresdenieve.cepe.unam.mx/veinticinco/cepe-gpo2-sandra-2010.php>. El 25 de Junio de 2014.**

- que tienen el nivel más bajo (89.8%). Los jóvenes de 15 a 22 años tienen cifras más altas, dentro de esa encuesta de la UNAM, que el promedio en los grupos que ven más de cuatro horas de televisión.
- Si bien las personas de menor escolaridad tienen niveles más bajos de ver televisión (81.2%), al analizar los tiempos que cada grupo le dedica se aprecia que entre la población con educación universitaria se da la proporción más baja (20.9%) de quienes ven televisión cuatro horas o más.
 - Por ingresos tampoco se detectan grandes diferencias en los porcentajes de quienes ven y no ven televisión, con excepción de quienes reciben hasta un salario mínimo, que tienen el nivel más bajo (90.5%). Las proporciones más altas de quienes ven cuatro horas o más se dan entre quienes reciben de tres a cinco salarios mínimos, con 30.4%, y de uno a tres salarios mínimos, con 29.1%.
 - Por ocupación, los estudiantes tienen los niveles más altos de consumo televisivo (98.4%), aunque las diferencias no son muy marcadas entre los grupos. La proporción más alta de quienes ven cuatro horas o más se da entre las amas de casa (34.0%) y los estudiantes (33.3%).
 - Las diferencias por región, municipio o ciudad de quienes ven y quienes no ven televisión no son muy marcadas. Los valores más altos de quienes ven cuatro o más horas los tienen el centro–occidente entre las regiones (29.8%), los municipios entre 50 mil y 100 mil habitantes (29.4%) y CDMX (33.4%) entre las tres ciudades más grandes del país.
 - Junto con la radio, la televisión es uno de los medios de comunicación que presentan menos diferencias en los patrones de consumo, tanto por perfil sociodemográfico como territorial.
-
- El 22.4% de quienes ven televisión manifiestan que es de paga.
 - Las diferencias entre grupos sociodemográficos de quienes ven televisión de paga son mayores que para televisión abierta, sobre todo por grupos de ingreso y escolaridad.
 - Los niveles más altos de consumo televisivo de paga se dan en el noreste del país (30.1%), en los municipios de más de 100 mil habitantes y, sobre todo, en Monterrey con 61.1% de los televidentes.
 - Aproximadamente dos terceras partes de quienes encienden la televisión (68.7%) lo hacen específicamente para ver un programa que les gusta, 28.4% lo hace para ver qué están pasando y 2.9% para no sentirse solo.
 - Los noticieros encabezan las preferencias de quienes ven televisión, con 49.5%, seguidos de las telenovelas con 39.2%, las películas mexicanas con 24.4%, los deportes con 24.3% y las películas extranjeras con 22.5%.
 - Aproximadamente una de cada cuatro personas (24.9%) manifiesta ver algún canal cultural.
-
- Los motivos expresados por quienes no ven canales culturales tienen que ver con la falta de información (36.0% no los conoce o no sabe cuáles y 18.9% no conoce su programación), con la falta de interés (17.9% no le interesa su programación y 10.7% piensa que son

aburridos) y con la dificultad de acceso (15.4% no los capta en su localidad).¹¹¹

La televisión tiene una enorme importancia dentro de la cultura del mexicano y por lo tanto es un hábito, como ya lo hemos mencionado, que influye de manera directa en nuestro comportamiento, y por ello es importante saber qué tanto influye y qué tan importante es, para conocerlo de una mejor forma.

La televisión está en el gusto de los mexicanos y es el medio por el que una cuarta parte de la población se entera a través de los noticieros de los principales acontecimientos, pero también es el medio donde encuentran entretenimiento con otro tipo de programación.

Un estudio de Ibope AGB reveló que en promedio, los mexicanos ven televisión cuatro horas 45 minutos, es decir 23 minutos más que hace 10 años. En 2010, el tiempo de exposición a la televisión -promedio diario por televidente- en México fue de cuatro horas con 45 minutos, esto es 23 minutos más que hace 10 años, según la agencia Ibope AGB. El estudio Media Performance 2010, elaborado por la firma, reveló que el tiempo total de consumo de televisión dentro de un hogar mexicano fue de nueve horas con 25 minutos en promedio, es decir 50 minutos más que en el año 2000.¹¹²

El tiempo promedio que los mexicanos ven televisión en un día es de cuatro horas 45 minutos. Ciudad Juárez, Veracruz y Monterrey son las ciudades donde se consume más televisión por día con más de cinco horas, mientras que Puebla es la ciudad donde se invierte menos tiempo viendo televisión con cuatro horas 16 minutos.¹¹³

Al seleccionar un programa, los que son de tipo cultural o documental ocupan el segundo lugar entre las preferencias, pero si se trata de estar informado los televidentes (24 %) aseguran que eligen El Noticiario, conducido por Joaquín López Dóriga. El público señala como tercera opción de distracción la barra de telenovelas, seguida de las series de comedia, de acuerdo con la encuesta realizada por Gabinete de Comunicación Estratégica / Kaleydoscopio (GCE/K).

Al preguntar ¿qué tipo de programa prefiere?, en primer lugar los consultados mencionan los noticieros (38.7%), le siguen programas culturales o documentales (18.5%), telenovelas (10.9%), series de comedia (10.3%), programas de variedad (4.4%), deportivos (4.2%). Con menor índice

¹¹¹ Numeralia. "Televisión en México"

<http://www.fundacionpreciado.org.mx/biencomun/bc170/Numeralia.pdf>, El 25 de Junio de 2014.
**

¹¹² Periodico el Economista. (2011), "Mexicanos ven más TV que hace 10 años".
<http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2011/10/08/mexicanos-ven-hoy-mas-tv-que-hace-10-anos>, El 25 de Junio de 2014. **

¹¹³ Merca 2.0. (2012), "11 datos que te actualizarán sobre la televisión en México".
<https://www.merca20.com/11-datos-que-te-actualizaran-sobre-la-television-en-mexico/>, El 25 de Junio de 2014.

mencionan los programas de espectáculos (1.4%), reality shows (1.2%), y de concurso (1.0 %); “otro” no definido (4.4%) y “de todo” (4.6%).

El trabajo de Gabinete de Comunicación Estratégica levantado en 800 hogares de todo el país, menciona que los noticiarios tienen la preferencia de 42 de cada cien hombres, y de 35 mujeres en igual proporción; en tanto que hay 21 caballeros por cada 16 damas que no se pierden los programas culturales o documentales. Números en ese tiempo determinado de la investigación, que reflejan que entre los años 2012 y 2015, la preferencia estaba inclinada en la televisión.

En el rubro de las telenovelas el estudio registra que al menos 18 por ciento de las mujeres las ven, una afición que sólo reconocieron 2.7 por ciento de los varones pero que evidentemente también ven. Además, los melodramas televisivos son parte de las costumbres arraigadas entre el público mexicano, tanto que 40 de cada cien ha seguido al menos una en 2013.

En el Top de noticiarios de Kaleydoscopio El Noticiero, con Joaquín López Dóriga, ocupó el primer lugar con 24.7 por ciento; seguido de Hechos, con Javier Alatorre con 11; Primero Noticias, con Carlos Loret de Mola con 7.6; Noticiarios de TV Azteca con 6.4; Noticiarios de Televisa con cinco por ciento, Hechos A. M. con 4.5 y noticiarios locales con 4.3 por ciento, programas transmitidos en ese entonces y que sólo los de TV Azteca se conservan como tales. De nuevo delimitamos la investigación entre los años 2012 y 2015, periodo en el que se desarrolló una inclinación por los noticiarios de las dos grandes televisoras de esos tiempos.

Además los noticiarios en televisión de paga alcanzaron 2.8%, El noticiero con Lolita Ayala 2.7%, Once noticias 2.5%, Las noticias por Adela 1.9%, El mañanero 1.8%, Hechos meridiano 1.7%, e Informativo 40 con Hannia Novell 1.5%. En la clasificación del conductor preferido, los participantes escogieron primero a Joaquín López Dóriga, en segundo a Javier Alatorre y le siguen Carlos Loret de Mola, Lolita Ayala y Jorge Zarza. Completan la lista Adela Micha, Carmen Aristegui, Brozo, Hannia Novell, María Julia de la Fuente y el arquitecto Benavides.

En el duelo de melodramas que transmiten las televisoras, las producciones de Televisa son mejores, mencionan según la encuesta 19 de cada cien mexicanos, entre los que cuatro consideran como excelentes a las de Televisión Azteca. Los encuestados definieron las 12 mejores telenovelas del año donde ubicaron en primer lugar Lo que la vida me robó, acompañada de Corazón Indomable, De que te quiero, te quiero; La tempestad, Que pobres tan ricos, Corazón en condominio, Quiero Amarte, Marido en Alquiler, Por siempre mi amor, Hombre tenías que ser, Dama y obrero, y Prohibido amar. Telenovelas de años anteriores a la investigación, que indican la preferencia del televidente por programas de contenido melodramático y de ficción.

Con las telenovelas seleccionadas, los participantes mencionaron a las mejores actrices: Angelique Boyer y Edith González; mientras que como villanas citaron a Diana Bracho, Dominika Paleta, Daniela Castro y Sylvia

Pasquel. Los actores favoritos de la gente fueron Sebastián Rulli, Jaime Camil, William Levy y David Zepeda. El casillero para los malos de la pantalla chica lo ocuparon César Evora, Humberto Zurita, Ari Telch, Héctor Suárez Gomís y Luis Felipe Tovar. Nombres reconocidos del periodo analizado, y que en ese tiempo tenían gran auge entre la población mexicana.

Según la investigación de Kaley doscopio seis de cada diez personas entrevistadas dijeron no ver telenovelas, y las cuatro restantes no se las pierden. En lo que se refiere al mundo del espectáculo televisivo, los espectadores tienen como programa predilecto de variedad a Sabadazo, después Venga la alegría, Animal nocturno, Hola México, La voz México, Venga el domingo y Nuestro día. Lo que indica que la preferencia también dependía de los horarios, dichos programas tanto matutinos como de fines de semana, alcanzaron gran popularidad por ser de revista y de temas más ligeros.

Y los programas más vistos de noticias de la farándula o espectáculos son: Ventaneando, Hoy, Farándula 40, No lo cuentes, Qué pokar, y El Gordo y La Flaca.¹¹⁴ De acuerdo con la más reciente encuesta nacional en vivienda de Parametría, el top de conocimiento de presentadores de distintos programas lo encabezan aquellos que pertenecen a programas de entretenimiento sobre los noticiosos.

Galilea Montijo, Andrea Legarreta, Adal Ramones, Patricia Chapoy y “Brozo” tienen un nivel de conocimiento que oscila entre el 76 % y 86 %. Si bien, Galilea Montijo es la conductora más conocida por la población en general, no es la presentadora con mejor imagen; este puesto lo ocupa Andrea Legarreta, quien tiene la primera posición, o al menos la tenía en el momento de la encuesta, en opinión efectiva [resulta de restarle a la opinión positiva (+) la opinión negativa (-)], le siguen sus compañeros del programa “Hoy”, Galilea Montijo y Raúl Araiza. Cuatro de estos cinco conductores trabajan en Televisa, solo Patricia Chapoy es periodista y directora de espectáculos de Tv Azteca.

Entre los conductores menos conocidos se encuentran Víctor Trujillo (cabe mencionar que es más conocido por su personaje Brozo), Mónica Garza, Mariano Osorio, Mauricio Castillo, Esteban Arce y Martha Debayle cuya popularidad está entre el 26% y 55%. Caso especial es el de Víctor Trujillo, quien tuvo mayor éxito en la memoria de los entrevistados como “Brozo”, el 76 % lo identificó de esa forma y sólo el 55% por su nombre, no obstante, el conductor presenta una mejor imagen como Víctor Trujillo.

La investigación refleja que la comunidad mexicana conocía más a personajes de la farándula de ese tiempo que a líderes de opinión o periodistas reconocidos de la época. Nombres que quizás ya no tengan relevancia en los

¹¹⁴ Notimex. (2013). "Noticiarios y novelas, lo que ven los mexicanos en TV". <http://www.animalpolitico.com/2013/12/que-ven-los-mexicanos-en-la-tv/#axzz35sKBs0av>. El 20 de Junio de 2014.

siguientes años, pero que fueron importantes en el tiempo en que se delimitó la investigación.

Posiblemente la popularidad de los conductores se debe a su exposición en la televisión, sobre todo en la abierta. Aunque muchos de los presentadores también son locutores de radio y, esporádicamente aparecen en varios programas y comerciales de tv, no tienen el mismo reconocimiento que aquellos conductores que tienen un programa permanente en algunos de los canales de las dos grandes televisoras en el país, Televisa y Tv Azteca. Ejemplo de ello son Yordi Rosado, Mariano Osorio, Martha Debayle y Víctor Trujillo, este último a pesar de tener un programa informativo matutino de lunes a viernes y ser transmitido a la par en la radio posee un nivel de conocimiento inferior al de las conductoras del programa de revista "Hoy" y al de la periodista de espectáculos de Ventaneando.

A nivel local, es decir, en la Ciudad de México, la popularidad de la mayoría de los conductores se vio alterada, sobre todo en personajes como Víctor Trujillo, Mariano Osorio y Martha Debayle cuya popularidad se incrementó al igual que la opinión. Sin embargo, la evaluación de los capitalinos afectó la imagen de los presentadores de Televisa, quienes son conocidos, pero no tan bien evaluados.

La preferencia de la audiencia mexicana es clara, eligen sintonizar telenovelas, programas de revista sobre todo matutinos, y películas que programas con mayor contenido cultural o informativo, lo que explica la popularidad de los conductores antes mencionados. Para diciembre de 2012, los números de la agencia IBOPE AGB muestran que los programas favoritos de los mexicanos son: espectáculos, musicales, telenovelas, películas comerciales y los partidos de futbol. Según la encuesta del IFT, 74% de las personas que tienen televisión acostumbran ver contenidos en canales de televisión abierta y los contenidos más vistos a través de esta señal resultan ser los noticieros, con 49% de las respuestas; le siguen de cerca las películas, con 47%, y las telenovelas, con 42 por ciento. La lista la completan las series, con 32%, y los deportes, con 30 por ciento.¹¹⁵

Las cifras muestran que la televisión abierta en México está lejos de ser desbancada como medio masivo de comunicación y de entretenimiento gratuito, pese al crecimiento del consumo de la televisión de paga, y del uso de internet. Valdría la pena preguntarnos si los contenidos de esa televisión que llega a millones de hogares mexicanos están ayudando o no en divulgar

¹¹⁵ Riquelme Rodrigo. (2017). El Economista. 6 gráficos sobre el consumo audiovisual en México. <https://www.economista.com.mx/empresas/6-graficos-sobre-el-consumo-audiovisual-en-Mexico-20170726-0088.html>. 20 de diciembre de 2018.

información útil que promueva valores y actitudes más éticos y socialmente responsables.¹¹⁶

Adicional, podemos añadir que los mexicanos preferían programas de entretenimiento que de análisis.

La televisión en México, salvo el 10 de mayo, sigue siendo “la reina del hogar”. Así lo demuestra la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales (Conaculta, 2010): el 95 de cada cien hogares mexicanos (de los cuales el 60 por ciento sobrevive bajo niveles de pobreza) cuenta con una pantalla: desde la de plasma a la de antenas de conejo.

Informarse y entretenerse, más lo segundo que lo primero, es el “uso social” declarado del televisor. En el primer rubro va ganando la batalla Internet, pero todavía le falta tiempo: 21 de cada cien hogares mexicanos tienen conexión a la red digital mundial. La televisión tiene poco más de medio siglo de ventaja sobre Internet. Goza de un prestigio que, al menos, dos generaciones le han dado: las generaciones de Zabludovsky y de López Dóriga, por simplificar las cosas.

Mucho se ha especulado sobre la anomia social que padecemos los mexicanos; la flojera de actuar a favor de los otros, la casi incapacidad de pertenecer a asociaciones civiles, a grupos altruistas, a sociedades de beneficencia. Se le ha atribuido el asunto a los partidos políticos y a su torpeza para gestionar una política social medianamente transformadora. En parte es cierto, en parte no. El otro lado de la moneda está en que nueve de cada diez mexicanos gastan al menos treinta minutos diarios frente a la pequeña pantalla; cuatro de cada diez gastan dos horas o más al día. Y que 15 de cada 100 mexicanos le dan más importancia a la tele que a convivir con la familia o con las amistades.

El promedio por hogar mexicano de horas frente a la pantalla rebasa las nueve horas diarias. Obviamente, por la facilidad de la imagen y por la ausencia de participación del espectador en la construcción o reconstrucción de los contenidos, los periódicos se han vuelto el gran ausente del hogar mexicano. Es el país de América Latina que menos lee periódicos e iguala con otros como Perú en la preferencia de informarse por medio de lo que le dicen los lectores de noticias y los conductores de noticiarios.

Sin embargo, a los noticiarios mexicanos por TV se los “comen” los programas y los conductores de la farándula, el chismorreo y la mentira institucionalizada. Los más conocidos son Galilea Montijo, Andrea Legarreta, Adal Ramones, Patricia Chapoy y “Brozo” con un nivel de conocimiento que oscila entre el 76 y 86 por ciento (mucho más que cualquier funcionario público o héroe de la Patria).

116 Animal Político, (2013), "Lo que los mexicanos prefieren en la TV, según Parametría. <http://www.animalpolitico.com/2013/05/los-mexicanos-prefieren-la-tv-a-los-periodicos-parametria/#axzz35sKBsOav>, El 20 de Junio de 2014.

Los televidentes sintonizan novelas, programas de los llamados “de revista” y películas; espectáculos y fútbol. México tiene todavía una larga vida de primacía de la pequeña pantalla —de la televisión abierta— sobre los demás medios de comunicación, a juzgar por los hábitos descritos en la encuesta citada arriba. Y con esto, todavía cabe esperar muchos años de sobresaltos, ausencia de identidad e incapacidad solidaria de la gente que celebra más un chisme de faldas que las condiciones de hambre de 21 millones de compatriotas.¹¹⁷

Si se hace un análisis de esta problemática, si se mejora el hábito desde la concientización del mismo, informando y promoviendo el buen uso de la televisión.

¹¹⁷Jaime Septién, (2013), *“Lo que ven los mexicanos”*. <http://www.siempre.com.mx/2013/06/lo-que-ven-los-mexicanos/>, El 20 de Junio de 2014.**

4. La televisión en la vida del mexicano en el 2015

Para conocer datos duros recientes, se realizó una investigación de campo en junio del 2015 en donde se encuestó a 200 personas para conocer sus hábitos de lectura, tal investigación se llevó a cabo en la Ciudad de México tomando en cuenta diferentes edades que oscilan desde los ocho hasta los 78 años de diversas clases sociales y de niveles de estudio que van desde la primaria hasta el posgrado pues también se tomó en cuenta la escolaridad de los encuestados.

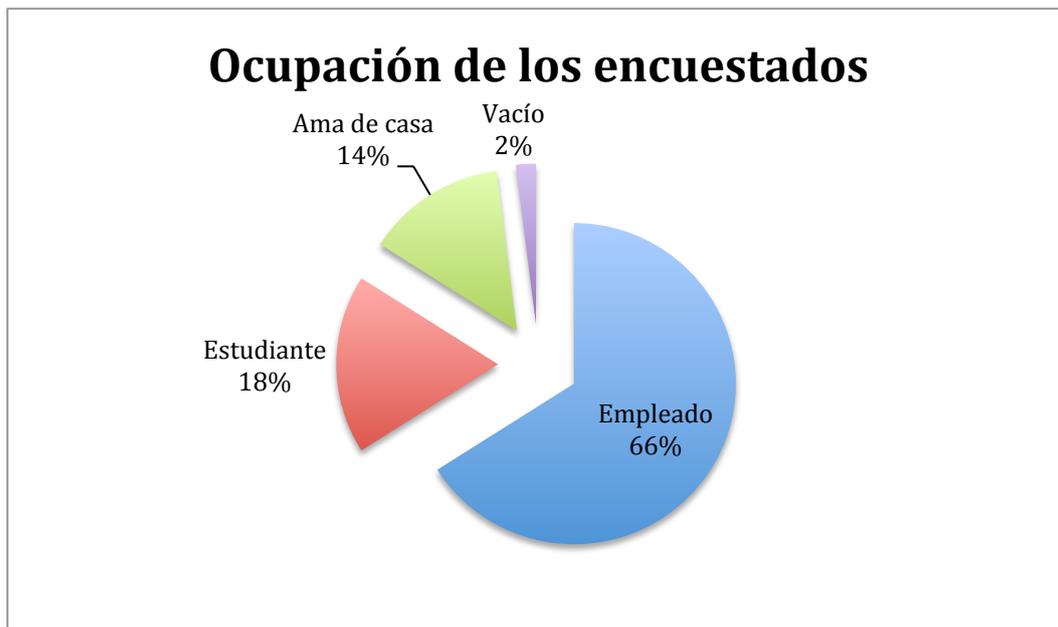
Se utilizó como instrumento un cuestionario en donde se realizaron trece preguntas divididas en cuatro bloques en donde; el primero fueron preguntas de identificación, el segundo bloque fue para conocer la frecuencia con se ve la televisión, en el tercero las preguntas se centraron en el tipo de televisión que ven y el último fue para conocer qué tipo de televisión les gustaría observar.

4.1 Perfil de nuestros televidentes

Se realizaron algunas preguntas para identificar factores como: Ocupación, Escolaridad, Edad y Género. Dichas características sirvieron para conocer el perfil de las personas de los 200 encuestados, de forma general amplia y universal.

La ocupación de los encuestados fueron en su mayoría empleados con un 66%, mientras el 35% eran estudiantes, por otro lado el 14% dijeron ser amas de casa y únicamente el 2% no contestó a la pregunta, de lo cual podemos deducir que no tienen ocupación alguna (véase Gráfica No. 1).

Gráfica No. 1



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

En cuanto a la escolaridad de los encuestados se tomaron en cuenta, desde los que en ese momento continúan sus estudios hasta los que están sin ocupación. Se pudo observar que el 32% tienen el nivel de licenciatura, mientras que el 27% es medio superior, el 22% tienen la secundaria, el 10% la primaria, el 6% carrera técnica, mientras que el 3% cuenta con un posgrado (véase Gráfica No. 2).

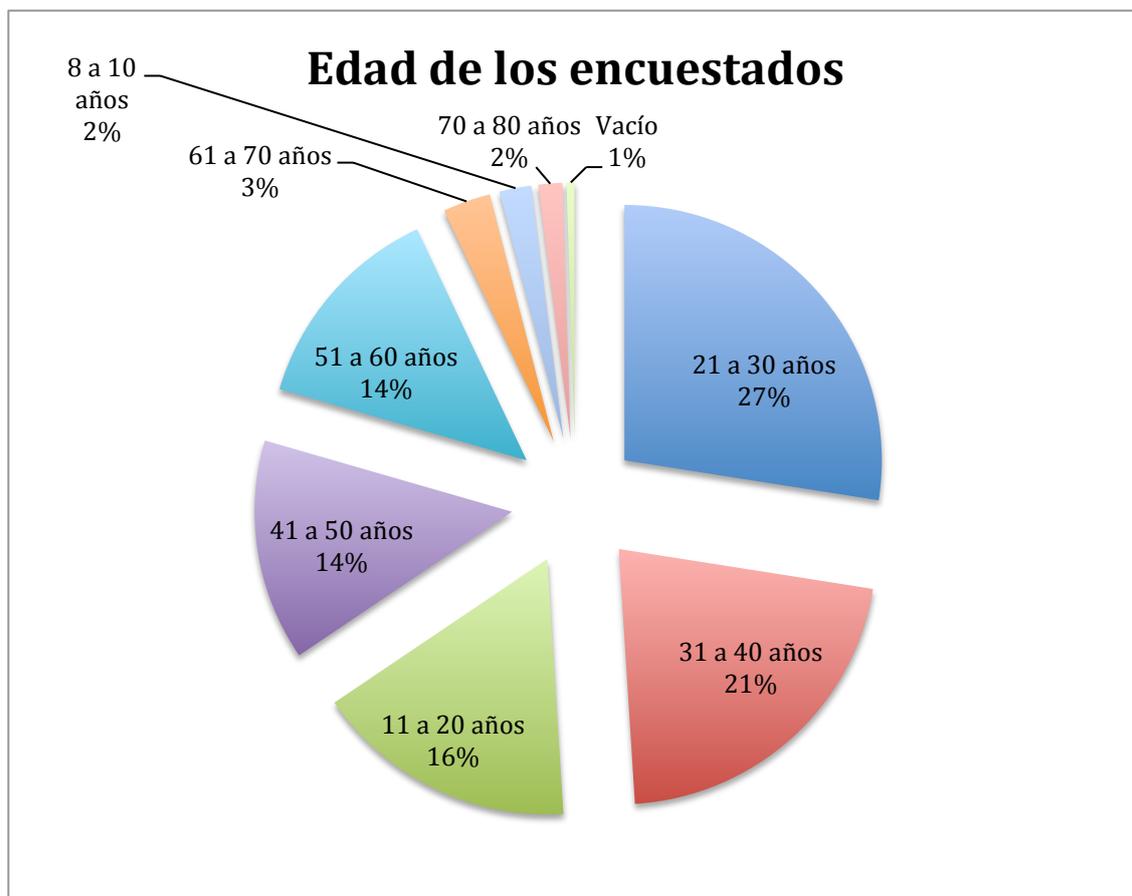
Gráfica No. 2



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

La edad de los encuestados, osciló en los siguientes rangos: El 28% tienen un rango de 21 a 30 años de edad, y son los que más leen, mientras que el 22% tiene uno de entre 31 a 40 años, el 17% tiene un rango entre los 11 y 20 años, el 14% tiene una edad que va de los 41 a los 50 años, y 14% tiene una edad entre los 51 a 60 años, un 3% dijo tener una edad de 61 a 70 años, un 2% mencionó una edad que va de los 70 a los 80 años y por último un 1% no contestó la pregunta (véase Gráfica No. 3).

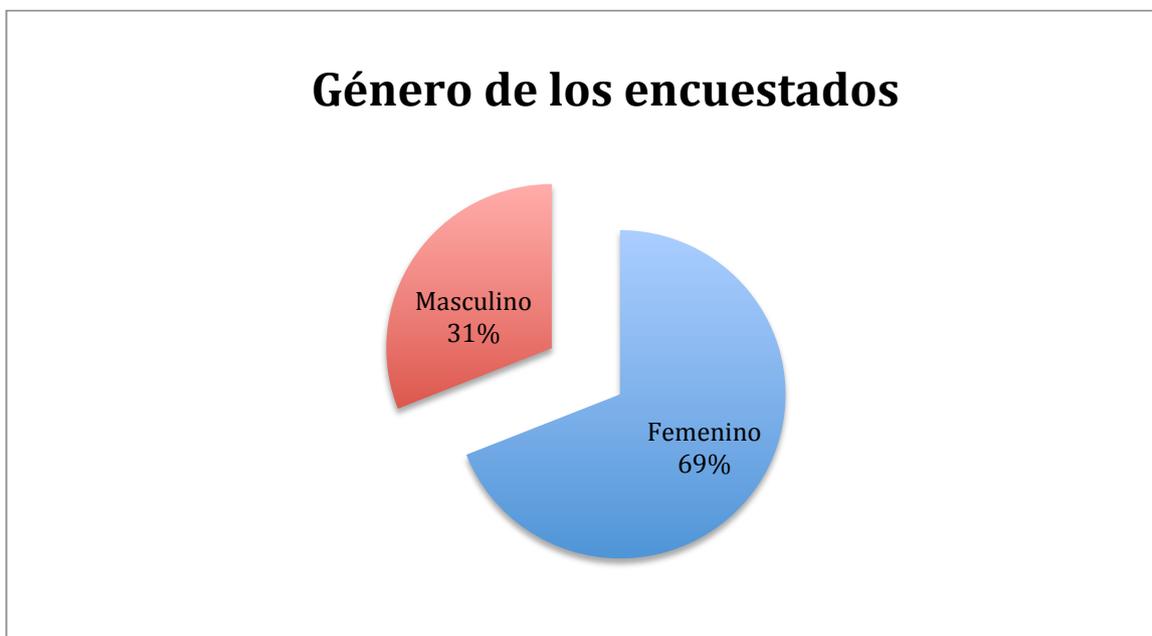
Gráfica No. 3



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

En cuanto al género de los encuestados la mayoría lo ocupó el femenino con un 69% mientras que un 31% masculino (véase Gráfica No. 4). Observamos que en mayor número son las mujeres ya que también en la ciudad de México hay más habitantes mujeres que hombre.

Gráfica No. 4



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

4.2 El tipo de televisión que ven los mexicanos

Gran parte de los encuestados en la investigación de campo que se realizó consumen televisión abierta ya que es gratuita con el 41%, en cambio la televisión por cable ocupa el 32% pues al existir muchas opciones cada vez se vuelve más accesible para casi cualquier bolsillo, en tercer lugar está el internet en redes sociales como Youtube, la nueva televisión para una buena parte del público, y que para muchos jóvenes incluso la única con un 15%.

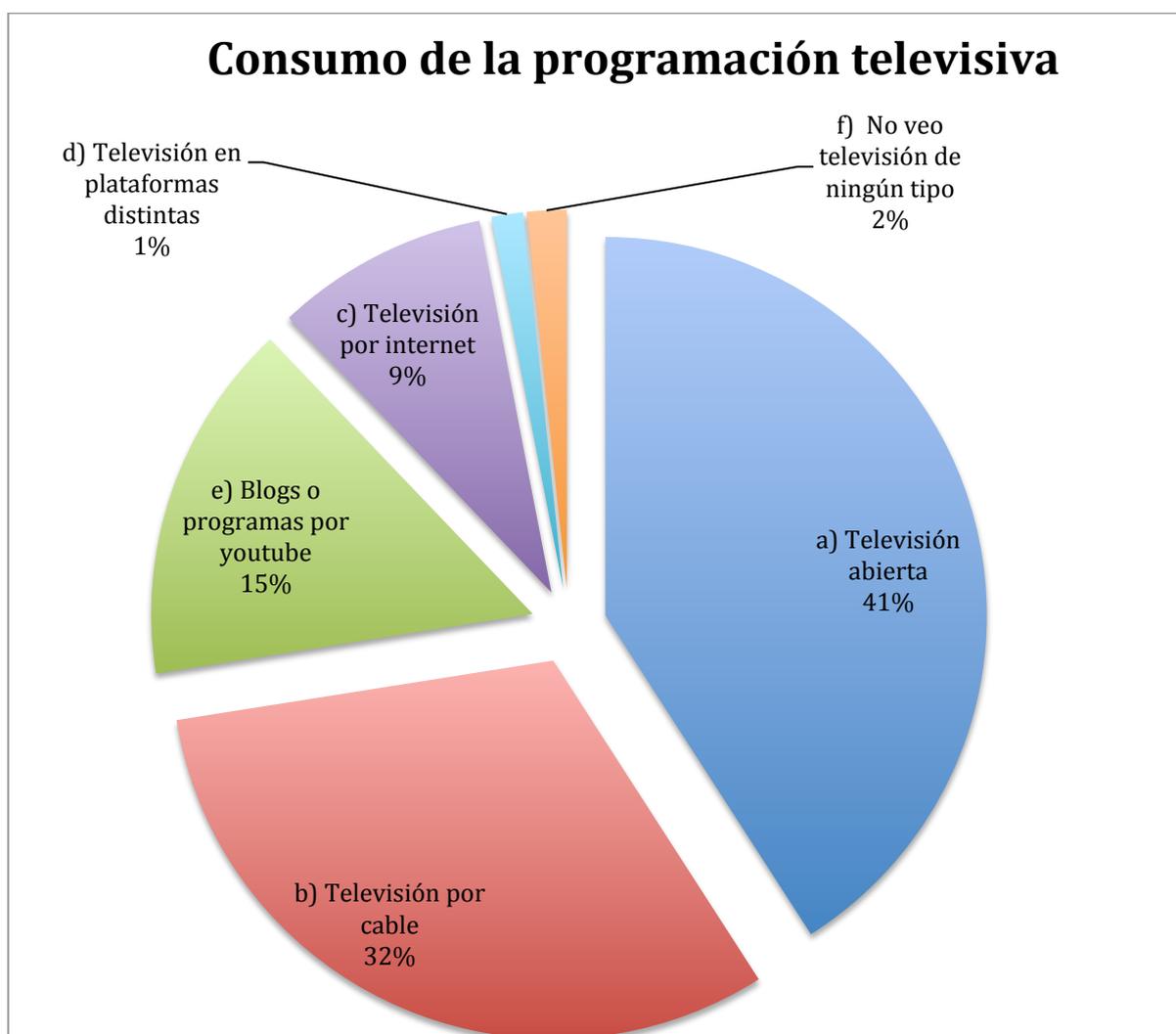
Le siguen la televisión por internet que sólo se queda como una opción cuando no se tiene a la mano el acceso al aparato televisor en ese momento pero sí a una computadora, tablet o celular con un 9% y en penúltimo lugar tenemos a los que decidieron no ver ninguna clase de televisión o que realmente la ven con poca frecuencia o esporádicamente.

Por último tenemos a las distintas plataformas que cada vez van teniendo más auge pero que sigue estando sólo al alcance de unos pocos con un 1%, no obstante no es por su costo ya que es incluso más accesible o tanto como la televisión de paga, sino por su contenido (series extranjeras que necesitan un contexto diferente a la televisión abierta) y su forma de verla ya que es

necesaria una televisión digital y una computadora o tableta, es por eso que muchos de los consumidores no la contratan.

En cuanto al consumo de la programación televisiva los resultados fueron los siguientes: el 41% de los encuestados consumen televisión abierta mientras el 32% contrataron televisión de paga, un 15% de los encuestados prefiere videoblogs o programas en Youtube, el 9% ve televisión por internet que a diferencia de lo que se ve por Youtube, que también es por internet, puede ser programación que se transmite en televisión y que al mismo tiempo se pasa por alguna página de internet o bien canales que se ven únicamente por internet, el 1% prefiere ver programación televisiva en plataformas distintas, estas pueden ser como Netflix, y por último el 2% de los encuestados dijo no ver ningún tipo de televisión (véase Gráfica No. 4).

Gráfica No. 5



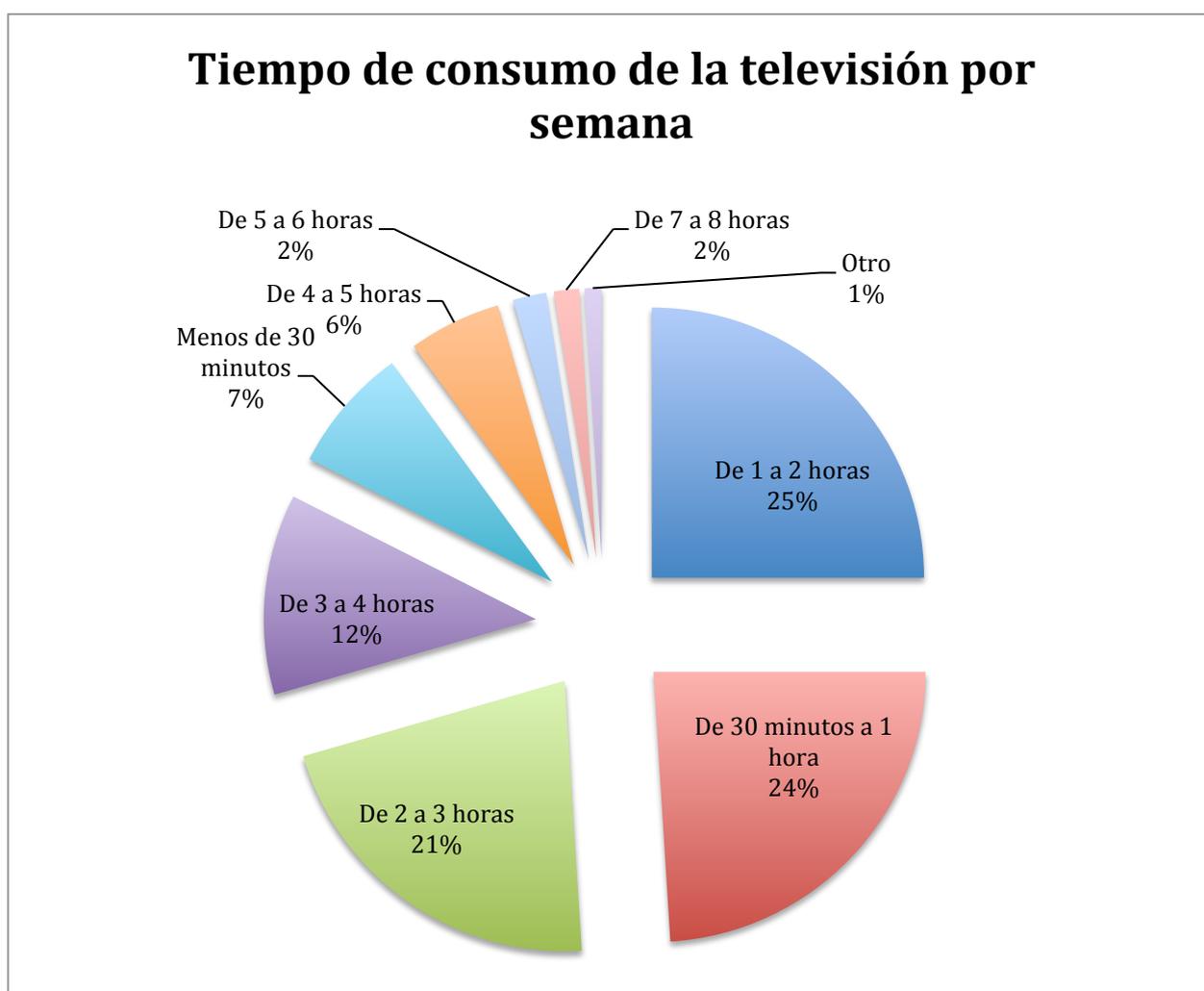
Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque seleccionaron más de una opción.

Otro dato importantes a observar es la cantidad de tiempo que ven la televisión los mexicanos ya que no sólo los programas que se observan son esenciales para que veamos reflejada la importancia de este medio sino también el tiempo que se dedica ya que esto nos mostrará la importancia que le da el teleauditorio de nuestro país al medio, todavía más popular a pesar de que los nuevos medios han ido ganando mucho terreno.

En la investigación se preguntó el tiempo que consumían en promedio frente al televisor por semana y se encontró que el 25% ve la televisión de una a dos horas, seguido del 24% que prefiere verla de 30 minutos a una hora, el 21% la ve de dos a tres horas, el 12% pasa de tres a cuatro horas frente al televisor mientras que el 7% la ve menos de 30 minutos, el 6% la ve de cuatro a cinco horas, el 2 por ciento de cinco a seis horas, el 2% la ve de siete a ocho horas y finalmente el 1% la ve un tiempo diferente al mencionado en la encuesta, el cuál sería mayor a ocho horas (véase Gráfica No. 6).

Gráfica No. 6



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*Algunas respuestas no se graficaron ya que se redondearon al ser menores de 1%.

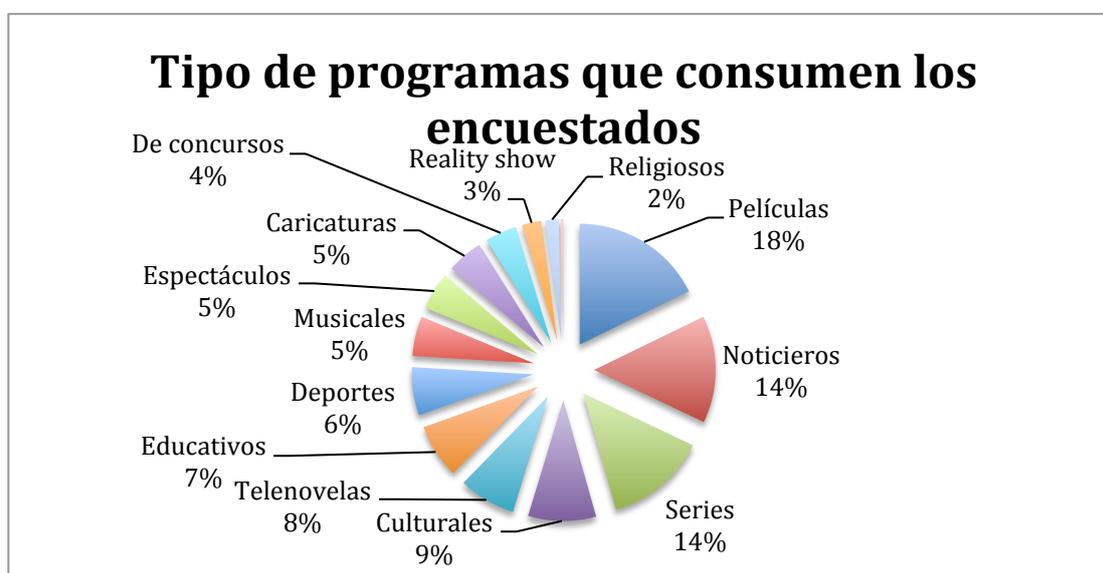
Sin lugar a dudas el aspecto que marca esta investigación en la encuesta realizada incluso aún sobre cuánta televisión ven los mexicanos, es el tipo de programación que consumen ya que esto le da sentido al planteamiento de si la televisión es perjudicial más que benéfica y no es en sí el que este medio lo sea por sí mismo, ni el tiempo que se le dedique, pues aunque tienen su importancia se tiene que resaltar que lo que se ve es fundamental para definir si trae consecuencias positivas o negativas para la persona en particular y sobre todo para la sociedad en general.

Lo que mostró la encuesta realizada sobre los hábitos de ver la televisión que se realizó fue lo siguiente: Las películas fueron lo más visto con un 18%, es decir que poco más de la mitad prefiere las películas a cualquier otro programa. Después de las películas tenemos que tanto los noticieros como las series de televisión tuvieron un 14% en las preferencias del televidente, sin embargo los noticieros tuvieron una frecuencia mayor a las series.

Cabe resaltar que la mayoría de las películas y de las series de televisión que consumen los mexicanos son producciones extranjeras ya que en la televisión mexicana no se producen gran número de películas y mucho menos de series televisivas como lo hacen en países desarrollados, pues es más fácil y económico importarlas de países como Estados Unidos o Inglaterra.

En los siguientes rubros quedaron las telenovelas en quinto lugar, después los programas educativos seguidos de los de deportes y con un 5% o menos los demás rubros (véase Gráfica No. 7).

Gráfica No. 7



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

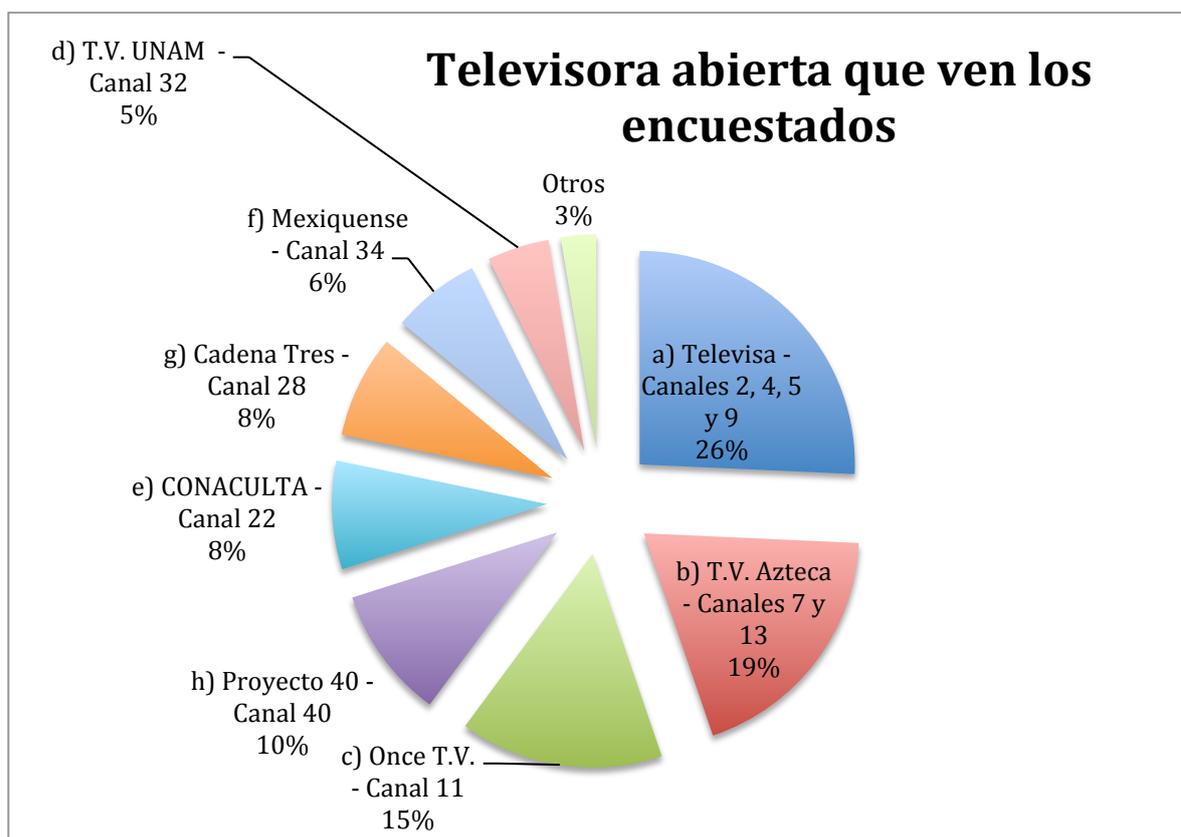
*La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque seleccionaron más de una opción.

*Algunas respuestas no se graficaron ya que se redondearon al ser menores de 1%.

En lo que se refiere a la televisión abierta que ven los encuestados y su opinión sobre ella, se pudo observar que el duopolio, conformado por Televisa y Tv Azteca, sigue estando en la preferencia de los mexicanos con un 26% y 19% respectivamente ocupando el primer y segundo lugar en la encuesta (véase Gráfica No. 8). También se pudo notar más adelante en la encuesta que la calidad de la programación que ofrecen estas televisoras no es buena según lo contestado por los encuestados, sin embargo continúan viendo los programas que ofrecen.

En tercer lugar está el canal 11 considerado como bueno por casi todos los encuestados pero no está dentro de las preferencias de los mismos, así como los canales; Proyecto 40 (aunque le pertenezca a TV Azteca, tiene otro tipo de programación) en tercer lugar, Canal 22 en cuarto, y TV UNAM en octavo (véase Gráfica No 8). Cabe resaltar que sólo se preguntó sobre la televisión abierta sin embargo entre los que no contestaron u opinaron que ninguno apenas son el 3% es decir 12 personas de las 200 encuestadas.

Gráfica No. 8



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

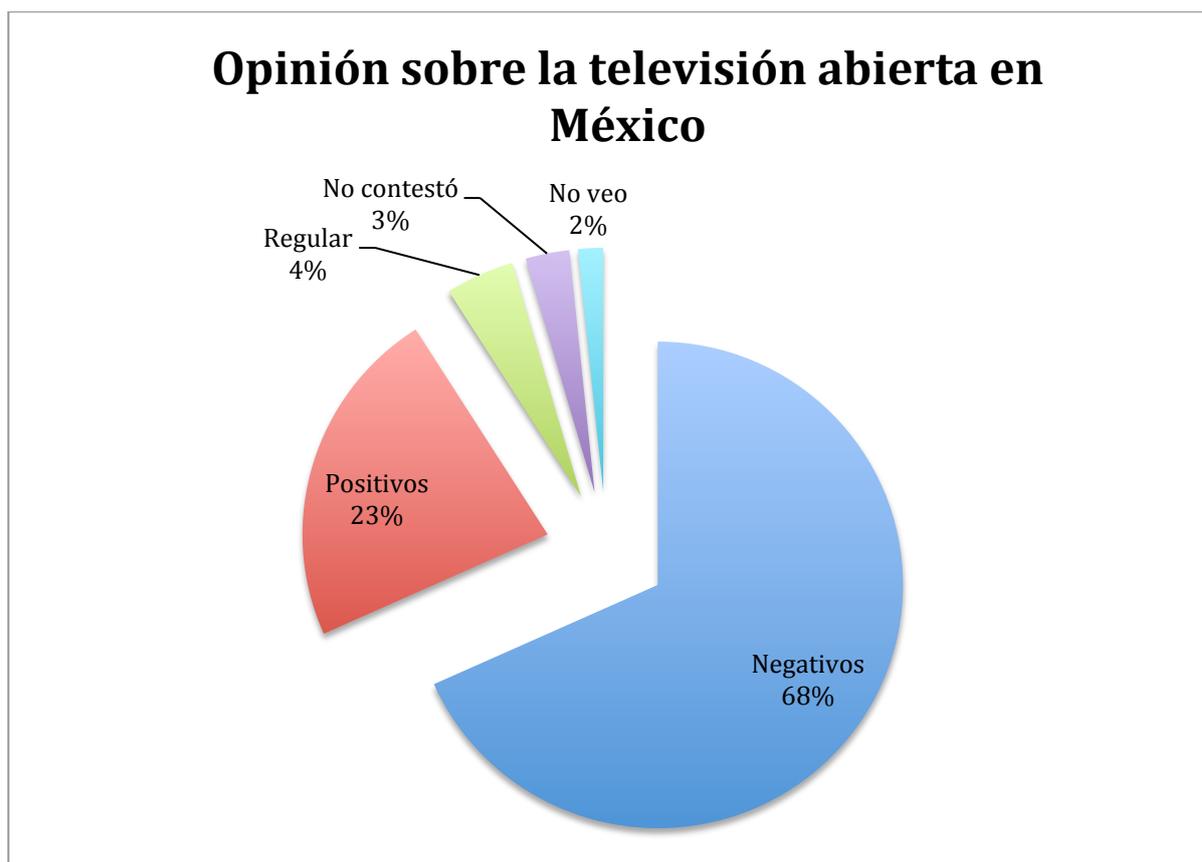
Para medir las opiniones sobre la televisión, se preguntaron sobre las diferentes opciones que existen para verla, en primer lugar se preguntó sobre la televisión abierta, en segundo lugar sobre la televisión de paga y en tercer lugar sobre la televisión por internet (en este caso no sólo era la programación de la televisión pero transmitida por internet sino también las producciones de

televisión hechas en internet, y también se tomaron en cuenta las nuevas y diferentes plataformas que existen de verla).

Las opiniones fueron variadas, se encontró que la televisión abierta tuvo más opiniones negativas que las televisions tanto de paga como por internet sin embargo también se encontró que en el caso de las opiniones positivas tuvieron un porcentaje mayor, la televisión abierta comparada con las otras dos, esto fue porque los porcentajes se dividieron en los otros rubros como los que no tienen televisión de paga o internet y también los que no la ven por otras razones.

Los resultados sobre la opinión de la televisión abierta en México fueron los siguientes: la mayoría de las personas tienen una opinión negativa de la televisión abierta con un 68%, mientras que sólo el 23% tiene una opinión positiva, el 4% piensa tiene una opinión regular, es decir que para ellos no es tan mala pero tampoco la consideran buena, el 3% no contestó la pregunta y el 2% dijo no ver la televisión abierta y por lo tanto no tuvo una opinión al respecto (véase Gráficas No. 9).

Gráfica No. 9

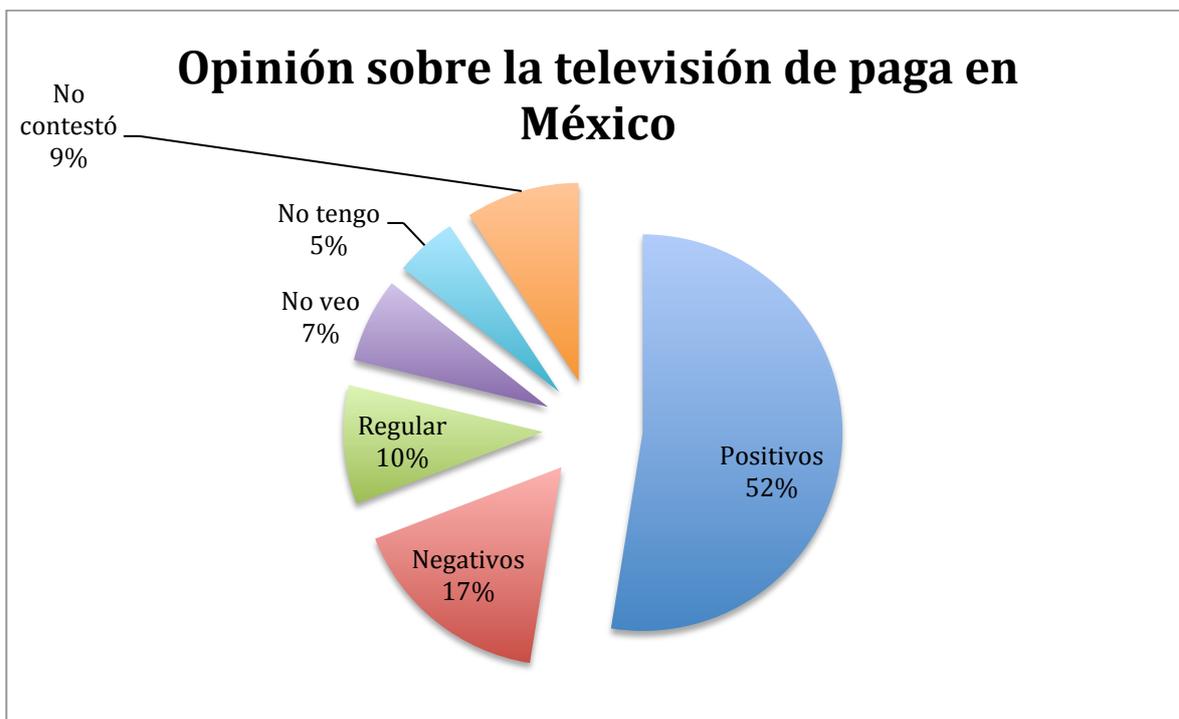


Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque otorgaron más de una opinión.

En cuanto a las opiniones sobre la televisión de paga en México se observó lo siguiente: El 52% tuvo una opinión positiva, mientras que el 17% tuvo una opinión negativa sobre la misma, el 10% piensa que la televisión de paga es regular, el 7% dijo no ver televisión de paga, el 5% dijo no tener televisión de paga y el 9% no contestó la pregunta.

Gráfica No. 10

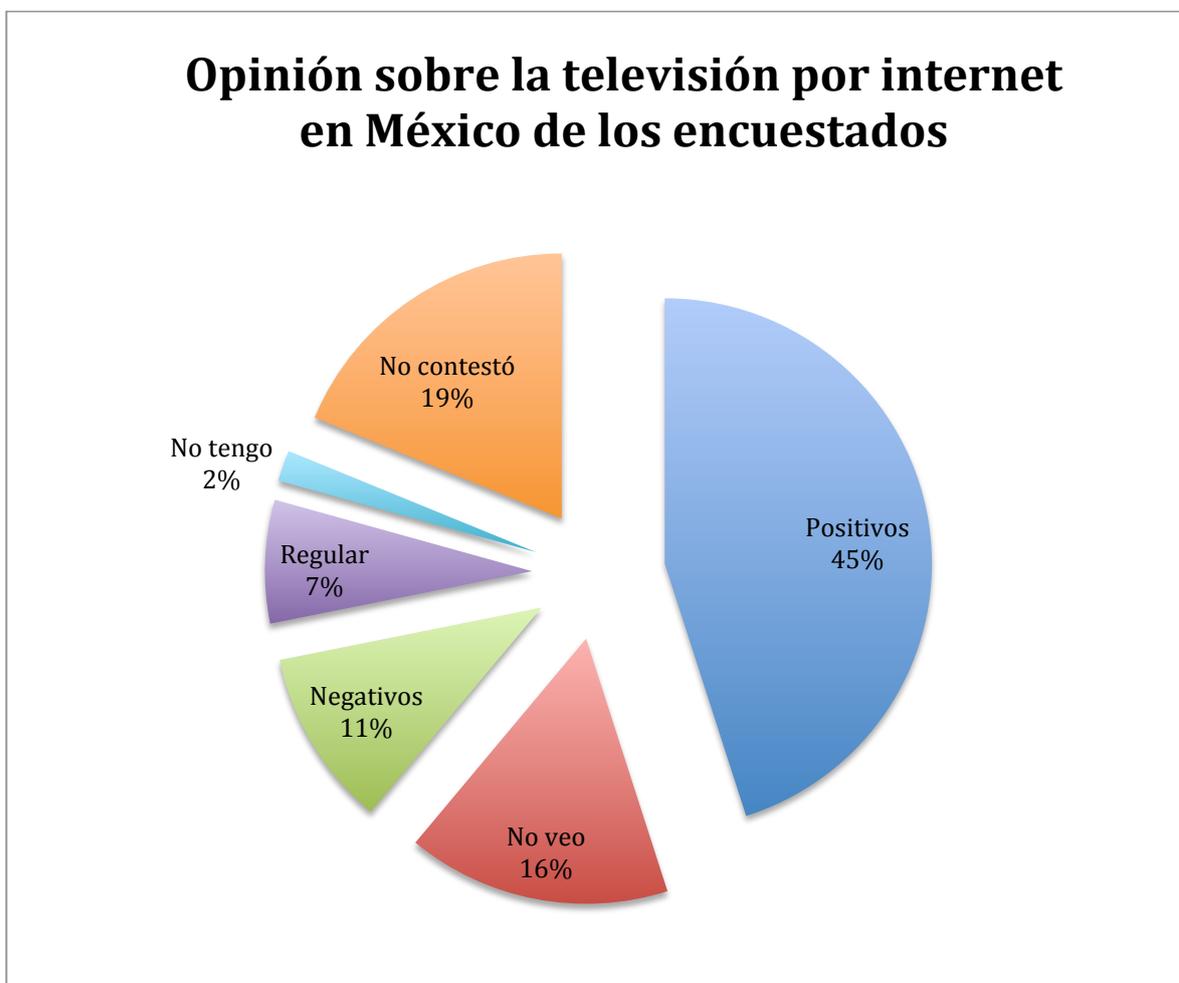


Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque otorgaron más de una opinión.

En lo que se refiere a la televisión por internet en México los resultados fueron los siguientes: el 45% de los encuestados tienen opiniones positivas sobre la televisión por internet, mientras que el 16% dijo no ver televisión por internet, el 11% tuvo opiniones negativas, el 7% piensa que es regular, el 2% dijo no tener internet, y por último el 19% no contestó la pregunta.

Gráfica No. 11

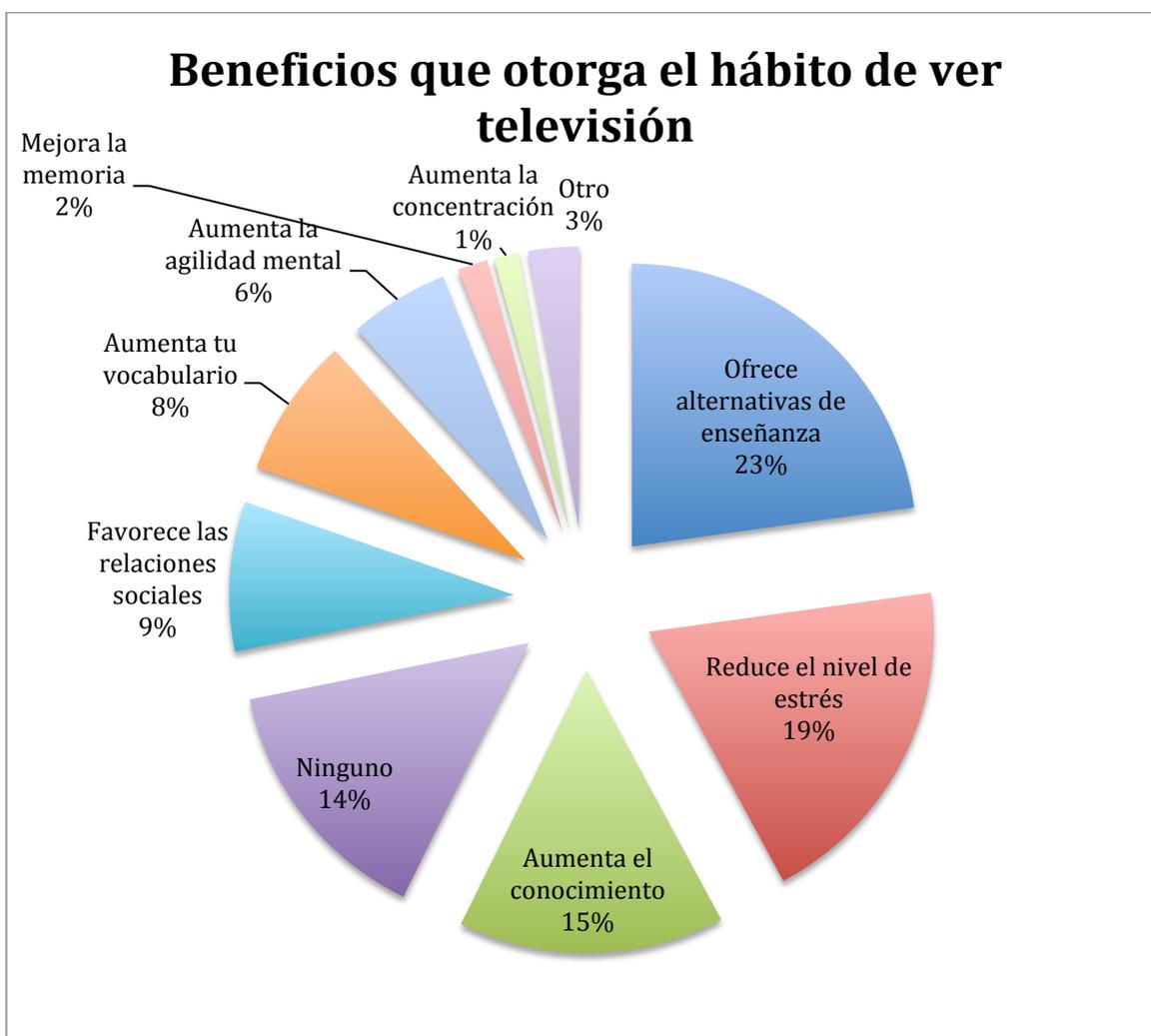


Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque otorgaron más de una opinión.

También se preguntó sobre los beneficios y perjuicios de ver televisión a los encuestados, y se encontró que el mayor beneficio de la televisión para ellos son las alternativas de enseñanza que ofrece con un 23%, seguido de la reducción de estrés al verla con un 19%, y el aumento del conocimiento con un 15%, el 14% mencionó que piensan que no tiene ningún beneficio, el 9% piensa que favorece las relaciones sociales, el 8% cree que aumenta el vocabulario, el 6% cree que aumenta la agilidad mental, el 2% que mejora la memoria, el 1% que aumenta la concentración y el 3% puso que otro (véase Gráfica No 12). Estas opciones que se pusieron con la posibilidad de poner otro se sacaron de la investigación previa en los capítulos anteriores, el mayor beneficio que se observó que pusieron los encuestados fue que informa.

Gráfica No. 12

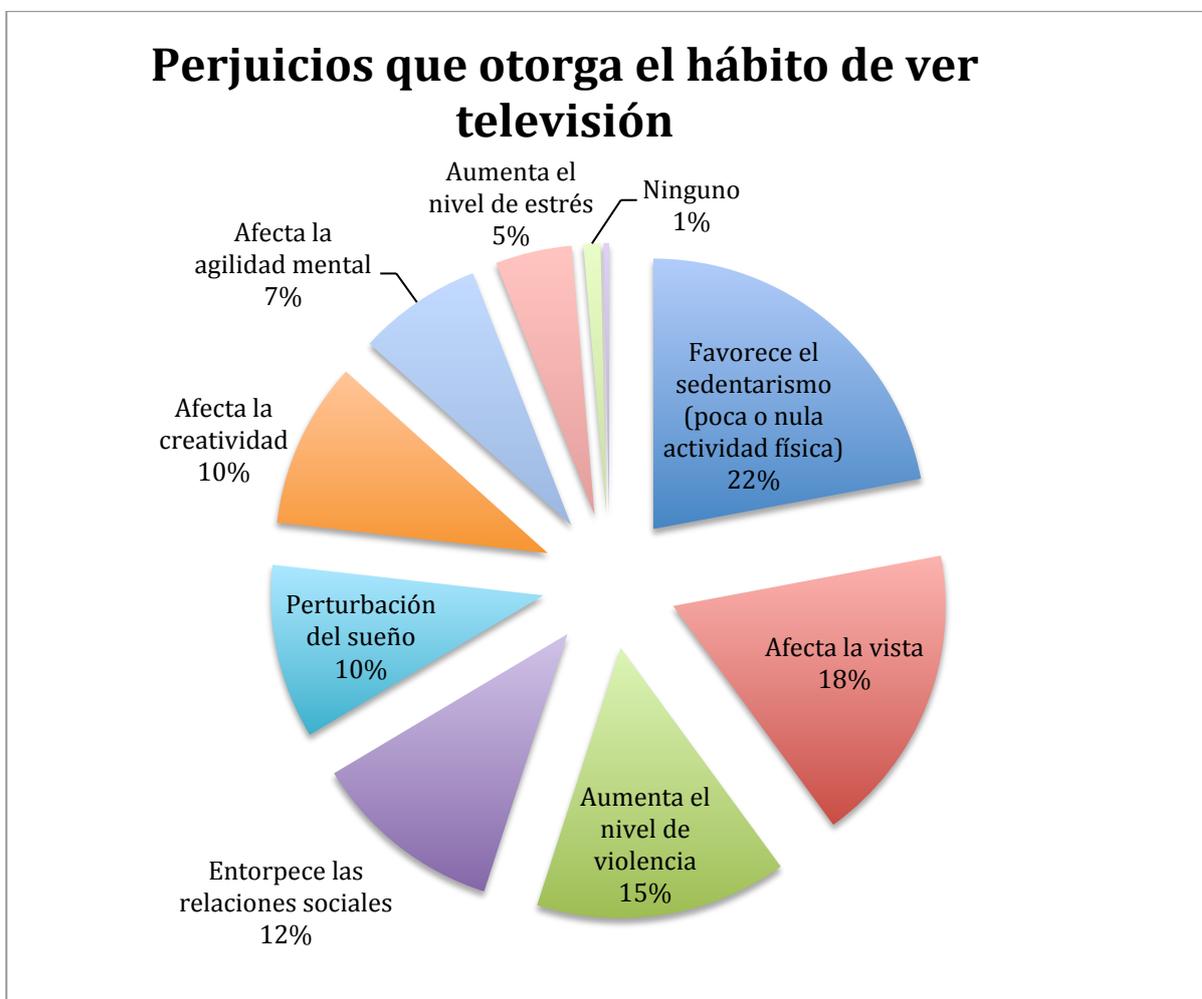


Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque otorgaron más de una opinión.

En cuanto a los perjuicios, los encuestados comentaron que el peor es que favorece el sedentarismo con un 22%, seguido de que afecta la vista con un porcentaje de 18%, que aumenta el nivel de violencia tuvo un 15%, mientras que el 12% cree que entorpece las relaciones sociales, el 10% piensa que perturba el sueño, el 10% cree que afecta la creatividad, el 7% que afecta la agilidad mental, el 5% que aumenta el nivel de estrés, el 1% dijo que no tiene ningún perjuicio y con un porcentaje de menos del 1% por tener una frecuencia muy baja, pusieron otro tipo de perjuicio no mencionado (véase Gráfica No. 13). A pesar de ello se dio la elección de poner más de una opción en ambas preguntas y en el total de las respuestas se pudo observar que en los aspectos negativos de ver televisión, los encuestados comentaron 595 perjuicios mientras que en los positivos únicamente fueron 35. Lo cual demuestra que los mexicanos encuestados tienen la idea de que la televisión perjudica notablemente.

Gráfica No. 13



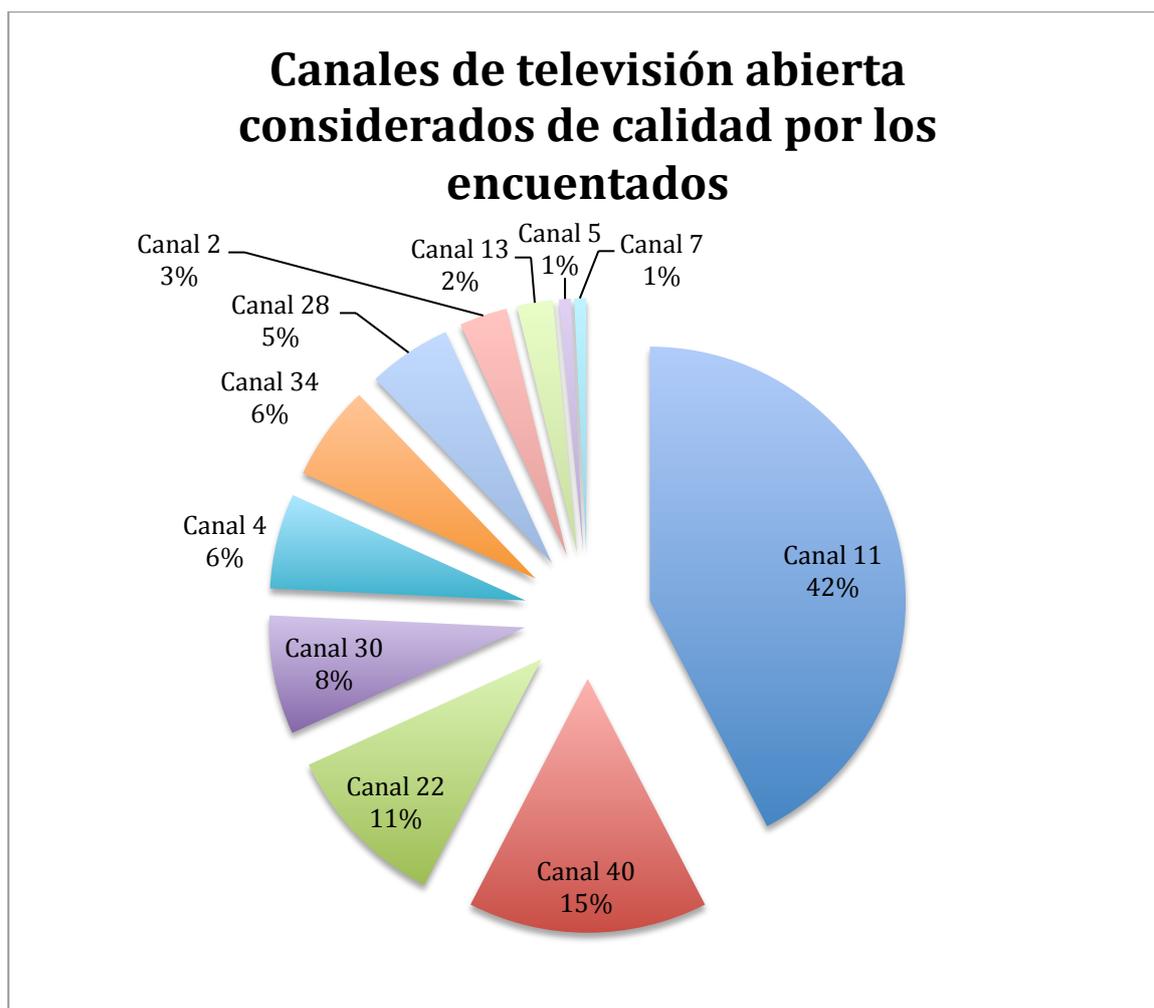
Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque otorgaron más de una opinión.

*Algunas respuestas no se graficaron ya que se redondearon al ser menores de 1%.

Cuando se preguntó sobre la calidad en general de la televisión en México se encontró que respondieron que en cuanto a canales de mejor calidad se encuentran; el Canal 11 como el mejor Canal de televisión abierta con un 42%, seguido del Canal 40 con un 15%, el Canal 22 tuvo un 11%, el Canal 30 tuvo un 8%, el Canal 4 un 6%, al igual que el Canal 34 pues también tuvo un 6%, el Canal 28 tuvo un 5%, mientras que el Canal 2 y el Canal 13 tuvieron un 3% cada uno, y por último el Canal 5 y el Canal 7 tuvieron un 1% cada uno (véase Gráfica No. 16.1).

Gráfica No. 16.1

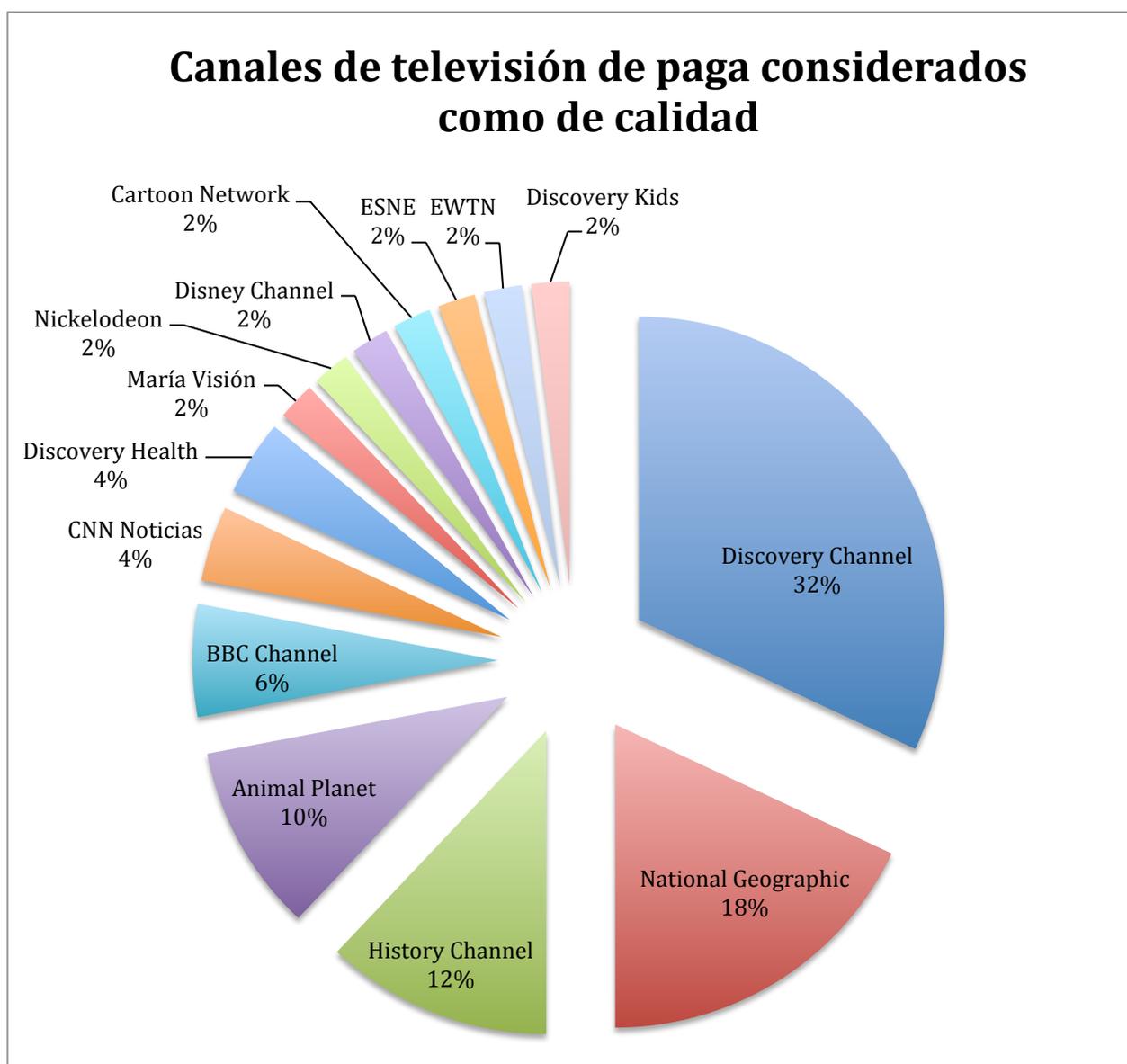


Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*La frecuencia total es inferior al el número de encuestados porque sólo mencionaron los canales de televisión abierta.

Mientras que a otros canales ya sea de internet o de televisión de paga, nacionales o extranjeros comentaron que Discovery Channel ocupó el primer sitio con un 32%, seguido de National Geographic con un 18%, de History Channel con un 12%, animal planet con un 10%, con un 6% tenemos a la BBC Channel, con un 4% está CNN noticias, con un 4% está Discovery Health, con un 2% está María Visión, también con un 2% están; Nickelodeon, Disney Channel, Cartoon Network, ESNE, EWTN y Discovery Kids (véase Gráfica No 16.1.2).

Gráfica No. 16.1.2



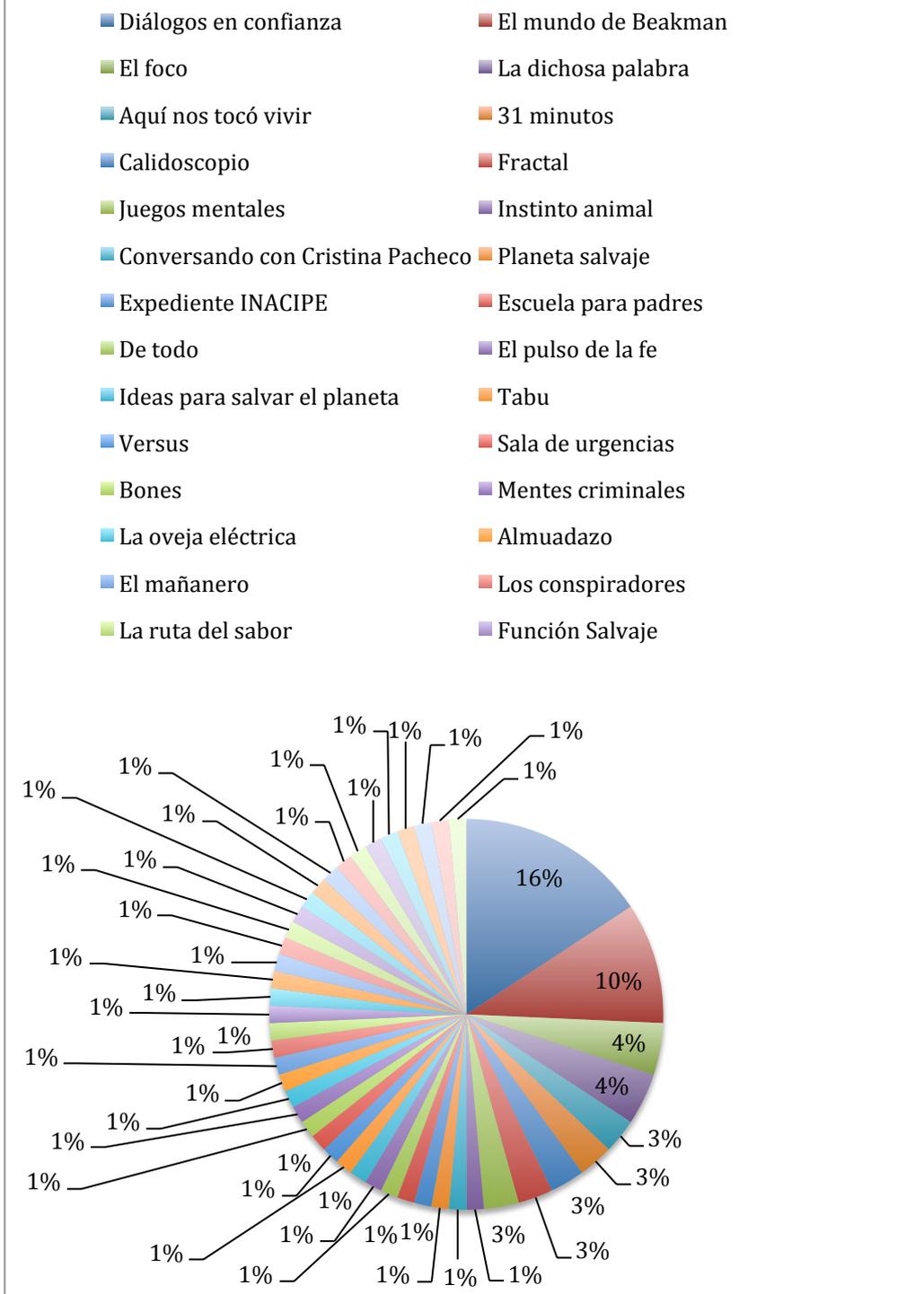
Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*La frecuencia total es inferior al el número de encuestados porque sólo mencionaron los canales de televisión de paga.

En lo que se refiere a programas de televisión, los encuestados pusieron que “*Diálogos en confianza*” es el mejor programa con un 16% que pertenece a la televisión abierta, mientras que el siguientes es *El mundo de Beakman* con un 10% (que aunque es importado lo transmitió una televisora abierta) con un 4% están; *El Foco* (producción nacional) y *La dichosa palabra* (producción nacional) cada uno, con un 3% están; *Aquí nos tocó vivir*, *31 minutos*, *Calidoscopio*, *Fractal* y *Juegos mentales*, cada uno.

Con un 1% cada uno tenemos a; *Instinto animal*, *Conversando con Cristina Pacheco*, *Planeta salvaje*, *Expediente INACIPE*, *Escuela para padres*, *De todo*, *El pulso de la fe*, *Ideas para salvar el planeta*, *Tabú*, *Versus*, *Sala de urgencias*, *Bones*, *Mentes criminales*, *La oveja eléctrica*, *Almohadazo*, *El mañanero*, *Los conspiradores*, *La ruta del sabor*, *Función Salvaje*, *Planeta finito*, *Encuentro*, *El rival más débil*, *Mesa de diálogos*, *Historia de mujeres*, *Rincón de arte*, *La libertad de creer*, *Tocar fondo*, *Niñera*, *Desde la fe*, *Aventura salvaje*, *A prueba de todo*, *Pasaporte*, *Kipatla*, *Backyardigans*, *La rosa de Guadalupe* y *Matutino Exprés* (véase Grafica No. 16.2).

Gráfica No. 16.2

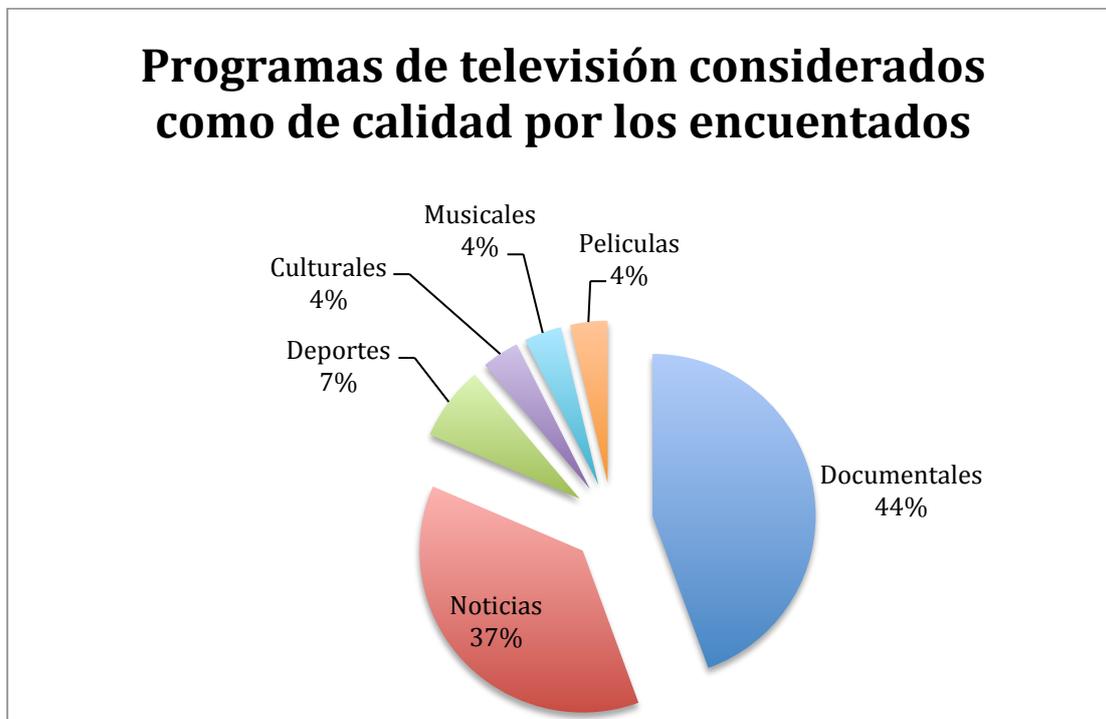
Programas de televisión considerados como de calidad



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*La frecuencia total es inferior al número de encuestados porque sólo mencionaron los nombres de los programas de televisión.

En cuanto al tipo de programación que consideran como de mejor calidad y contenido están: los documentales con un 44%, las noticias con un 37%, los deportes con un 7%, y con un 4% cada uno están; los culturales, los musicales y las películas (véase Gráfica No. 16.3).

Gráfica No. 16.3

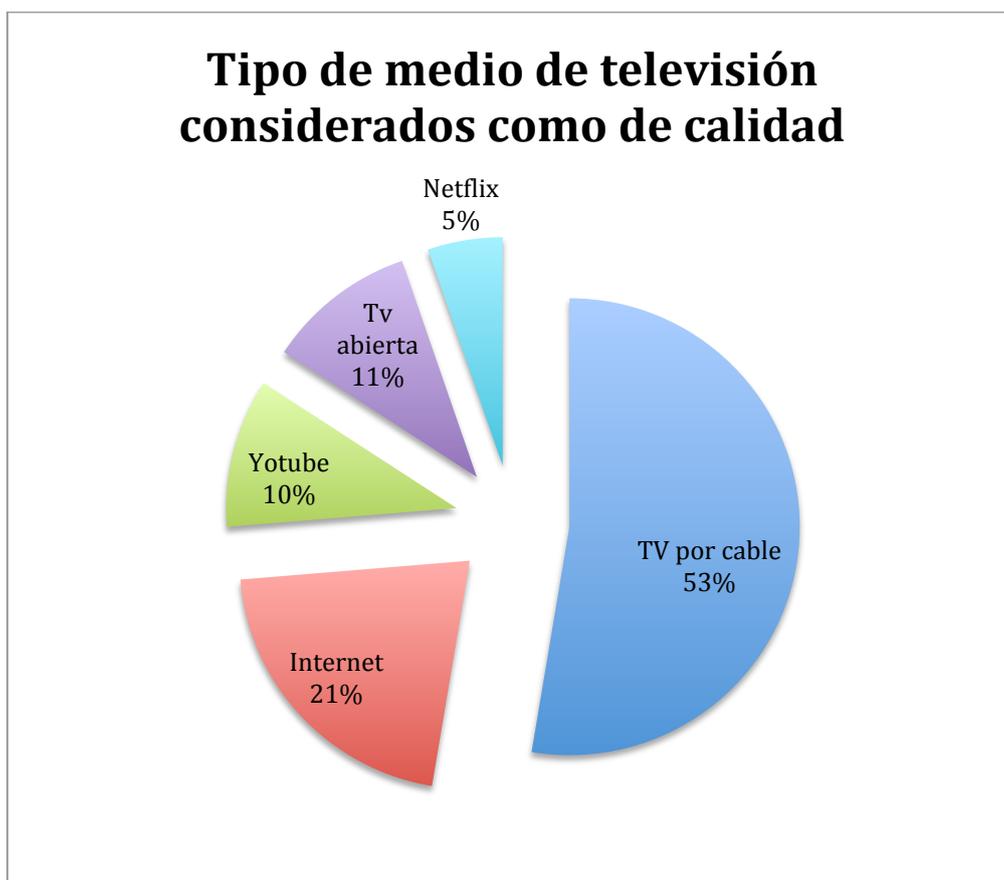


Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*La frecuencia total es inferior al el número de encuestados porque sólo mencionaron los tipos de programas de televisión.

Y por último algunos sólo comentaron el tipo de plataforma que consideran mejor para ver televisión, y se encontró que la televisión de paga ocupó el primer sitio con un 53% seguido de la televisión vista por internet con un 21%, Youtube ya sea con programas producidos ahí o simplemente videos subidos tuvo un 10%, la televisión abierta tuvo un 11% y por último Netflix tuvo un 5% (véase Gráfica No. 16.4).

Gráfica No. 16.4

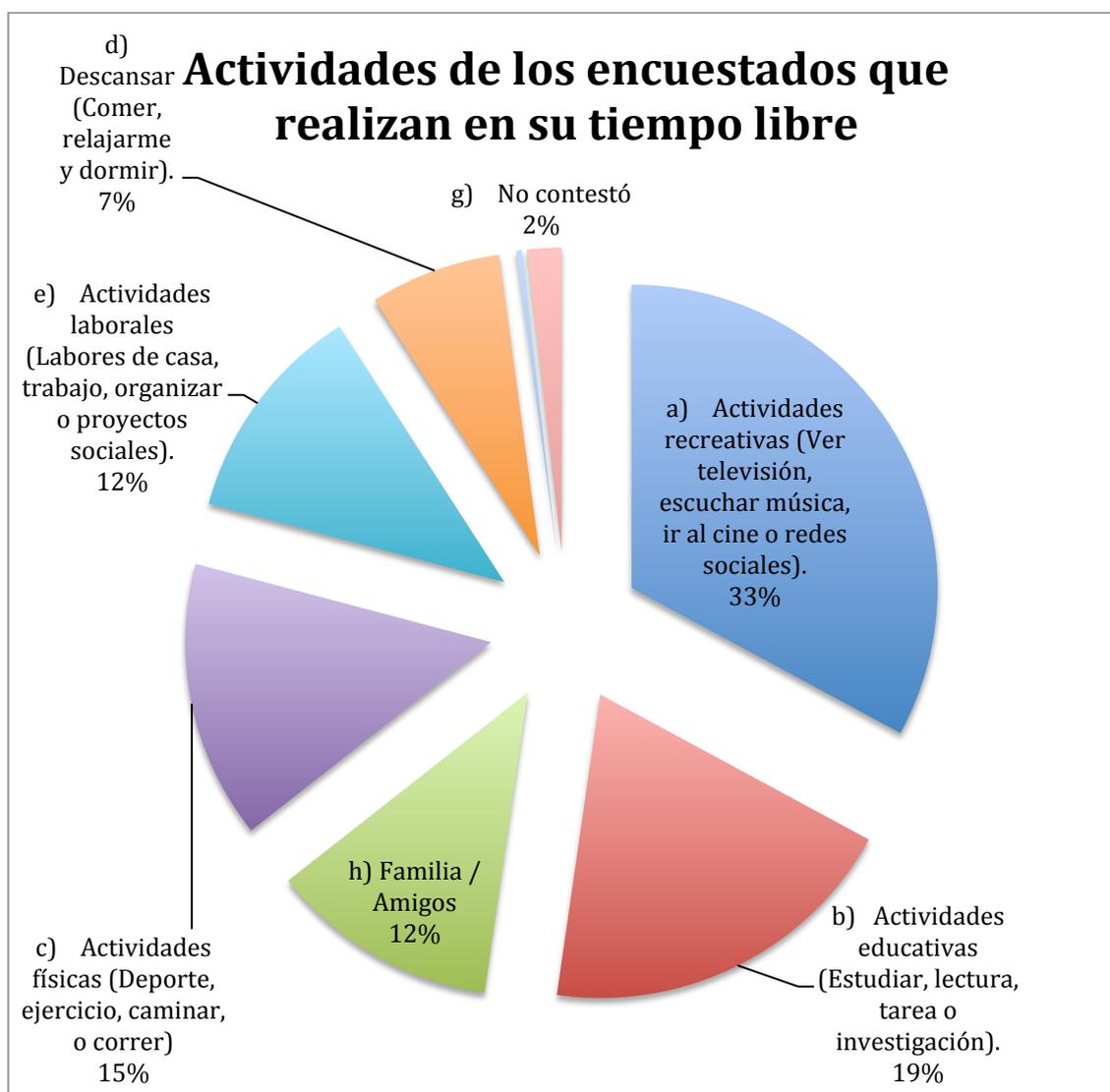


Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

Por último se les preguntó a los 200 encuestados sobre las actividades que realizan en su tiempo libre para observar si realmente el ver televisión es una de sus actividades primordiales y se encontró que sí ocupa el primer lugar junto con otras actividades recreativas, seguido de actividades educativas y de actividades físicas.

En esta pregunta se pudo observar lo siguiente: el 33% realiza actividades recreativas en su tiempo libre mientras que el 19% hace actividades educativas, el 12% dedica su tiempo libre a la familia o a los amigos, el 15% realiza actividades deportivas, el 12% hace actividades laborales, el 7% simplemente descansa, menos del 1%, en la gráfica aparece como 0% dijo no tener tiempo libre, y el 2% no contestó la pregunta (véase Gráfica No 17). Lo cual quiere decir que ver la televisión es una de las actividades favoritas de los mexicanos y se contrapone al tiempo que dicen ver la televisión, esto refleja que en realidad no mencionaron la cantidad real que le dedican a ver televisión o que pensaron que las horas eran por día.

Gráfica No. 17



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*La frecuencia total es mayor al número de encuestados porque más de uno mencionó más de una actividad.

*Algunas respuestas no se graficaron ya que se redondearon al ser menores de 1%.

4.3 Propuestas sobre el hábito de ver televisión

En nuestro país, dependiendo de la clase social es el tipo de televisión que se ve, y también varía un poco en cuanto a su programación, es decir, entre más alta sea la clase social, o más posibilidades económicas tengan, observan la televisión en otras plataformas y entre menor sea esta la consumen abierta o a la de paga con el menor costo y por lo tanto menos opciones.

Dentro de las propuestas que se han generado como opción para cambiar (no el hábito en sí, sino los mensajes que se generan) la televisión en general, han sido pocos y los mejores, desafortunadamente, no son nacionales.

Las televisoras que más se preocupan por lo que ve el televidente son las subsidiadas por el gobierno o que reciben ayuda del mismo y que son parte de instituciones educativas, como el Canal 11, el Canal 22 y Tv UNAM, mientras que las cadenas con más audiencia son la contraparte de la situación, son los promueven una programación de bajo nivel en su contenido.

Por otro lado, sean producciones nacionales o extranjeras las televisoras que se preocupan por incluir este tipo de programas en su contenido incluso pierden audiencia por el bajo costo de producción, sin embargo hay algunas con mucho éxito a pesar de no representar el mismo gasto que una producción de una televisora grande.

Desafortunadamente para la producción de programas nacionales, los mejores programas, sean educativos o no, con mayor calidad en su contenido son importadas ya que es más barato comprar producciones que ya representaron ganancias y éxito en otro país que realizar las propias, aunque eso no garantice que en nuestro país se tengan los mismos resultados.

La propuesta más importante la otorga el Canal 11 ya que por años se ha preocupado por tener calidad en su programación ya sea nacional o importada, cada uno de sus programas tiene algo que aportar a la audiencia, la mayoría son educativos, sin embargo cada uno se ocupa en transmitir lo que se necesita para que el televidente adquiera contenido de calidad.

Sin embargo, hay propuestas que han sobresalido entre las otras transmitiendo valores e información que puede ser de utilidad o educativo para televidente y que le ayuda a su desarrollo. Programas de producción nacional como *Diálogos en confianza*, *El diván de Valentina*, *Aquí nos tocó vivir*, *La Ruta del sabor*, o importados como *El mundo de Beakman* o *31 minutos*, son la mejor prueba que el entretenimiento no está peleado con lo educativo.

Por otro lado, el Canal 22 aunque contiene programación cultural, se requiere de mayor conocimiento y contexto para disfrutar de lo presentado, es quizá la televisora con mayor cantidad de programación tanto educativa como cultural, enfocada en las artes, sin embargo no es para todo público y se convierte en

elitista pues a la clase mayoritaria no le llama la atención por falta de contexto y de conocimiento.

Tv UNAM y algunos otros canales de bajo presupuesto como Canal 21 son afectados por el bajo presupuesto en sus producciones, sin embargo también tienen el mismo caso del Canal 22, pues no todos los televidentes pueden entretenerse con ese tipo de programación ni a todos les llama la atención debido al poco conocimiento de lo que se presenta, a menos que sea especializado y les llame la atención la temática.

En cuanto a las televisoras “grandes” es obvio que cuentan con más presupuesto, sin embargo esto no siempre significa mayor calidad, de hecho gastan menos de lo que deberían al comprar derechos en reality shows pues al importarlos no siempre cuentan con la calidad con la que son producidos en otros países como Estados Unidos o Inglaterra.

A pesar de esto sí han contado con programas que tienen buena calidad en su contenido y que incluso son educativos como el caso de *Plaza Sésamo* o series de televisión que compran y las transmiten, en especial la que son traídas desde Estados Unidos, pero sólo cumplen con entretener, o programas que podrían ser tomados en cuenta por su nivel de análisis pero que no son lo suficientemente atractivos para el público o al menos eso piensan las televisoras ya que los ponen en horarios nocturnos y de poca audiencia, sobre todo a los que se dedican al análisis y reflexión.

Se tiene que mencionar un caso muy particular, el que se refiere al canal Proyecto 40 ya que a pesar de que le pertenece a la segunda más grande televisora mexicana, Tv Azteca, tiene un giro distinto, incluso hay mucha audiencia que cree que es una televisora distinta. En este caso sí se ha ocupado de meter programación de calidad, al tener programas de análisis e informativos, desafortunadamente debe obedecer a una ideología que se ve marcada en sus propuestas.

En cuanto a la televisión de paga hay ejemplos mejores pues mucha producción que se transmite es extranjera, sobre todo la que realizan la BBC de Londres ya que es una de las mejores televisoras a nivel mundial que trata de enfocarse en la calidad de sus programas. También tenemos a los canales con propuestas similares como Discovery Channel o CNN.

Por otro lado se tienen las diversas plataformas de televisión que existen actualmente, porque si sólo se refiere a la transmisión por internet de televisión se remite únicamente a la televisión abierta o de paga, nacional o internacional, pero si hablamos de redes como Youtube o plataformas como Netflix estamos hablando de producciones distintas.

En el caso de Youtube, Vimeo o cualquier otra plataforma que permita subir videos de cualquier tipo se puede encontrar lo que sea, son tan diversas que

puede haber cuestiones educativas parecidas a lo que se hacía en las telesecundarias hasta de entretenimiento como los llamados blogueros, ya que cuentan con producciones tan austeras como un video casero o con producciones tan costosas como las que se transmiten en la televisión convencional.

Y en el caso de Netflix es una forma muy distinta pues es una combinación entre una televisora e internet, sin embargo el formato y la producción es más parecido a una televisora independiente pero son producciones mucho más costosas. Aun así también se puede encontrar lo que se ha realizado en otros canales tanto abiertos como de paga, o incluso como en Youtube, películas y series completas.

En cuanto a la investigación que se realizó también encontramos puntos de vista diversos, propuestas desde la perspectiva del televidente que propusieron lo siguiente: En cuanto a la pregunta de cómo les gustaría que fuera la televisión en México el 31% dijo que le gustaría que fuera de más calidad en su contenido, les gustaría que se pensara más en el televidente a la hora de la realización y que se les diera una programación mucho mejor a la que se les ofrece.

Mientras que el 16% opinó que les gustaría una televisión más educativa, quisieran ver propuestas en donde su contenido tenga educación en todos los niveles, que les otorgue cierta cantidad de información necesaria para complementar lo aprendido en las escuelas pero que sea entretenido, incluso algunos mencionaron que les gustaría que así fuera toda la programación, una combinación entre entretenimiento y educación.

Por otro lado el 11% mencionó que le gustaría ver programas con valores, programación que fomente el uso de los valores para que se vean reflejados en nuestra sociedad, esto porque piensan que la televisión actual carece de valores y creen necesario que se fomenten tanto a los niños como a los jóvenes y piensan que la televisión es uno de los mejores medios para hacerlo. El 10% de los encuestados piensa que hay mucha violencia en la televisión así que les gustaría programas con menos violencia o que no tengan violencia de todo tipo, desde la violencia física hasta la verbal y psicológica, algunos de los encuestados mencionaron que de ahí aprenden patrones los niños que consumen ese tipo de programación.

Al 9% le gustaría ver contenido cultural, piensan que la programación que se les brinda no les deja nada para el desarrollo de la cultura, incluso piensan que afecta de forma directa a la cultura social.

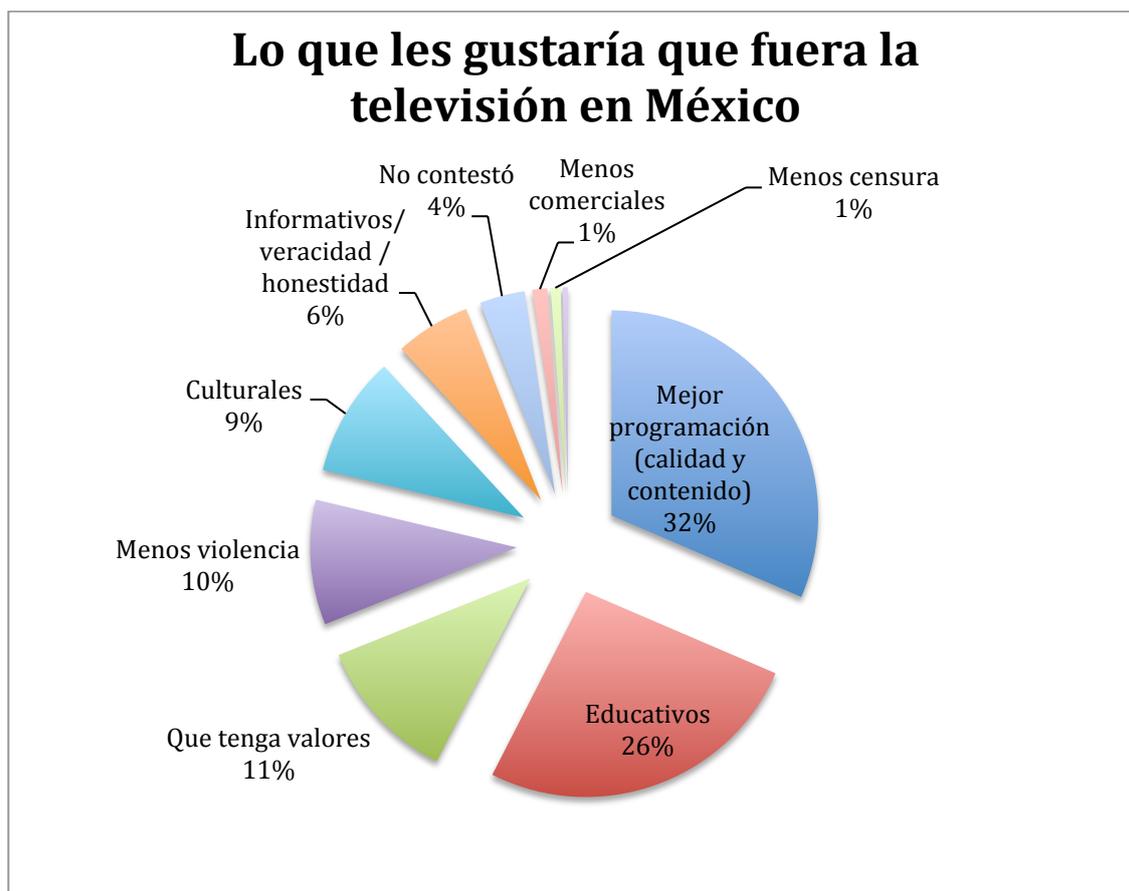
El 6% se basó en los noticieros, a este porcentaje le gustaría ver este tipo de programas más auténticos, les gustaría que fueran más honestos y veraces, creen que no informan lo suficiente o que ocultan la verdad. Les gustaría que fueran más objetivos y que no se inclinen con conveniencias políticas.

El 4% de los encuestados simplemente no contestaron, esto se puede interpretar en que o no tenían ninguna propuesta en mente o que les gusta el tipo de televisión que consumen ya que en algunas otras respuestas se encontró que no cambiarían en nada la programación actual.

Los siguientes dos rubros tienen únicamente el 1% y el primero se concentró en un factor externo como son los comerciales, piensan que pasan demasiada publicidad y les gustaría una televisión sin comerciales o con menos comerciales. El segundo rubro con un 1% cree que se censura demasiado a la televisión, así que les gustaría ver una programación con menos censura.

Y por último, con un 0% , es decir que no alcanzó ni el 1% pues se cerraron los dígitos de la encuesta, fueron los que dijeron explícitamente que no cambiarían nada de la televisión, este rubro está conforme a lo que le presentan en cualquier canal o televisora (véase Gráfica No. 14).

Gráfica No. 14



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque otorgaron más de una opinión.

*Algunas respuestas no se graficaron ya que se redondearon al ser menores de 1%.

En cuanto a la siguiente pregunta, se les pidió que escribieran propuestas para mejorar la programación de televisión en México, para lo cual los entrevistados mencionaron lo siguiente:

El 39% de ellos contestaron que mejorarían la calidad y el contenido de los programas, no propusieron cómo, pero 95 personas de los 200 entrevistados concordaron que en definitiva se debe de trabajar en la calidad y en el contenido de los programas que se transmiten actualmente en la televisión mexicana.

En segundo lugar se tienen, con un 13%, a los que mencionaron que para mejorar la calidad de la programación, quitarían la violencia que existe en ellos ya que creen que si quitan la violencia de los programas mejorarían sustancialmente y cambiarían la pobreza de la televisión ya que creen que la causa es la violencia.

En tercer lugar tenemos a los que creen que se necesitan más opciones, con un 10% se tienen a los que piensan que si hubiera más opciones la calidad de los programas subiría ya que ellos mencionaron que la causa por la cual los mexicanos ven el tipo de programación que hay es porque no tienen más opciones y piensan que al haber más canales incrementaría la competencia y eso haría que automáticamente las televisoras hicieran su programación de mayor calidad en su contenido y forma.

El 7% propone que haya más regulación en la televisión, ellos piensan que si se regula totalmente se quitarían los programas que no aportan algo positivo a los televidentes, creen que si se regulan con más severidad, no dejarían que programas de muy mala calidad existieran y obligarían a su vez a las televisoras a poner otro tipo de programación obviamente mucho mejor que la anterior.

El 4% de los encuestados proponen quitar las telenovelas ya que piensan que es lo peor que existe en la programación y creen que esto ayudará a mejorar los canales en general, proponen eliminarlas y así poner mejores programas, piensan que las telenovelas afectan a los televidentes y si las quitan creen que el problema terminaría con su remplazo.

El siguiente rubro tiene un 3% del total y no propone sobre la televisión, ellos proponen sobre el televidente, creen que si hubiera mejores televidentes ellos exigirían una televisión de mejor calidad así que la problemática que existe se terminaría porque con mejores televidentes, más selectivos y más exigentes las televisoras no tendrían más que incrementar sus propuestas de calidad en los programas que transmiten.

Opinó que debería haber menos comerciales. Creen que la problemática se basa en el consumismo, y a su vez no les gusta que les ofrezcan productos ni

servicios mientras ven televisión, quisieran menos comerciales y más programación.

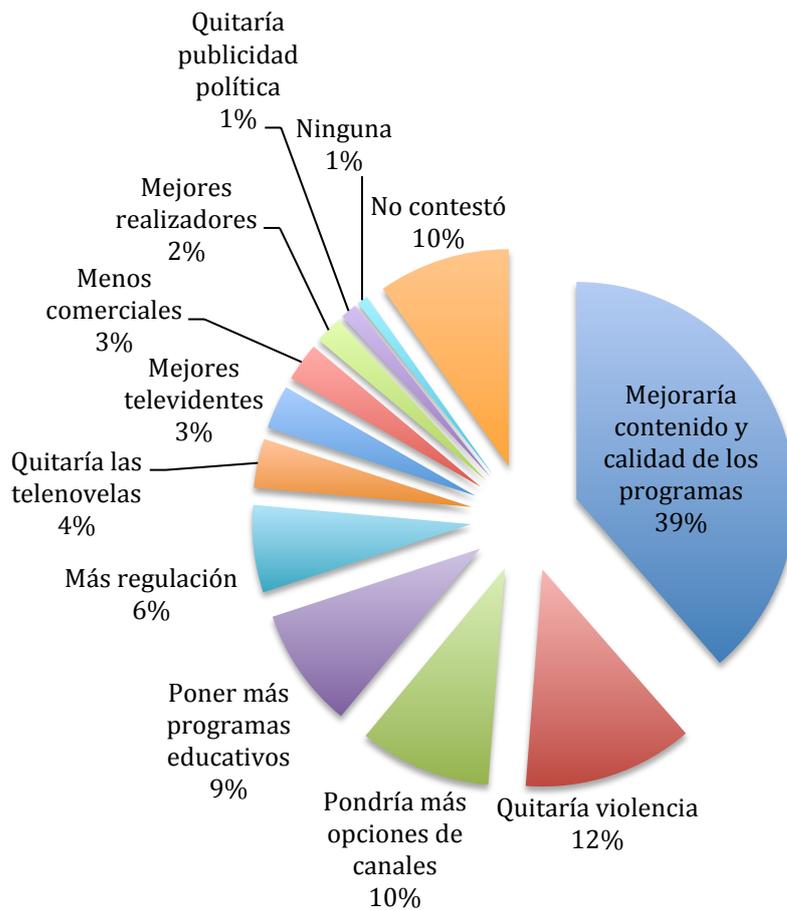
El 2% sugirió que si los realizadores fueran mejores, tendríamos mejor calidad en la programación, ellos propusieron mejores realizadores, creen que los que el problema está en quienes hacen televisión actualmente ya que si se les exige una mejor propuesta o se cambia a los realizadores por ende tendríamos una mejor televisión en nuestro país.

El siguiente lugar ocupa el 1% de los entrevistados y son lo que proponen quitar la publicidad política, creen que todo recae sobre intereses políticos y piensan que si se quita ese tipo de publicidad para dejar de favorecer a ciertas ideologías o mandatarios la televisión dejaría de ser un instrumento para la obtención del poder político y se enfocaría a la programación que le compete.

El siguiente lugar también con un 1% lo ocupan quienes creen que no se le debe hacer ninguna modificación, creen que la televisión está bien y les gusta lo que reciben. Y por último con un 10% de los encuestados tenemos a los que no contestaron, se puede suponer que no encontraron alguna propuesta que les satisficiera o simplemente son parte del porcentaje anterior y no quieren ningún cambio en la televisión, aunque cabe la posibilidad que también no les interese mostrar lo que piensan en las propuestas que podrían brindar (véase Gráfica No. 15).

Gráfica No. 15

Propuestas otorgadas para mejorar la programación de televisión en México



Fuente: Investigación de campo realizada en la Ciudad de México, el mes de junio de 2015 a 200 personas. Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque otorgaron más de una opinión.

En la sociedad mexicana actual como en cualquier otra sociedad en vías de desarrollo la necesidad de alcanzar la plenitud del primer mundo es fundamental así se disminuirían las problemáticas más importantes, sin embargo dentro de las mismas problemáticas encontramos a estos dos grandes pilares del mexicano, dos hábitos que afectan en gran medida sino se saben utilizar correctamente, sino se les aprovecha de la manera adecuada, el hábito de la lectura y el de ver televisión.

Esto quiere decir que si sabemos manejar estos dos hábitos para beneficio de los mexicanos podremos alcanzar un desarrollo óptimo como sociedad y de forma individual. Si se lee lo que de verdad nos pueda dejar algo positivo y si se ve la televisión, con el firme propósito de recibir un beneficio, seleccionando programas de calidad y hasta educativos y culturales, se puede sacar mucho provecho de ambas.

Así que si se juntan las propuestas de ambos ámbitos se podrían combatir de mejor forma ambas problemáticas, y si se complementan una puede servirle a la otra y viceversa para el mismo fin: El desarrollo de nuestra sociedad.

Conclusiones

En México, como en el resto del mundo, la comunicación es parte esencial del ser humano y entre más avanzada sea la tecnología existen más formas de comunicarse y de transmitir información. La importancia de esa información transmitida radica en la forma de vida de cada individuo y de toda su cultura, de lo aprendido y del entorno que lo rodea. Por lo tanto los medios de comunicación son parte fundamental de una sociedad.

En estas formas de comunicación se refleja parte de lo que es la sociedad y sus individuos; en la información que reciben y transmiten se puede observar su esencia, y su comportamiento se basa en lo que sabe, y es así cómo se desarrolla o degenera. Y lo hace por medio de la práctica de ciertos hábitos, que ayudan a su formación según su conocimiento y cultura.

En la presente investigación se pueden observar dos hábitos en particular, el hábito de la lectura y el hábito de ver la televisión en México, ambos ligados paradójicamente por ser tan opuestos y en ocasiones contrapartes el uno del otro, o al menos lo que se pudo examinar, es que uno sustituía al otro si se refiere al entretenimiento o la información dada por ellos. Es por esta razón que se pudieron cumplir los objetivos del proyecto ya que se lograron conocer los hábitos del mexicano, tanto el de la lectura como el de ver televisión.

El hábito de la lectura puede tener injerencia directamente en el hábito de ver la televisión y viceversa hasta el punto de afectarlo, ya que entre más conocimiento se tiene, se adquiere una mente más crítica acerca de lo que se exige en los medios, se puede solicitar mejor calidad en la programación y con contenidos más inteligentes, así como información veras y precisa. En cambio, si no se tiene esa mente crítica es porque no se desarrolla a través de la información, la cual mucha de ella está plasmada en los libros, por lo que se conforma con el tipo de programación televisiva que consume, en su mayoría por la programación de la televisión abierta. También afecta ese hábito al de la lectura, pues al preferir ver la televisión, se deja de lado el hábito de la lectura y se relega hasta desaparecer.

De acuerdo con la investigación de campo que realizamos en el 2015, el hábito de la lectura y de ver la televisión están directamente relacionados y pueden ser afectados entre ellos, así como contraponerse o bien ayudarse mutuamente.

Comenzaremos con el primero que es el de la lectura. De acuerdo con lo analizado en las encuestas nacionales de lectura del 2012 y del 2015, el mexicano lee muy poco, menos de 3 libros al año, y va a la baja, sin embargo al compararlo con la investigación de campo realizada en el 2015 se observó a lo largo de toda la investigación, que sí lee, incluso más de lo que reflejan las encuestas nacionales si tomamos en cuenta cualquier tipo de medio no sólo las lecturas impresas o virtuales, aunque también se notó que en ocasiones dice

leer ya que eso les da cierto status pues al menos quienes quieren pertenecer a alguna posición, conocimiento o simplemente aparentarla así lo mencionaron, es decir, por alguna razón mintieron en las respuestas sobre la frecuencia con la que leen, y se puede aseverar esto, por lo que contestaron en las preguntas referentes al tiempo que le dedican a la lectura, pues simplemente se contraponía con la pregunta acerca de, qué era lo que leían o qué estaban leyendo en ese momento, o con la que se refería a qué tanto conocían de lecturas o incluso cuánto tiempo le dedicaban a otro pasatiempo.

Por otro lado, los que realmente sí le dedican tiempo a la lectura no necesariamente la benefician por el tipo de lectura que consumen. Pudimos observar que las novelas son lo que se consume con mayor frecuencia, en su mayoría novelas de moda o nada complejas, en el mejor de los casos *best seller* que ocupan para el entretenimiento. Aun así, es poco lo que se lee en libros. Se observó, de acuerdo a la información recabada, que dicho hábito que se obtiene a través de la educación que se da desde casa, en primer lugar, seguido de la escuela y que posteriormente fue adaptado personalmente de acuerdo con la necesidad que tuvieron o el entorno en el que se desarrollaron.

Esto nos reduce aún más los beneficios de dicho hábito ya que para que sea benéfico o para que ayude al progreso de la persona y a su vez de la sociedad, debe reunir ciertas características; tiene que contener información que haga analizar el entorno y querer saber más para ponerlo en práctica ante la sociedad en cada uno de los ámbitos de la vida, pero qué pasa si sólo se quiere entretener y no solamente obtener algún beneficio de la lectura, aún más, si el único beneficio que se quiere tener es simplemente la recreación, disfrutar de una historia, no es para nada algo negativo, no obstante no se explota el beneficio que posee la lectura para adquirir el conocimiento sobre su entorno, ya que te abre puertas y te cambia panoramas.

Es verdad que el hábito de la lectura posee varios beneficios aunque no se tenga una correcta selección de lo que se lee pero lo que se pudo examinar en la investigación realizada es que influye de gran manera lo que se lee pues lejos de beneficiar puede afectar, como en el caso del morbo en las revistas más vendidas o únicamente la lectura de la propaganda en medios electrónicos o redes sociales que podrían alarmar o mal informar. Por lo que, parte importante de la investigación no sólo fue la frecuencia de la lectura sino también analizar el hábito y validar lo que leen, así como sus consecuencias.

Según los resultados de la encuesta realizada en el 2015, por qué los periódicos cada vez se leen menos, así como las revistas informativas o incluso las propuestas gratuitas como las escolares. Aun así, hay medios que están ligados con ciertos partidos, con ciertos personajes o ideologías, es decir, no se tiene una información objetiva ni verás y esto afecta directamente el hábito, y esa parte es positiva ya que nos reflejó que el lector ya no quiere ser manipulado o ya no cree en lo que los medios como los periódicos mencionan

acerca de hechos vinculados con la política o los sucesos importantes del país, cuando es el caso.

Ciertamente esto también se radicaliza, pues no tendremos jamás información valiosa, veraz y fidedigna por el hecho de que, algunos comunicadores, se inclinen hacia cierta ideología favoreciéndola. No quiere decir que mientan, pero también observamos que la gente en México, así como ya no cree en algunas instituciones, tampoco cree en los medios ni en los comunicadores, y en especial los informativos, si a eso, le aumentamos el nivel de corrupción que se vive actualmente y la poca información fidedigna, lo hace cada vez más complicado. Además de que, se tiene más acceso a la información, y habiendo más emisores, hay más opciones de poseerla, incluso de forma gratuita. Siendo así, más accesible para todos y desafortunadamente cualquier persona puede decir lo que desee aunque no sea verdad.

En cuando a lo anterior según lo reflejado en la investigación que realizamos, simplemente nos quedamos sin un medio que informe correctamente o al menos son pocos los que lo hacen, y esto solo hablando de los medios escritos, ya sea en la red o impresos. Es verdad que también se preguntó por los medios electrónicos, no obstante es todavía más subjetivo el ver un resultado real ya que cualquier persona incluso de forma anónima puede publicar cualquier información, en las redes sociales o en algún blog, sin embargo lo que podemos rescatar en todo esto es que los mexicanos tenemos esa necesidad de estar informados y de ponernos en contacto con el medio escrito, aunque realmente creo que es propio de cualquier ser humano.

En resumen podemos afirmar que la mayoría de los mexicanos no lee por diversas razones, y que quienes leen (no todos pero una gran parte) no lo hacen de manera correcta, así que quienes leen, se informan y se vuelven selectivos con lo que consumen, quienes tratan de poner en práctica esos conocimientos y a su vez los comparten y practican para el desarrollo de la sociedad, esos son los verdaderos lectores, quienes aprovechan la lectura al máximo, incluso aquellas lecturas que no aumentan su sentido crítico, para saber qué consumir y qué no; lo hacen para informarse, entretenerse y para descubrir cada vez nuevos panoramas que los aventajan y que al aportarlos socialmente enriquecen su entorno.

Aunque el ser humano por naturaleza elige lo que quiere ser y hacer, la información o el conocimiento, el sentido crítico y el panorama que te brinda la lectura te da más herramientas para poder sobresalir en una sociedad demasiado compleja como la nuestra y si se elige correctamente se puede aportar positivamente ante ella para hacer de este país un lugar mucho mejor, es lo que se quiso comprobar con la investigación con respecto a este hábito, no por nada existen culturas distintas en otros países con mejor status de vida, en donde su desarrollo estuvo basado en la educación, misma que se obtiene en gran parte de la lectura.

Las instituciones también tienen mucho que ver para el fomento del hábito de la lectura, como observamos en el primer capítulo de la investigación, el gobierno y las instituciones educativas al no proponer campañas suficientemente atractivas o facilidades para que los habitantes se acerquen a la lectura, también son responsables de la falta del hábito, pero también pudimos observar que si bien no han alcanzado sus objetivos sí han tratado de hacerlo, con iniciativas, campañas y eventos que desafortunadamente han sido, en su mayoría, mal desarrollados o con poco éxito.

De manera general, es obvio que no se puede solucionar el problema con una sola campaña y mucho menos haciendo esfuerzos aislados. Se necesitan una serie de transformaciones en diversos ámbitos para poder realizar una reforma y educar a los mexicanos para generar y fortalecer un hábito como el de la lectura, como ya se mencionó, responsabilidad que le concierne tanto al gobierno como a las instituciones educativas, obviamente también al esfuerzo de cada individuo y a lo que se fomente en el hogar.

Pero no sólo ese hábito se muestra en la investigación, se pudo observar otro que es para muchos la contraparte y que también está estigmatizado por la sociedad en general, el hábito de ver la televisión.

Se observan las características y consecuencias de cada hábito y se pudieron exponer las propuestas presentadas tanto de las mismas televisoras como de las personas encuestadas en cuanto al hábito de ver televisión.

Se mostraron puntos de vista sobre el hábito de ver la televisión desde ya hace muchos años, es verdad que en las últimas décadas ha evolucionado la forma de ver televisión y que poco a poco va perdiendo fuerza, no obstante hay que decir que al menos en México se sigue consumiendo bastante televisión en sus diversas formas.

Pero hay una interrogante que se planteó y es la siguiente; ¿La televisión realmente es negativa? Es una pregunta que tiene una respuesta inmediata, al menos en nuestro país la respuesta para la mayoría es sí, y tenemos una investigación de campo, que aunque no deja de ser una simple muestra, refleja lo que muchos mexicanos piensan acerca de este medio. La respuesta a esta pregunta no necesariamente es verdadera, pues se tuvieron que analizar muchos elementos para darle la mayor objetividad a la misma respuesta.

Es interesante observar que un medio tan influyente, esté catalogado por la mayoría como negativo, en la encuesta que realizamos en el 2015, y además se reconozca que se consume a diario, incluso por varias personas en gran cantidad. Es verdad que del 2015 al 2017 ha habido muchos cambios para el medio en sí, la forma de verlo y el declive que ha presentado. Ya no es el medio visto por todos, sigue siendo el de la mayoría pero ya no es el favorito, tan sólo podría mencionar dos aspectos que lo validan, uno de ellos es el

cambio radical que Televisa le ha dado a su contenido, pues ya fue en el 2017 cuando tuvo que reestructurar su programación, pero el otro aspecto sí se retomó en la investigación y fue la forma de ver la televisión, la llegada de nuevas plataformas como Netflix, incluso también Televisa quiso competir con Blim al perder audiencia.

Con lo anterior podemos concluir que a lo largo de la investigación se comprobaron dos cuestiones importantes, la primera es que a pesar de los esfuerzos de la televisión abierta cada vez más va perdiendo fuerza, como medio informativo y de entretenimiento pues desafortunadamente como medio educativo tuvo sólo algunos “chispazos” como Plaza Sésamo, o algunos programas producidos por el Instituto Politécnico Nacional, incluso por los importados como el *Mundo de Beakman*.

Sin embargo, la televisión cumplía con su función, la relación que tiene con la lectura es negativa ya que la sustituye como medio de entretenimiento y hasta informativo, por la velocidad con la que propone cada cosa, pero también cabe mencionar que es un paso, según se observa, del progreso de la tecnología, un proceso casi natural que se da y que es obligatorio.

Pero, ¿realmente la televisión afecta al desarrollo de los mexicanos, de forma individual y como sociedad? Aunque también aquí la respuesta sea un sí rotundo por lo reflejado a lo largo de la investigación de campo no es una respuesta absoluta, es decir, también es este caso depende del mensaje que se dé, del conocimiento educativo que se deje.

En conclusión para este medio podemos aseverar que hay tres aspectos importantes que resaltar; el primero es que la televisión depende mucho de su programación para que aporte un mensaje negativo o positivo, que el televidente elige si realmente quiere obtener algo de ese medio al seleccionar correctamente la programación y que la televisión puede fomentar valores, aportar beneficios y ser utilizada como cualquier otro medio del que se le puede sacar mucho provecho. A diferencia de la lectura la televisión cuenta con dos grandes fortalezas, su alcance y su posicionamiento, es decir, todavía puede aportar grandes proyectos y puede ayudar al igual que la lectura a mejorar a la sociedad pero con la diferencia que tiene más elementos que llaman la atención por el simple hecho de que el ser humano es más visual.

Una de las respuestas reflejadas en la presente investigación también es de gran relevancia, pues ya que partimos de dos medios que pueden beneficiar a nuestra sociedad si se utilizan de forma adecuada el principal problema es que no sabemos cómo hacerlo, si bien conocemos lo que es necesario para nuestro desarrollo integral, y en este caso el hábito de la lectura, y una lectura eficiente y de calidad para el mejor aprovechamiento del mismo, una televisión con información veraz, oportuna y fidedigna, con entretenimiento sano e inteligente y hasta un medio educativo, simplemente no sabemos cómo.

No sabemos cómo inculcarlo, ni a nivel familiar con nuestros hijos ni a nivel institucional o gubernamental. Obviamente no sólo es que no se sepa sino que no se quiere saber y no se quiere que se conozca por parte de quienes manejan a este país. Como ya lo mencionamos, algunas instituciones han tratado de fomentar el hábito de la lectura con pocos o nulos resultados y otros tantos, los menos, han intentado de proponer programación televisiva de calidad.

Pero ¿qué obtuvimos en esta investigación? que gran parte de las personas encuestadas expresó que no hay interés por participar en la creación de una TV educativa y cultural por parte del gobierno, pero realmente los pocos que quisieran tampoco saben cómo hacerlo. Los programas que han tratado de realizar (en su mayoría) han fracasado, las televisoras también, cuando intentan sacar un programa educativo es aburrido y evidentemente las que no les interesa y sólo lo ven como negocio y un medio de poder, simplemente hacen lo que se necesite para satisfacer las necesidades propias que tiene.

Parece un panorama caótico y desalentador, pero en realidad es una oportunidad para cambiar a nuestra sociedad con el medio todavía más visto por las familias mexicanas, y por un hábito que todavía se tiene como lo es el de la lectura.

Pero cuáles son los obstáculos a vencer, bien, hay muchos, sin embargo los más importantes serían; la participación nula o mal empleada del gobierno y de las diferentes instituciones, la apatía de gran parte de la sociedad y la falta de ética y valores que tiene nuestra sociedad y los grandes grupos públicos y privados de poder, sin embargo, paradójicamente con estos medios podemos combatir lo que a su vez nos está impidiendo alcanzar las metas deseadas con ambos hábitos.

Lo primero, una sociedad informada es una sociedad exigente y conoce sus derechos, sabe lo que debería ser y no se conforma con lo que le den, es por eso que a muchos sectores bien posicionados, públicos y privados, no les conviene que se desarrolle el país, teniendo como consecuencia una desigualdad en los recursos para la sociedad.

También como factor que limita el hábito de la lectura, se encuentran los distractores, como ya mencionamos la televisión como uno de los principales, sin embargo hay muchísimos de ellos, por ejemplo el internet, las diversas actividades que no precisamente perjudican sin embargo si no se tiene un balance adecuado no se podrá obtener un beneficio.

Esto lo podemos encontrar desde los niños hasta los adultos, para los primeros las nuevas tecnologías los atraen de formas muy fuertes y los juegos que se presentan suelen ser más atractivos que una buena lectura, y para los segundos también la tecnología pero llevada hacia otra clase de distracción, es más bien un sentido de pertenencia y un estatus, junto con un culto al cuerpo son los dos grandes distractores, se dedica más tiempo a esto que a promover el hábito como tal.

Obviamente si los hábitos que nos deberían servir para ayudarnos nos perjudican, tanto el de la lectura al ser nulo o mal empleado como el de la televisión que se ha dedicado a mal informar a presentar entretenimiento de mala calidad tanto en la producción como en los contenidos y que deja de lado la educación, un medio que ha dejado mucho que desear y que tiene pocos elementos que lo salvan. Hay que empezar por los mismos, eso es en teoría lo que se quiere mostrar en esta investigación.

Si ya vimos que la lectura tiene un poder de mejorar la sociedad y que la televisión también, y que además no se contraponen sino que se pueden reforzar uno con otro, entonces lo que necesitamos es fomentarlo correctamente, entre mayor información mayor panorama, entre más educación mayores capacidades y entre más se inculquen estos hábitos de manera correcta más provecho podemos sacar.

Por último, está el compromiso y responsabilidad de los medios y los escritores, de los segundos esta la obligación de transmitir una lectura que deje algo más que un entretenimiento banal que si bien puede haber de todo no necesariamente debería de ser así, que sepan que escriben para un público exigente y que quiere su desarrollo integral.

Y podría ayudar a que se difunda el hábito de la lectura con campañas generadas por instituciones públicas y privadas como se ha venido haciendo pero con más impulso, para la televisión, se debe de tener un compromiso, sabiendo la responsabilidad que tienen al informar, educar y entretener de una forma veraz, exigirse de tal forma que transmitan programación de buena calidad que ayude a la sociedad a desarrollarse de una mejor manera, permitiendo la competencia sin acaparar los canales y sin detenerse al negocio como tal.

Es evidente que para todo esto falta mucho y que suena utópico, sin embargo hay países que lo han podido realizar, aunque se trata de países de primer mundo o desarrollados una cosa llevó a la otra, es decir, esto que se realizó también ayudó en el desarrollo y prosperidad de dichas sociedades y para el bienestar de cada individuo que las integra.

Entonces, qué podemos hacer además de exigirle a los medios, a las editoriales, escritores, productores, empresas, televisoras y al gobierno, podemos empezar por realizarlo de forma personal y después llevarlo a cada uno de los ámbitos en los que nos desarrollamos, con nuestras familias y amigos, con cada persona que podamos beneficiar y ayudar, haciendo una cadena para que llegue a más mexicanos. Existen varios proyectos que lo llevan a cabo, no hablo de los hábitos sino de cuestionar a la sociedad y poner a prueba su integridad y sus valores, existen experimentos sociales de videobloguers y de personas interesadas en ayudar sin fines de lucro.

Si el mexicano cambia el hábito de la lectura, es decir, si lo mejora, también modificaría el hábito de ver televisión, con una mentalidad más crítica y así se podrá tener una mejor calidad de vida, pero de forma teórica, pues se pudo

comprobar, que si se tiene un mejor hábito tanto de lectura como de ver la televisión la sociedad puede crecer y desarrollarse de una mejor manera, sin embargo esto no se ve en nuestro país aún porque ninguno de los hábitos ha mejorado todavía.

Aunque se pudo observar que en general la sociedad está de acuerdo, y le gustaría tal beneficio, se pudo visualizar el interés de las personas en el beneficio común con la práctica positiva de ambos hábitos.

FUENTES DE CONSULTA

Fuentes Documentales

Bibliográficas

Ahumada Barajas, Rafael. *T.V., su influencia en la percepción de la realidad social*. México, D.F. UNAM, Facultad de Estudios Superiores Aragón. M. A. Porrúa, 2007. p. 48.

Baggaley, Jon P.; Duck, Steve W., *Análisis del mensaje televisivo*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1979. pp. 142, 143, 166 y 200.

Chiama de Jones, María Cristina, *¿Cómo leemos literatura en el aula?: estrategias para la promoción de la lectura*, Buenos Aires, Editorial Biblos. 2010, p. 51.

Domínguez, María, *¡La lectura sí que es un regalo!: (reflexiones, sugerencias y actividades para que nuestras niñas y niños descubran el placer de leer): dirigido a padres, madres, profesorado en general y futuros docentes*, Alcalá La Real, Jaén, Ed. Formación Alcalá, 2009, p. 23.

Goodman Ken, *Sobre la lectura, una mirada de sentido común a la naturaleza del lenguaje y la ciencia de la lectura*, Barcelona, Ed. Maestros y Enseñanza Paidós, 2006, p 19.

Molina García, Santiago, *Enseñanza y aprendizaje de la lectura*, Madrid, Ed. Ciencias de la Educación Preescolar y Especial, 1981, p. 76.

Orozco Gómez, Guillermo, *Televisión y audiencias : un enfoque cualitativo*, Ediciones de la Torre ;México: Universidad Iberoamericana, 1996, p. 32.

Palacios Sierra Margarita, *Leer para aprender*, México, Ed. Alhambra Mexicana, 1996, p. 33.

Ramos Maldonado, Ferdinando, *Pedagogía de la lectura en el aula: guía para maestros*, México, Editorial Trillas, 2000, p. 68.

Robles, Helia María, *Lengua y habla en la escuela actual*, Madrid, Ed. Paraninfo, 1974, pp. 54 y 55.

Sartori, Giovanni. *Homo videns: la sociedad teledirigida. México, Punto de lectura, 2006*, pp. 140 y 141.

Yarce, Jorge, *Televisión y familia*, Madrid, España, Editorial Minos, 1993, pp. 179-183 y 184-189.

Hemerográficas

El Universal (2003), El reto educativo, Leo Zuckerman, Mayo 14, p. 12.

Fuentes Cibernéticas

AC Paolo. (2012). Medciencia. <http://www.medciencia.com/5-beneficios-de-la-lectura/>, 7 de Noviembre de 2014.

Animal Político, (2013), "Lo que los mexicanos prefieren en la TV, según Parametría. <http://www.animalpolitico.com/2013/05/los-mexicanos-prefieren-la-tv-a-los-periodicos-parametria/#axzz35sKBsOav>, El 20 de Junio de 2014.

Aristegui Noticias, con información de Notimex.(2014). Mexicanos leen 2.94 libros al año: Encuesta Nacional de Lectura. <http://aristeguinoticias.com/3004/kiosko/mexicanos-leen-2-94-libros-al-ano-encuesta-nacional-de-lectura/>. 14 de Noviembre de 2014.

Aristegui Noticias. (2012), 4 de cada 10 personas leen en México revela la encuesta nacional, <http://aristeguinoticias.com/2711/kiosko/4-de-cada-10-personas-leen-en-mexico-revela-encuesta-nacional/>, 12 de Noviembre de 2014.

Aristegui Noticias. (2013). En el Día del Libro, los mexicanos leen 2.9 al año: Encuesta Nacional de Lectura. <http://aristeguinoticias.com/2304/kiosko/en-el-dia-del-libro-los-mexicanos-leen-2-9-al-ano-encuesta-nacional-de-lectura/>. 17 de Noviembre de 2014.

CONACULTA Secretaría de Educación Pública, (2015), Premio al Fomento de la Lectura: México lee DGP, http://sic.gob.mx/ficha.php?table=convocatoria&table_id=279, 2 de Septiembre de 2015.

Coordinación Nacional de Comunicación Social. (2013). Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2013. http://www.ine.mx/documentos/JGE/acuerdos-jge/2013/SO22julio2013/JGEo220713ap6-1_x1.pdf, 7 de Abril de 2015.

Definición.de (2008-2014). Concepto de lectura. <http://definicion.de/lectura/>. 12 de Noviembre 2014.

Eleconomista america. (2014). Los beneficios de la lectura para nuestro cerebro y salud mental. <http://www.eleconomistaamerica.pe/sociedad-eAm-peru/noticias/5912279/07/14/Los-beneficios-de-la-lectura-para-nuestro-cerebro-y-salud-mental.html#.Kku8sGbLSfNm9s2>.12 de Noviembre de 2014.

Flores de nieve CEPE-UNAM, "Encuesta: ¿Qué y cuántas horas de televisión ven en México?", <http://www.floresdenieve.cepe.unam.mx/veinticinco/cepe-gpo2-sandra-2010.php>. El 25 de Junio de 2014.

Frias Adalli. (2013), La Televisión contra la Lectura, <http://www.sdpnoticias.com/columnas/2013/04/29/la-television-contra-la-lectura>. 6 de Junio de 2014.

Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura, A.C., (2012), Encuesta Nacional de Lectura, <https://www.google.com.mx/#q=encuesta+nacional+de+lectura+2012>, 7 de Abril de 2015.

Gloria Brito Nájera. (2014). La lectura en México, de mal en peor, ¿de quién es la responsabilidad?
http://www.antorchacampesina.org.mx/articulos_colaboradores.php?id=3485#.VHtQ517ldox. 18 de Noviembre de 2014.

Guillermo Sheridan. (2007). La lectura en México.
<http://www.letraslibres.com/revista/columnas/la-lectura-en-mexico1>. 14 de Noviembre de 2014.

Informador mx. (2014). ¿Qué leen los mexicanos?
<http://www.informador.com.mx/cultura/2014/511884/6/que-leen-los-mexicanos.htm>. 15 de Noviembre de 2014.

Jaime Septién, (2013), "Lo que ven los mexicanos". <http://www.siempre.com.mx/2013/06/lo-que-ven-los-mexicanos/>, El 20 de Junio de 2014.

Jonathan Irineo. Paradigmas, revista de investigación. (2013). ¿Qué leen los mexicanos? O mejor dicho, ¿leen? <http://www.paradigmas.mx/que-leen-los-mexicanos-o-mejor-dicho-leen-2/>. 15 de noviembre de 2014.

Juan Domingo Argüelles, EstePaís, (2015), Los veinte minutos: estándares, spots y simulacros de la lectura en México, <http://archivo.estepais.com/site/2015/los-veinte-minutos-estandares-spots-y-simulacros-de-la-lectura-en-mexico/> 2 de Septiembre de 2015.

Ken and yetta goodman's (2009). Kenneth S. Goodman. <http://definicion.de/lectura/>. 12 de Noviembre 2014. <http://www.u.arizona.edu/~kgoodman/ken.html>. 7 de Noviembre de 2014.
León Trahtemberg, (2000), Televisión: Beneficios y perjuicios educacionales. <http://www.trahtemberg.com/articulos/1203-television-beneficios-y-perjuicios-educacionales.html>, El 20 de Junio de 2014.

Lilian Hernández. (2013). El mexicano lee poco; el 55% de las casas sólo tiene 10 libros.
<http://www.excelsior.com.mx/2013/01/18/879972>. 15 de Noviembre de 2014.

London John.(2014). How en español, Traducido por Aldana Avale, Cultura y Ciencia, Ventajas y Desventajas de la lectura. http://www.ehowenespanol.com/ventajas-desventajas-lectura-info_103064/, 7 de noviembre de 2014.

Mario Luis Fuentes. (2012). Un país que lee poco.
<http://mexicosocial.org/index.php/mexico-social-en-excelsior/item/64-un-pa%C3%ADs-que-lee-poco.html>. 14 de Noviembre de 2014.

Mario Luis Fuentes. (2012). Un país que lee poco.
<http://mexicosocial.org/index.php/mexico-social-en-excelsior/item/64-un-pa%C3%ADs-que-lee-poco.html>. 15 de Noviembre de 2014.

Mario Luis Fuentes. (2012). Un país que lee poco.
<http://mexicosocial.org/index.php/mexico-social-en-excelsior/item/64-un-pa%C3%ADs-que-lee-poco.html>. 12 de Noviembre de 2014.

Merca 2.0. (2012), "11 datos que te actualizarán sobre la televisión en México".
<http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2011/10/08/mexicanos-ven-hoy-mas-tv-que-hace-10-anos>, El 25 de Junio de 2014.

Mónica Mateos-Vega, (2010), CNCA: 48% de mexicanos no muestran interés por la cultura, <http://www.jornada.unam.mx/2010/12/16/cultura/a03n1cul>, 18 de Noviembre de 2014.

Nayeli Meza. Forbes México. (con aporte de agencia NOP World) (2013). El Top 20 de los países que más leen. <http://www.forbes.com.mx/el-top-20-de-los-paises-que-mas-leen/>. 15 de Noviembre de 2014.

Notimex. (2013). "Noticiarios y novelas, lo que ven los mexicanos en TV". <http://www.animalpolitico.com/2013/12/que-ven-los-mexicanos-en-la-tv/#axzz35sKBsOav>. El 20 de Junio de 2014.

Numeralia. "Televisión en México" <http://www.fundacionpreciado.org.mx/biencomun/bc170/Numeralia.pdf>, El 25 de Junio de 2014.

Ojer Goñi Teresa. (2010). Televisión de calidad: una realidad posible.. <http://www.nuevarevista.net/articulos/television-de-calidad-una-realidad-posible>. 5 de Junio de 2014.

Padrón nacional de medios impresos, (2013), Los periódicos más leídos en México, <http://www.aldf.gob.mx/archivo-7e4c2bbebb447407c00b3178a46c020d.pdf>, 7 de Abril de 2015.

Padrón nacional de medios impresos. (2013). Los periódicos más leídos en México, <http://www.aldf.gob.mx/archivo-7e4c2bbebb447407c00b3178a46c020d.pdf>, 7 de Abril de 2015.

Paula Corujo. (2011). Los libros digitales ganan la batalla al papel en EEUU, <http://www.elreferente.es/tecnologia/los-libros-digitales-ganan-la-batalla-al-papel-en-eeuu-12432>, 18 de Noviembre de 2014.

Periodico el Economista. (2011), "Mexicanos ven más TV que hace 10 años". <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2011/10/08/mexicanos-ven-hoy-mas-tv-que-hace-10-anos>, El 25 de Junio de 2014.

Ramírez Lorena. (2014). Actitudfem. <http://www.actitudfem.com/guia/articulo/10-beneficios-de-leer-un-libro>, 7 de Noviembre de 2014.

Real Academia Española (2014). Hábito. <http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=43UajAQVNDXX2pQPWOqc>, 7 de Noviembre de 2014.

Real Academia Española (2014). Lectura. <http://buscon.rae.es/drae/srv/search?id=JZsiiXDzwDXX2D6yrezG>, 7 de Noviembre de 2014.

Redacción Al momento noticias. (2014). México en penúltimo lugar en índice de lectura según la UNESCO. <http://www.almomento.mx/mexico-en-penultimo-lugar-en-indice-de-lectura-segun-la-unesco/>. 17 de Noviembre de 2014.

Redacción AN. Aristegui Noticias, (2015), La UNAM promueve la lectura a ritmo de 'perreo', <http://aristeguinoticias.com/0804/lomasdestacado/la-unam-promueve-la-lectura-a-ritmo-de-perreo/2> de Septiembre de 2015.

Saiz Yaiza . (2014). La Vanguardia.com. <http://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20120613/54312096470/los-beneficios-de-la-lectura.html>, 7 de Noviembre de 2014.

Secretaría de Educación Media Superior (SEMS) SEP, (2015), Programa de Jóvenes Lectores, http://www.sems.gob.mx/es/sems/Programa_de_Fomento_a_la_Lectura, 2 de Septiembre de 2015.

Sin embargo.mx. (2014). Los mexicanos leen en promedio 2.94 libros por año y dedican tres horas semanales a la lectura, dice el INEGI. <http://www.sinembargo.mx/21-04-2014/969410>. 15 de Noviembre de 2014.

Telecuentos, (2012), Televisión vs lectura <http://telecuentos.blogspot.mx>, 6 de Junio de 2014.

Torres Arosemena Claudia. (2012). Ventajas y desventajas de la Televisión en la Educación. <http://formared.blogspot.mx/2012/10/ventajas-y-desventajas-de-la-television.html>. 5 de Junio de 2014.

Torres Arosemena Claudia. (2012). Ventajas y desventajas de la Televisión en la Educación. <http://formared.blogspot.mx/2012/10/ventajas-y-desventajas-de-la-television.html>. 5 de Junio de 2014.

Torres Arosemena, Claudia, (2012), Ventajas y desventajas de la Televisión en la Educación, <http://formared.blogspot.mx/2012/10/ventajas-y-desventajas-de-la-television.html>, El 20 de Junio de 2014.

¹Trahtemberg León, (2000), Televisión: Beneficios y perjuicios educacionale [.http://www.trahtemberg.com/articulos/1203-television-beneficios-y-perjuicios-educacionales-.html](http://www.trahtemberg.com/articulos/1203-television-beneficios-y-perjuicios-educacionales-.html), El 5 de Junio de 2014.

Trahtemberg León. (2000). Televisión: Beneficios y perjuicios educacionale. [.http://www.trahtemberg.com/articulos/1203-television-beneficios-y-perjuicios-educacionales-.html](http://www.trahtemberg.com/articulos/1203-television-beneficios-y-perjuicios-educacionales-.html). 5 de Junio de 2014.

Ulises Fonseca Madrigal, (2014), En puerta, Encuesta Nacional de Lectura de Conaculta; resultados, en 2015: Vázquez, <http://www.lajomadamichoacan.com.mx/2014/09/07/en-puerta-encuesta-nacional-de-lectura-de-conaculta-resultados-en-2015-vazquez/>, 12 de Noviembre de 2014.

Universia. Revista Ñ, (2014), ¿Qué cambios traerán consigo los libros electrónicos? <http://noticias.universia.net.mx/en-portada/noticia/2014/09/01/1110598/cambios-traeran-consigo-libros-electronicos.html>, 18 de Noviembre de 2014.

Wendy Aceves. Universidad de Guadalajara. (2008). Mexicanos sí leen, pero literatura de entretenimiento. <http://www.udg.mx/es/noticia/mexicanos-si-leen-pero-literatura-de-entretenimiento>. 15 de Noviembre de 2014.

Yanet Aguilar Sosa. El Universal mx Cultura. (2012). “Libros caros”, ¿excusa para no leer? <http://www.eluniversal.com.mx/cultura/68467.html>. 17 de Noviembre de 2014.

Anexos

Cuestionario utilizado en la investigación de campo para conocer sobre el hábito de la lectura del mexicano.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
LA FINALIDAD DE ESTA INVESTIGACIÓN ES CONOCER TUS HÁBITOS SOBRE
LECTURA

Ocupación_____ Escolaridad_____ Edad_____ Género_____

Responda las siguientes preguntas sobre el hábito de lectura:

1.- ¿De manera cotidiana qué acostumbra leer? **Márquelo con una "X". Puede seleccionar más de una opción**

- | | | | |
|---------------|-----|-------------------------|-----|
| a) Libros | () | d) Historietas o Cómics | () |
| b) Periódicos | () | e) Ninguna | () |
| c) Revistas | () | | |

Otro: _____

¿Cuál?

2.- ¿Qué opciones de internet lee habitualmente? **Márquelo con una "X". Puede seleccionar más de una opción**

- | | | | |
|--------------------------------------|-----|---------------------------|-----|
| a) Libros por internet | () | e) Blogs | () |
| b) Periódicos por internet | () | f) Redes sociales | () |
| c) Revistas por internet | () | g) Mensajería instantánea | () |
| d) Historietas o Cómics por internet | () | g) Ninguna | () |

Otro: _____

¿Cuál?

3.- ¿Cuánto lee al día? **Márquelo con una "X". Debe tomar en cuenta las opciones por internet.**

- | | | | |
|------------------------|-----|----------------|-----|
| Menos de 30 minutos | () | De 3 a 4 horas | () |
| De 30 minutos a 1 hora | () | De 4 a 5 horas | () |
| De 1 a 2 horas | () | Más de 5 horas | () |
| De 2 a 3 horas | () | | |

4.- ¿Cuál de los siguientes libros ha leído? **Márquelo con una "X". Puede seleccionar más de una opción.**

- | | | | |
|------------------------------|-----|---|-----|
| a) Cien años de Soledad | () | m) Los juegos del hambre | () |
| b) Don Quijote de la Mancha | () | n) Ángeles y demonios | () |
| c) La Ilíada | () | ñ) El capital en el siglo XXI | () |
| d) Los Miserables | () | o) Ninguna | () |
| e) El Código Da Vinci | () | | |
| f) Harry Potter | () | Otros: | |
| (Cualquiera de la saga) | | (en caso de ser muchos mencione sólo los tres más recientes) | |
| g) El señor de los anillos | () | | |
| (Cualquiera de la saga) | | | |
| h) El alquimista | () | _____ | |
| i) Cincuenta sombras de Grey | () | | |
| j) Adulterio | () | _____ | |
| k) Bajo la misma estrella | () | | |
| l) El perfume | () | _____ | |

¿Cuáles?

5.- ¿Cuál de los siguientes periódicos ha leído? **Márquelo con una "X". Puede seleccionar más de una opción.**

- | | | | |
|-----------------|-----|---------------------|-----|
| a) Reforma | () | e) Milenio | () |
| b) La Jornada | () | f) El Sol de México | () |
| c) El Universal | () | g) Récord | () |
| d) Excélsior | () | h) El Gráfico | () |

- | | | | |
|-----------------------|-----|------------|-----|
| i) La Prensa | () | n) Ninguno | () |
| j) Ovaciones | () | | |
| k) Metro | () | Otros: | |
| l) Uno más uno | () | | |
| m) La razón de México | () | _____ | |
- ¿Cuáles?

6.- ¿Cuál de los siguientes tipos de cómics o historietas ha leído? **Márquelo con una "X". Puede seleccionar más de una opción.**

- | | | | |
|-------------------------|-----|--------------|-----|
| a) Bélico | () | k) Policiaca | () |
| b) Cómicu u Humorístico | () | l) Religiosa | () |
| c) Western | () | m) Romántica | () |
| d) Aventuras o Acción | () | n) De terror | () |
| e) Ciencia Ficción | () | ñ) Ninguno | () |
| f) Deportivo | () | | |
| g) Didáctico | () | Otros: | |
| h) Erótico | () | | |
| i) Fantástico | () | _____ | |
| j) Histórica | () | | |
- ¿Cuáles?

7.- ¿Cuál de los siguientes tipos de revistas ha leído? **Márquelo con una "X". Puede seleccionar más de una opción.**

- | | | | |
|---------------------------|-----|--------------------|-----|
| a) Informativas | () | i) Entretenimiento | () |
| b) Especializadas | () | j) Históricas | () |
| c) Ocio | () | k) Religiosas | () |
| d) Divulgación científica | () | ñ) Ninguno | () |
| e) Gráficas | () | | |
| f) Deportivas | () | Otros: | |
| g) Didácticas | () | | |
| h) Eróticas | () | _____ | |
- ¿Cuáles?

8.- ¿Qué beneficios considera que le otorga la lectura? **Márquelo con una "X". Puede seleccionar más de una opción.**

Aumenta la agilidad mental ()

Favorece a un buen descanso ()

Favorece las relaciones sociales ()

Aumenta la concentración ()

Reduce el nivel de estrés ()

Mejora la memoria ()

Activa tu sistema visual ()

Aumenta el conocimiento ()

Aumenta tu vocabulario ()

Otro: _____

¿Cuál?

9.- ¿Cuál cree que sea la razón por la cual haya personas que no tienen el hábito de la lectura? **Márquelo con una "X". Puede seleccionar más de una opción.**

Los libros son caros ()

No hay suficientes bibliotecas ()

Piensan que es una pérdida de tiempo ()

Prefieren otros medios para entretenerse ()

Nadie les enseñó el hábito de la lectura ()

Otros: _____

¿Cuáles?

10.- ¿Ha dejado alguna lectura inconclusa? SI ____ NO ____

¿Por qué? _____

¿De qué tipo? _____

11.- ¿A qué tipo de lectura le dedica más tiempo? **Márquelo con una "X". Puede seleccionar más de una opción.**

- | | | | |
|----------------------------|-----|--------------------------------------|-----|
| a) Libros | () | h) Historietas o Cómics por internet | () |
| b) Periódicos | () | i) Blogs | () |
| c) Revistas | () | j) Redes sociales | () |
| d) Historietas o Cómics | () | k) Mensajería instantánea | () |
| e) Libros por internet | () | l) A ninguno de los anteriores | () |
| f) Periódicos por internet | () | | |
| g) Revistas por internet | () | | |

Otros: _____

¿Cuáles?

12.- ¿Qué propuestas daría para despertar el interés por la lectura?

13.- ¿En qué utilizas el tiempo libre?

Cuestionario utilizado para la investigación de campo para conocer sobre el hábito de ver la televisión del mexicano.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
LA FINALIDAD DE ESTA INVESTIGACIÓN ES CONOCER TUS HÁBITOS SOBRE
TELEVISIÓN

Ocupación_____ Escolaridad_____ Edad_____ Género_____

Responda las siguientes preguntas sobre el hábito de ver la televisión:

1.- ¿De manera cotidiana qué tipo de televisión consume? **Márquelo con una "X". Puede seleccionar más de una opción.**

- | | | | |
|--|-----|-------------------------------------|-----|
| a) Televisión abierta | () | e) No veo televisión de ningún tipo | () |
| b) Televisión por cable | () | | |
| c) Televisión por internet | () | Otros: _____ | |
| d) Televisión en plataformas distintas | () | ¿Cuáles? | |
| e) Blogs o programas por youtube | () | | |

2.- ¿Cuánto tiempo de televisión ve a la semana? (Incluye la que podrías ver por internet u otra plataforma) **Márquelo con una "X".**

- | | | | |
|------------------------|-----|----------------|-----|
| Menos de 30 minutos | () | De 5 a 6 horas | () |
| De 30 minutos a 1 hora | () | De 6 a 7 horas | () |
| De 1 a 2 horas | () | De 7 a 8 horas | () |
| De 2 a 3 horas | () | | |
| De 3 a 4 horas | () | Otro: _____ | |
| De 4 a 5 horas | () | ¿Cuál? | |

3.- ¿Qué tipos de programas ve en televisión? **Márcalo con una "X". Puede seleccionar más de una opción.**

- | | | | |
|--------------|-----|--------------|----------|
| De concursos | () | Reality show | () |
| Series | () | Musicales | () |
| Telenovelas | () | Educativos | () |
| Noticieros | () | Culturales | () |
| Caricaturas | () | Religiosos | () |
| Películas | () | | |
| Deportes | () | Otros: _____ | |
| Espectáculos | () | | ¿Cuáles? |

4.- ¿Qué televisora abierta ve?

- | | | | |
|-----------------------------------|-----|---------------------------|----------|
| a) Televisa - Canales 2, 4, 5 y 9 | () | g) Cadena Tres - Canal 28 | () |
| b) T.V. Azteca - Canales 7 y 13 | () | h) Proyecto 40 - Canal 40 | () |
| c) Once T.V. - Canal 11 | () | | |
| d) T.V. UNAM - Canal 32 | () | | |
| e) CONACULTA - Canal 22 | () | Otros: _____ | |
| f) Mexiquense - Canal 34 | () | | ¿Cuáles? |

5.- ¿Qué opinión tiene de la programación de la televisión abierta en México?

6.- ¿Qué opinión tiene de la programación de la televisión por cable en México? **Incluya la programación que importan de otros países.**

7.- ¿Qué opinión tiene de la programación de la televisión por internet? **Incluya la programación que le ofrece espacios como youtube, vimeo, etc.**

8.- ¿Cuáles cree que sean los beneficios que tiene el ver televisión? **Márquelo con una "X". Puede seleccionar más de una opción.**

- | | | | |
|----------------------------------|-----|--------------------------|-----|
| Aumenta la agilidad mental | () | Aumenta el conocimiento | () |
| Favorece las relaciones sociales | () | Aumenta la concentración | () |
| Reduce el nivel de estrés | () | Mejora la memoria | () |
| Ofrece alternativas de enseñanza | () | Ninguno | () |
| Aumenta tu vocabulario | () | | |

Otro: _____

¿Cuál?

9.- ¿Qué perjuicios considera que tiene el ver televisión? **Márquelo con una "X". Puede seleccionar más de una opción.**

- | | | | |
|-----------------------------------|-----|---------------------------------------|-----|
| Afecta la agilidad mental | () | Favorece el sedentarismo | () |
| Entorpece las relaciones sociales | () | <i>(poca o nula actividad física)</i> | |
| Aumenta el nivel de estrés | () | Aumenta el nivel de violencia | () |
| Afecta la vista | () | Afecta la creatividad | () |
| Perturbación del sueño | () | Ninguno | () |

Otro: _____

¿Cuál?

10.- ¿Cómo le gustaría que fueran los programas de televisión en México?

11.- ¿Qué propuestas daría para mejorar el contenido televisivo en México?

12.- ¿Qué programa de televisión considera de buena calidad y que aporta beneficios al televidente?
Mencione si es te alguna televisora abierta, por cable o por internet.

13.- ¿En qué utilizas el tiempo libre?

RESULTADOS DE LA ENCUESTA SOBRE EL HÁBITO DE LECTURA

Tabla No. 1

Ocupación de los encuestados

OCUPACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Empleado	124	62%
Estudiante	71	35.5%
No contestó	5	2.5%
TOTAL	200	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

Tabla No. 1.1

Nivel de estudios de los estudiantes encuestados

NIVEL DE ESTUDIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Medio Superior	37	52.1%
Secundaria	16	22.5%
Superior	16	22.5%
Primaria	2	2.8%
TOTAL	71	100.0%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 1.2

Tipo de empleo de los encuestados

EMPLEO	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Empleado	44	35.5%
Docente	15	12.1%

Secretaria	7	5.6%
Médico	6	4.8%
Administrativo	5	4.0%
Ama de casa	4	3.2%
Contador Público	3	2.4%
Abogado	3	2.4%
Comerciante	3	2.0%
Recepcionista	3	2.0%
Diseñador	2	1.6%
Sacerdote	2	1.6%
Periodista	2	1.6%
Asistente editorial	2	1.6%
Asistente educativo	2	1.6%
Ingeniero	2	1.6%
Músico	1	0.8%
Enfermero (a)	1	0.8%
Chofer	1	0.8%
Dietista	1	0.8%
Psicóloga	1	0.8%
Coordinador	1	0.8%
Comunicólogo	1	0.8%
Repartidor	1	0.8%
Auxiliar de aseo	1	0.8%
Dentista	1	0.8%
Financiero	1	0.8%
Soporte técnico	1	0.8%
Personal de seguridad	1	0.8%
Electricista	1	0.8%
Artista plástico	1	0.8%

Albañil	1	0.8%
Telefonista	1	0.8%
Pasante	1	0.8%
TOTAL	124	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 2

Escolaridad de los encuestados

ESCOLARIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Licenciatura	72	36%
Medio Superior	58	29%
Secundaria	23	11.5%
Carrera Técnica	17	8.5%
Posgrado	16	8%
Primaria	7	3.5%
Especialidad	3	1.5%
No contestó	4	2%
TOTAL	200	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 3

Edad de los encuestados

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
De 20 a 29	71	35.5%
De 10 a 19	32	16%
De 30 a 39	32	16%
De 40 a 49	28	14%
De 50 a 59	27	13.5%
Más de 60	8	4%
No contestó	2	1%
TOTAL	200	100%

Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.

Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez

Tabla No. 3.1

Edad de los encuestados de los 10 a los 19 años

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
18	9	28%
19	7	22%
14	4	13%
17	4	13%
16	3	9%
15	2	6%
10	1	3%
11	1	3%
12	1	3%
TOTAL	32	100%

Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.

Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez

Tabla No. 3.2

Edad de los encuestados de los 20 a los 29 años

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
20	13	18%
21	11	15%
25	10	14%
23	8	11%
26	6	8%
28	6	8%
22	5	7%
24	5	7%
27	5	7%
29	2	3%
TOTAL	71	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 3.3

Edad de los encuestados de los 30 a los 39 años

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
32	7	22%
30	6	19%
36	5	16%
31	4	13%
38	4	13%
37	2	6%
33	1	3%
34	1	3%

35	1	3%
39	1	3%
TOTAL	32	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 3.4

Edad de los encuestados de los 40 a los 49 años

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
40	4	14%
47	4	14%
48	4	14%
41	3	11%
44	3	11%
46	3	11%
42	2	7%
45	2	7%
49	2	7%
43	1	4%
TOTAL	28	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 3.5

Edad de los encuestados de los 50 a los 59 años

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
50	8	30%
54	5	19%
52	4	15%
55	3	11%
56	2	7%
57	2	7%
51	1	4%
53	1	4%
58	1	4%
59	0	0%
TOTAL	27	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 3.6

Edad de los encuestados de más de 60 años

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
60	2	25%
70	2	25%
61	1	13%
67	1	13%
74	1	13%
78	1	13%
TOTAL	8	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 4

Género

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Femenino	111	55.5%
Masculino	88	44%
No contestó	1	0.5%
TOTAL	200	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 5

Hábitos de lectura de medios impresos de los encuestados*

MEDIOS IMPRESOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Libros	136	68%
b) Revistas	94	47%
c) Periódicos	89	44.5%
d) Historietas o Cómics	23	11.5%
e) Ninguna	11	5.5%
f) Otras	9	4.5%
TOTAL	362	181%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

**El porcentaje es superior al 100% porque los encuestados seleccionaron más de una opción.*

Tabla No. 5.1

Otros hábitos de lectura de medios impresos de los encuestados

OTROS MEDIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Artículos web o Internet	10	48%
Manuales	1	5%
Medios Electrónicos	1	5%
Artículos	2	10%
Redes Sociales	1	5%
PDF	1	5%
E-mails	1	5%
Resúmenes	1	5%
Información Pedagógica	1	5%
Lecturas de Trabajo	1	5%
Ensayos	1	5%
TOTAL	21	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 6

Hábitos de lectura de medios por Internet de los encuestados*

MEDIOS POR INTERNET	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Libros por Internet	61	30.5%
b) Periódicos por Internet	47	23.5%
c) Revistas por Internet	41	20.5%
d) Historietas o Cómicos por Internet	8	4%
e) Blogs	75	37.5%
f) Redes Sociales	133	66.5%
g) Mensajería Instantánea	91	45.5%
h) Ninguna	16	8%

i) Otras	10	5%
TOTAL	482	241%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

**El porcentaje es superior al 100% porque los encuestados seleccionaron más de una opción.*

Tabla No. 6.1

Otros hábitos de lectura de medios impresos de los encuestados

OTROS MEDIOS INTERNET	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Artículos	6	55%
Tutoriales	1	9%
Manga	1	9%
Google	1	9%
Información que busco específicamente	1	9%
TOTAL	11	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 7

Tiempo estimado de lectura de los encuestados

TIEMPO ESTIMADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
De 30 min a 1 hora	65	33%
De 1 a 2 horas	40	20%
Menos de 30 minutos	39	20%
De 2 a 3 horas	35	18%
De 3 a 4 horas	12	6%
Más de 5 horas	6	3%
De 4 a 5 horas	2	1%
No contestó	1	1%
TOTAL	200	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 8

Lecturas que han leído los encuestados*

LIBROS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Cien años de soledad	80	40%
b) Don Quijote de la Mancha	88	44%
c) La Ilíada	75	37.5%
d) Los Miserables	47	23.5%
e) El Código Da Vinci	38	19%
f) Harry Potter (Cualquiera de la saga)	41	20.5%
g) El señor de los anillos (Cualquiera de la saga)	27	13.5%
h) El alquimista	43	21.5%
i) Cincuenta sombras de Grey	14	7%
j) Adulterio	3	1.5%
k) Bajo la misma estrella	26	13%
l) El perfume	66	33%
m) Los juegos del	25	12.5%
n) Ángeles y demonios	23	11.5%
ñ) El capital en el siglo XXI	3	1.5%
o) Ninguna	21	10.5%
h) Otras	92	46%
TOTAL	712	356%

Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.

Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez

**El porcentaje es superior al 100% porque los encuestados seleccionaron más de una opción.*

Tabla No. 8.1

Otras lecturas que han leído los encuestados*

LIBROS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Novelas	119	57%
b) Informativos o de divulgación	14	7%
c) Ensayo y relato histórico	13	6%
d) Autoayuda, motivación y desarrollo humano	12	6%
e) Religioso y de Espiritualidad	12	6%
f) Biografía narrativa, Autobiografía y testimonio	11	5%
g) Cuentos, poemas, fábulas y tragedia	8	4%
h) Manuales y guías y didácticos y escolar	6	3%
i) Filosofía y antropología y política	5	2%
j) Trabajo Periodístico, crónica y leyes	4	2%
k) Libros de Cómics	4	2%
TOTAL	208	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

**La frecuencia es superior al los 200 encuestados porque seleccionaron más de una opción.*

Tabla No. 8.1.1

Novelas que han leído los encuestados

LIBROS	FRECUENCIA
Un mundo feliz	6
La divina comedia	4
El principito	4
Rayuela	3
Momo	3
Mujercitas	2
El retrato de Dorian Grey	2

La ciudad de los secretos	2
El caballero de la armadura oxidada	2
Sangre de campeón	2
Juventud en éxtasis	2
Once minutos	2
Buscando Alaska	2
La casa de los espíritus	2
El francotirador	2
Los pilares de la tierra	2
Crepúsculo	2
Ensayo sobre la ceguera	2
La sombra del viento	2
La hora del Ángel	1
Fundación	1
Sinuhe el Egipcio	1
Momentos estelares de la humanidad	1
El amor en los tiempos de cólera	1
El niño judío	1
La caverna	1
El hombre sin sombra	1
El más buscado	1
Después del invierno	1
Drácula	1
La vuelta al mundo en 80 días	1
Varios escritos de Oscar Wilde	1
Francesco; entre el cielo y la tierra	1
El milagro más grande	1
En busca del tiempo perdido	1
Bajo el cielo que se desmorona	1

A sangre fría	1
El ángel no. 12	1
La vida entre costuras	1
Game of thrones	1
Dos crímenes	1
Insoportable verdad del ser	1
El niños con la pijama de rayas	1
Los de abajo	1
Los recuerdos del porvenir	1
La fiesta del chivo	1
Con el alma en llamas	1
Santa	1
Quiéreme 5 min más	1
Yo fui médico del diablo	1
La metamorfosis	1
El chico nuevo	1
Ana vestida de sangre	1
Crónicas vampíricas	1
Canción de hielo y fuego	1
¿En dónde habitan los ángeles?	1
Pacto con el diablo	1
Mecánica del corazón	1
Geishas (memorias de una geisha)	1
El diario de Alicia	1
El esclavo	1
Nada quebrantará mi espíritu	1
Julieta	1
Sansajo	1
Papá Goriot	1

A golpe calcetín	1
Ladrona de libros	1
La herencia	1
Diez negritos	1
El misterioso caso de Styles	1
Un crimen dormido	1
Marianela	1
El apando	1
La rebelión de los ancianos	1
La tumba	1
Clemencia	1
Las ventajas de ser invisible	1
Demian	1
24 hrs. De la vida de una mujer	1
Los ojos de mi princesa	1
La historia del loco	1
Divergente	1
Los deseos de la princesa	1
Narnia	1
Crimen y castigo	1
México ante Dios	1
El llano en llamas	1
La cabaña	1
Así habló Zaratrústa	1
Quello che te dice il fuoco	1
TOTAL	119

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 8.1.2

Informativos o de divulgación que han leído los encuestados

LIBROS	FRECUENCIA
Cortinas de humo	1
Educación para el amor	1
El hombre mediocre	1
Fútbol mundial	1
Papá, mamá soy gay	1
Su primer año en el network marketing	1
33 estrategias de la guerra	1
Yo me he llevado tu queso	1
Anatomía del mexicano	1
Las dos mentes del ser humano	1
Psicología de la vida cotidiana	1
Hijos, tutores y padres	1
Pequeño cerdo capitalista	1
Hijos tiranos o débiles dependientes	1
TOTAL	14

Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.

Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez

Tabla No. 8.1.3

Ensayos y Relatos históricos que han leído los encuestados

LIBROS	FRECUENCIA
Ética para Amador	2
La sociedad desvinculada	1
La doble llama	1
El evangelio según Steves Jobs	1
O.C. Ensayo sobre la transferencia	1

El arte de amar	1
La civilización del espectáculo	1
El ejercicio de la teología	1
Entre las patas de los caballos	1
El esbirro	1
Popol vu	1
La rosa blanca. Los estudiantes que se alzaron contra hittler	1
TOTAL	13

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 8.1.4

Autoayuda, motivación y desarrollo humano que han leído los encuestados

LIBROS	FRECUENCIA
¿Quién se robó mi queso?	2
El elemento	1
El camino de las lágrimas	1
Yo decido	1
Enamórate de ti	1
Los límites del amor	1
Recordando nuestro hogar	1
Hola Coach	1
Cuando el amor es odio	1
Padres que odian	1
El mundo es tuyo pero tienes que ganártelo	1
TOTAL	12

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 8.1.5

Religioso y Espiritualidad que han leído los encuestados

LIBROS	FRECUENCIA
Obras completas del Hno. Rafael	1
Obras completas de Sn. Francisco de Sales	1
Virginidad y celibato	1
Evangelii Gaudium	1
Biblia	1
Médico de cuerpo y almas	1
Kybalion	1
Los Evangelios	1
Orando con el corazón	1
Fe, verdad y tolerancia	1
San Francisco de Asis	1
TOTAL	12

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 8.1.6

Biografías narrativas, autobiografías y testimonios que han leído los encuestados

LIBROS	FRECUENCIA
Yo soy Malala	1
Biografía de Pancho Villa	1
Memorias de Kissinger	1
Secuestrada	1
Caballo de Troya	1
Nick Vujicic	1
RBD	1
Amarres perros	1

El diario de Ana Frank	1
Hornos de Hittler	2
TOTAL	11

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 8.1.7

Cuentos, poemas, fábulas y tragedias que han leído los encuestados

LIBROS	FRECUENCIA
Las mil y una noches	2
Las hijas del demonio	1
Macario	1
Azul	1
El rayo Macoy	1
El monje que vendó su ferrari	1
Edipo Rey	1
TOTAL	8

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 8.1.8

Manuales, guías, didácticos y escolares que han leído los encuestados

LIBROS	FRECUENCIA
Manual de fotografía digital	1
Compendio de la fotografía digital	1
Guía estudios UNAM	1
Un actor se prepara	2
Inf. Preliminar	1
TOTAL	6

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 8.1.9

Filosofía, antropología y política que han leído los encuestados

LIBROS	FRECUENCIA
El banquete de Platón	1
Ser y tiempo	1
Fenomenología del espíritu	1
En busca del rostro humano	1
La década perdida	1
TOTAL	5

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 8.1.10

Trabajo Periodístico, crónica y leyes que han leído los encuestados

LIBROS	FRECUENCIA
Entrega, Joaquín Loera Guzmán	1
Los brujos del poder	1
El proceso de Cristo	1
Los malditos	1
TOTAL	4

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 8.1.11

Libros de Cómics que han leído los encuestados

LIBROS	FRECUENCIA
Muerte del hombre araña	1
Muerte de superman	1
Infinity war	1
Age of ultrón	1
TOTAL	4

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 9

Periódicos que han leído los encuestados*

PERIÓDICOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) El Universal	118	59%
b) Reforma	102	51%
c) La Jornada	83	41.5%
d) El Gráfico	56	28%
e) Excélsior	50	25%
f) Metro	42	21%
g) Milenio	34	17%
h) La Prensa	31	15.5%
i) Ovaciones	21	10.5%
j) El Sol de México	15	7.5%
k) Récord	14	7%
l) Uno más uno	11	5.5%
m) La razón de México	3	1.5%
n) Otros	14	7%
o) Ninguno	28	14%
TOTAL	622	311%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

**El porcentaje es superior al 100% porque los encuestados seleccionaron más de una opción.*

Tabla No. 9.1

Otros periódicos que han leído los encuestados

OTROS PERIÓDICOS	FRECUENCIA
a) Noticias	12
b) Deportes	4
c) Universitario	2
d) Religión	1
TOTAL	19

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

Tabla No. 9.1.1

Otros periódicos que han leído los encuestados

OTROS PERIÓDICOS	FRECUENCIA
e) Publimetro	2
f) Más por más	1
g) Desde la Fe	1
h) Gaceta UNAM	1
i) Sin Embargo	1
j) El País (de México)	1
k) El País (de España)	1
l) Proceso	1
m) El Economista	1
n) El Periodico del metrobus	1
o) Índigo	1
p) Gaceta	1
q) Pásala	1
r) El Esto	1
s) Financiero	1
t) Marca	1
u) As	1
v) Le Journale RFI du monde	1
TOTAL	19

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

**El porcentaje es superior al 100% porque los encuestados seleccionaron más de una opción.*

Tabla No. 10

Cómics o Historietas que han leído los encuestados*

CÓMICS O HISTORIETAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Ciencia Ficción	42	21%
b) Aventuras o Acción	39	19.5%
c) Cómic o humorístico	36	18%
d) De Terror	32	16%
e) Romántico	30	15%
f) Policiaco	28	14%
g) Deportivo	25	12.5%
h) Fantástico	25	12.5%
i) Histórico	25	12.5%
j) Religioso	23	11.5%
k) Didáctico	17	8.5%
l) Bélico	11	5.5%
m) Erótico	8	4%
n) Western	2	1%
o) Otros	1	0.5%
p) Ninguno	78	39%
TOTAL	422	211%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 10.1

Otros cómics o historietas que han leído los encuestados

OTROS CÓMIS O HISTORIETAS	FRECUENCIA
a) Manga	1
TOTAL	1

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 11

Tipos de Revistas que han leído los encuestados*

TIPOS DE REVISTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Especializadas	289	52%
b) Informativas	90	16%
c) Entretenimiento	82	15%
d) Deportivas	61	11%
e) Otras	3	1%
f) Ninguna	26	5%
TOTAL	551	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 11.1

Otros tipos de revistas que han leído los encuestados*

OTROS TIPOS DE REVISTAS	FRECUENCIA
a) De Política	1
b) De Salud	1
c) De Arte	1
TOTAL	3

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

Tabla No. 12

Beneficios que otorga el hábito de la lectura, seleccionados por los encuestados*

BENEFICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Aumenta el conocimiento	173	86.5%
b) Aumenta tu vocabulario	157	78.5%
c) Aumenta la agilidad mental	148	74%
d) Mejora la memoria	100	50%

e) Aumenta la concentración	96	48%
f) Reduce el nivel de estrés	66	33%
g) Favorece las relaciones sociales	48	24%
h) Activa tu sistema visual	45	22.5%
i) Favorece a un buen descanso	33	16.5%
j) Otros	6	3%
k) No contestó	3	1.5%
TOTAL	875	438%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez*

**El porcentaje es superior al 100% porque los encuestados seleccionaron más de una opción.*

Tabla No. 12.1

Otros beneficios que otorga el hábito de la lectura, seleccionados por los encuestados

OTROS BENEFICIOS	FRECUENCIA
a) Mejora la Ortografía	3
b) Amplía horizontes	2
c) Inspira	1
d) Mejora la atención	1
e) Aprendes nuevas palabras	1
f) Provoca curiosidad	1
g) Impulsa a investigar	1
h) Oportunidad de diálogo	1
i) Actualiza	1
TOTAL	12

Tabla No. 13

Razones por las cuales la gente no lee, seleccionadas por los encuestados*

RAZONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Prefieren otros medios para entretenerse	151	75.5%
b) Nadie les enseñó el hábito de la lectura	144	72%
c) Piensan que es una pérdida de tiempo	71	35.5%
d) Los libros son caros	58	29%
e) No hay suficientes bibliotecas	7	3.5%
f) otros	25	12.5%
g) No contestó	1	0.5%
TOTAL	457	229%

Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.

Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez

**El porcentaje es superior al 100% porque los encuestados seleccionaron más de una opción.*

Tabla No. 13.1

Otras razones por las cuales la gente no lee, seleccionadas por los encuestados

OTRAS RAZONES	FRECUENCIA
a) Falta de tiempo	4
b) Flojera	3
c) Falta de cultura	3
d) Por ignorancia	2
e) Porque creen que es aburrido	2
f) No sabe leer	2
g) Por la comodidad que otros medios ofrecen con menos esfuerzo	1
h) Porque hay hostilidad contra la gente que lee	1
i) Utilizan el tiempo libre en otros hobbies	1
j) Hay muchos problemas de atención	1
k) Tienen prioridades distintas en sus tiempos libres	1
l) No les gusta	1

m) No existe el hábito de la lectura	1
n) Falta de interés	1
o) Deficiencia en la docencia escolarizada	1
p) Les parece aburrido	1
q) Por falta del buen ejemplo de los no lectores	1
r) El avance de la tecnología	1
s) No hay en su casa	1
t) Apatía	1
u) Piensan que es absurdo	1
v) Prefieren películas que libros	1
TOTAL	32

Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.

Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez

Tabla No. 14

Lecturas inconclusas de los encuestados

PREGUNTA 10	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Sí	142	71%
No	49	24.5%
No contestó	9	4.5%

Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.

Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

Tabla No. 14.1

Razones y tipos de lecturas tanto inconclusas como conclusas*

LECTURAS INCONCLUSAS		LECTURAS INCONCLUSAS	
SI - 142		NO - 49	
RAZONES	FRECUENCIA	RAZONES	FRECUENCIA
Falta de tiempo	53	Termino todo lo que leo	4
Falta de interés	29	Me interesa el tema	1
Es aburrida	28		
No me ha gustado el libro	15		
Por Flojera	9		
Era difícil	9		
Tuve que regresar el libro	4		
Se me perdió el libro	4		
Por distracción	4		
Muy extenso	1		
Me cansó la vista	1		
TOTAL	157	TOTAL	5
TIPO DE LECTURA	FRECUENCIA	TIPO DE LECTURA	FRECUENCIA
Histórica y Artículos	13	Cómics	3
Religiosas y Arte	9	Todas	1
Informativas y Escolares	9	Novelas	1
Ciencia Ficción y Aventuras	5	Históricas	1
Entretenimiento y Comedia	5		
Autoayuda y Biografías	4		
Cuentos y Para niños	3		
De trabajo, Especializadas y Didácticas	3		
Financiera y Política	2		
TOTAL	53	TOTAL	6

Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*Las frecuencias no concuerdan con los 200 encuestados porque no todos respondieron el por qué ni qué tipo de lectura.

Tabla No. 15

Lecturas a las que los encuestados le dedican más tiempo*

TIPOS DE LECTURAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Libros	112	56%
b) Redes sociales	86	43%
c) Revistas	65	32.50%
d) Periódicos	54	27%
e) Mensajería instantánea	54	27%
f) Libros por internet	39	19.50%
g) Blogs	36	18%
h) Periódicos por internet	22	11%
i) Revistas por internet	21	10.50%
j) Historietas o Cómics	10	5%
k) Historietas o Cómics por internet	6	3%
l) A ninguno de los anteriores	1	0.50%
m) Otros	8	4%
n) No contestó	6	3%
TOTAL	520	260%

Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*El porcentaje es superior al 100% porque los encuestados seleccionaron más de una opción.

Tabla No. 15.1

Otras lecturas a las que los encuestados le dedican más tiempo*

OTROS TIPOS DE LECTURAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Documentos laborales	3	30%
b) Publicidad	2	20%
c) Enciclopedias	1	10%
d) Artículos de internet	1	10%
e) Artículos	1	10%
f) Legislación	1	10%
g) Escolares	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.

Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

Tabla No. 16

Propuestas de los encuestados para despertar el interés por la lectura*

PROPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Fomentar el hábito (familia y escuelas)	101	51%
b) Más difusión	45	23%
c) Más espacios de lectura	41	21%
d) Mejorar las lecturas / Más atractivas	37	19%
e) Más económicas o gratis	21	11%
f) Otorgó una respuesta diferente a la pregunta	5	3%
g) Audiolibros	2	1%
h) Dejar de ver televisión	2	1%
i) No lo sé	2	1%
j) Internet gratuito en lugares públicos	1	1%
k) Ninguna	1	1%
TOTAL	258	129%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**El porcentaje es superior al 100% porque los encuestados seleccionaron más de una opción.*

Tabla No. 17

Actividades de los encuestados que realizan en su tiempo libre*

ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Actividades recreativas (Ver televisión, escuchar música, ir al cine o redes sociales).	213	46.0%
b) Actividades educativas (Estudiar, lectura, tarea o investigación).	108	23.3%
c) Actividades físicas (Deporte, ejercicio, caminar, o correr)	75	16.2%
d) Descansar (Comer, relajarme y dormir).	30	6.5%
e) Actividades laborales (Labores de casa, trabajo, organizar o proyectos sociales).	27	5.8%
f) No tengo tiempo libre	1	0.2%
g) No contestó	9	1.9%
TOTAL	463	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Abril de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**Las frecuencias no concuerdan con los 200 encuestados porque no todos respondieron el por qué ni qué tipo de lectura.*

RESULTADOS DE LA ENCUESTA SOBRE EL HÁBITO DE VER LA TELEVISIÓN

Tabla No. 1

Ocupación de los encuestados

OCUPACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Empleado	132	66%
Estudiante	36	18%
Ama de casa	28	14%
No contestó	4	2%
TOTAL	200	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

Tabla No. 2

Escolaridad de los encuestados

ESCOLARIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Licenciatura	64	32%
Medio Superior	55	28%
Secundaria	43	22%
Primaria	20	10%
Carrera Técnica	12	6%
Posgrado	6	3%
TOTAL	200	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

Tabla No. 3

Edad de los encuestados

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
21 a 30	55	28%
31 a 40	43	22%
11 a 20	33	17%
41 a 50	28	14%
51 a 60	27	14%
61 a 70	6	3%
8 a 10	4	2%
70 a 80	3	2%
Vacío	1	1%
TOTAL	200	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

Tabla No. 4

Género de los encuestados

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Femenino	138	69%
Masculino	62	31%
TOTAL	200	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

Tabla No. 5

Nivel de consumo de la programación televisiva de los encuestados*

TIPO DE TELEVISIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Televisión abierta	122	41%
b) Televisión por cable	94	32%
e) Blogs o programas por youtube	46	15%
c) Televisión por internet	27	9%
d) Televisión en plataformas distintas	4	1%
f) No veo televisión de ningún tipo	5	2%
Otros:	0	0%
TOTAL	298	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque seleccionaron más de una opción.*

Tabla No. 6

Tiempo de consumo de la televisión por semana de los encuestados

TIEMPO ESTIMADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) De 1 a 2 horas	50	25%
b) De 30 minutos a 1 hora	48	24%
c) De 2 a 3 horas	43	22%
d) De 3 a 4 horas	24	12%
e) Menos de 30 minutos	15	8%
f) De 4 a 5 horas	11	6%
g) De 5 a 6 horas	4	2%
h) De 7 a 8 horas	3	2%
i) De 6 a 7 horas	0	0%
j) Otro	2	1%
TOTAL	200	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

Tabla No. 6.1

Otros tiempos de consumo de la televisión por semana de los encuestados

TIEMPO ESTIMADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Ninguna hora	1	50%
No veo	1	50%
TOTAL	2	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

Tabla No. 7

Tipo de programas que consumen los encuestados*

TIPOS DE PROGRAMAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Películas	110	18%
Noticieros	89	14%
Series	84	14%
Culturales	56	9%
Telenovelas	47	8%
Educativos	45	7%
Deportes	40	6%
Musicales	33	5%
Espectáculos	31	5%
Caricaturas	30	5%
De concursos	26	4%
Reality show	16	3%
Religiosos	11	2%
Otros	2	0%
TOTAL	620	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque seleccionaron más de una opción.*

Tabla No. 7.1

Otros tipos de programas que consumen los encuestados

LIBROS	FRECUENCIA
Ninguno	1
TOTAL	1

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

Tabla No. 8

Televisora abierta que ven los encuestados*

TELEVISORA ABIERTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Televisa - Canales 2, 4, 5 y 9	116	26%
b) T.V. Azteca - Canales 7 y 13	86	19%
c) Once T.V. - Canal 11	69	15%
h) Proyecto 40 - Canal 40	45	10%
e) CONACULTA - Canal 22	37	8%
g) Cadena Tres - Canal 28	35	8%
f) Mexiquense - Canal 34	30	7%
d) T.V. UNAM - Canal 32	21	5%
Otros	12	3%
TOTAL	451	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque seleccionaron más de una opción.*

Tabla No. 8.1

Otra televisora abierta que ven los encuestados

TELEVISORA ABIERTA	FRECUENCIA
Ninguno	10
No contestó	2
TOTAL	12

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

Tabla No. 9

Opinión sobre la televisión abierta en México de los encuestados*

OPINIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
p) Negativos	166	68%
q) Positivos	55	23%
r) Regular	11	5%
s) Vacío	7	3%
t) No veo	4	2%
TOTAL	243	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque otorgaron más de una opinión.*

Tabla No. 9.1

Opiniones positivas sobre la televisión abierta en México de los encuestados*

OPINIONES POSITIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
q) Es buena	36	65%
r) Entretenida	12	22%
s) Educativa	3	5%
t) Variedad	3	5%
u) Evolucionaria	1	2%
TOTAL	55	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es inferior al el número de encuestados porque sólo son las respuestas positivas.*

Tabla No. 9.2

Opiniones negativas sobre la televisión abierta en México de los encuestados*

OPINIONES NEGATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Es mala	76	46%
b) Manipuladora/falsa	17	10%
c) Poca variedad	17	10%
d) No educativa	15	9%
e) Poca cultura	14	8%
f) No apropiada/ sin valores	8	5%
g) Es agresiva / violenta	7	4%
h) Aburrida	7	4%
i) Muchos comerciales	5	3%
TOTAL	166	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es inferior al el número de encuestados porque sólo son las respuestas negativas.*

Tabla No. 10

Opinión sobre la televisión de paga en México de los encuestados*

OPINIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Positivos	114	53%
b) Negativos	36	17%
c) Regular	21	10%
d) No veo	15	7%
e) No tengo	11	5%
f) No contestó	20	9%
TOTAL	217	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque otorgaron más de una opinión.*

Tabla No. 10.1

Opiniones positivas sobre la televisión de paga en México de los encuestados*

OPINIONES POSITIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Es buena	60	53%
b) Tiene más variedad	39	34%
c) Entretenida	8	7%
d) Educativa	7	6%
TOTAL	114	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es inferior al el número de encuestados porque sólo son las respuestas positivas.*

Tabla No. 10.2

Opiniones negativas sobre la televisión de paga en México de los encuestados*

OPINIONES NEGATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Mala	10	28%
b) Sin variedad	8	22%
c) Monótona/aburrida	7	19%
d) Costosa	6	17%
e) Limitada	3	8%
f) Violenta	2	6%
TOTAL	36	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es inferior al el número de encuestados porque sólo son las respuestas negativas.*

Tabla No. 11

Opinión sobre la televisión por internet en México de los encuestados*

OPINIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Positivos	96	45%
b) No veo	34	16%
c) Negativos	23	11%
d) Regular	16	8%
e) No tengo	4	2%
f) No contestó	40	19%
TOTAL	213	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque otorgaron más de una opinión.*

Tabla No. 11.1

Opiniones positivas sobre la televisión por internet en México de los encuestados*

OPINIONES POSITIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Buena	42	44%
b) Variedad	36	38%
c) Entretenida	6	6%
d) Accesible	5	5%
e) Informativa	4	4%
f) Educativa	3	3%
TOTAL	96	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es inferior al el número de encuestados porque sólo son las respuestas positivas.*

Tabla No. 11.2

Opiniones negativas sobre la televisión por internet en México de los encuestados*

OPINIONES NEGATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Mala	10	43%
b) Violenta	4	17%
c) Manipuladora/falsa	4	17%
d) No regulada	2	9%
e) No educativa	1	4%
f) Muchos comerciales	1	4%
g) No accesible	1	4%
TOTAL	23	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es inferior al el número de encuestados porque sólo son las respuestas negativas.*

Tabla No. 12

Beneficios que otorga el hábito de ver televisión seleccionados por los encuestados*

BENEFICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
l) Ofrece alternativas de enseñanza	80	23%
m) Reduce el nivel de estrés	68	19%
n) Aumenta el conocimiento	53	15%
o) Ninguno	51	15%
p) Favorece las relaciones sociales	30	9%
q) Aumenta tu vocabulario	28	8%
r) Aumenta la agilidad mental	20	6%
s) Mejora la memoria	6	2%
t) Aumenta la concentración	5	1%
u) Otro	10	3%
TOTAL	351	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque otorgaron más de una opinión.*

Tabla No. 12.1

Otros beneficios que otorga el hábito de ver televisión seleccionados por los encuestados

OTROS BENEFICIOS	FRECUENCIA
j) Informa	7
k) Distrae	1
l) Depende de la programación	1
m) Entretiene	1
TOTAL	10

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

Tabla No. 13

Perjuicios que otorga el hábito de ver televisión seleccionados por los encuestados*

PERJUICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Favorece el sedentarismo (poca o nula actividad física)	131	22%
b) Afecta la vista	107	18%
c) Aumenta el nivel de violencia	89	15%
d) Entorpece las relaciones sociales	68	11%
e) Perturbación del sueño	62	10%
f) Afecta la creatividad	59	10%
g) Afecta la agilidad mental	44	7%
h) Aumenta el nivel de estrés	27	5%
i) Ninguno	6	1%
j) Otro	2	0%
TOTAL	595	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque otorgaron más de una opinión.*

Tabla No. 13.1

Otros beneficios que otorga el hábito de ver televisión seleccionados por los encuestados

OTROS PERJUICIOS	FRECUENCIA
a) Genera estereotipos	1
b) Es limitada	1
TOTAL	2

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

Tabla No. 14

Lo que les gustaría que fuera la televisión en México según los encuestados*

OPINIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Mejor programación (calidad y contenido)	80	31%
b) Educativos	66	26%
c) Que tenga valores	29	11%
d) Menos violencia	25	10%
e) Culturales	24	9%
f) Informativos/ veracidad / honestidad	15	6%
g) No contestó	9	4%
h) Menos comerciales	3	1%
i) Menos censura	2	1%
j) No los cambiaría	1	0%
TOTAL	254	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque otorgaron más de una opinión.*

Tabla No. 15

Propuestas otorgadas para mejorar la programación de televisión en México otorgadas por los encuestados*

OPINIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
o) Mejoraría contenido y calidad de los programas	95	39%
p) Quitaría violencia	31	13%
q) Pondría más opciones de canales	24	10%
r) Poner más programas educativos	22	9%
s) Más regulación	16	7%
t) Quitaría las telenovelas	9	4%
u) Mejores televidentes	8	3%
v) Menos comerciales	7	3%
w) Mejores realizadores	5	2%
x) Quitaría publicidad política	3	1%
y) Ninguna	2	1%
z) No contestó	24	10%
TOTAL	246	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque otorgaron más de una opinión.*

Tabla No. 16

Respuestas otorgadas por los encuestados sobre la calidad de la televisión en México*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Canales de televisión	182	54%
b) Nombres de los programas	70	21%
c) Tipos de programas	27	8%
d) Tipo de medio	19	6%
e) Otros	17	5%
f) No contestó	19	6%
TOTAL	334	100%

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es superior que el número de encuestados porque otorgaron más de una opinión.*

Tabla No. 16.1

Canales de televisión abierta considerados como de calidad por los encuestados*

CANALES DE TELEVISIÓN ABIERTA	FRECUENCIA
a) Canal 11	56
b) Canal 40	20
c) Canal 22	14
d) Canal 30	10
e) Canal 4	8
f) Canal 34	8
g) Canal 28	7
h) Canal 2	4
i) Canal 13	3
j) Canal 5	1
k) Canal 7	1
TOTAL	132

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es inferior al el número de encuestados porque sólo mencionaron los canales de televisión abierta.*

Tabla No. 16.1.2

Canales de televisión de paga considerados como de calidad por los encuestados*

CANALES DE TELEVISIÓN DE PAGA	FRECUENCIA
a) Discovery Channel	16
b) National Geographic	9
c) History Channel	6
d) Animal Planet	5
e) BBC Channel	3
f) CNN Noticias	2
g) Discovery Health	2
h) María Visión	1
i) Nickelodeon	1
j) Disney Channel	1
k) Cartoon Network	1
l) ESNE	1
m) EWTN	1
n) Discovery Kids	1
TOTAL	50

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es inferior al el número de encuestados porque sólo mencionaron los canales de televisión de paga.*

Tabla No. 16.2

Programas de televisión considerados como de calidad por los encuestados*

PROGRAMAS DE TELEVISIÓN	FRECUENCIA
1) Diálogos en confianza	11
2) El mundo de Beakman	7
3) El foco	3
4) La dichosa palabra	3
5) Aquí nos tocó vivir	2
6) 31 minutos	2
7) Calidoscopio	2
8) Fractal	2
9) Juegos mentales	2
10) Instinto animal	1
11) Conversando con Cristina Pacheco	1
12) Planeta salvaje	1
13) Expediente INACIPE	1
14) Escuela para padres	1
15) De todo	1
16) El pulso de la fe	1
17) Ideas para salvar el planeta	1
18) Tabu	1
19) Versus	1
20) Sala de urgencias	1
21) Bones	1
22) Mentes criminales	1
23) La oveja eléctrica	1
24) Almudazo	1
25) El mañanero	1
26) Los conspiradores	1
27) La ruta del sabor	1
28) Función Salvaje	1

29) Planeta finito	1
30) Encuentro	1
31) El rival más débil	1
32) Mesa de diálogos	1
33) Historia de mujeres	1
34) Rincón de arte	1
35) La libertad de creer	1
36) Tocar fondo	1
37) Niñera	1
38) Desde la fe	1
39) Aventura salvaje	1
40) A prueba de todo	1
41) Pasaporte	1
42) Kipatla	1
43) Backyardigans	1
44) La rosa de Guadalupe	1
45) Matutino express	1
TOTAL	70

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es inferior al el número de encuestados porque sólo mencionaron los nombres de los programas de televisión.*

Tabla No. 16.3

Programas de televisión considerados como de calidad por los encuestados*

TIPOS DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN	FRECUENCIA
a) Documentales	12
b) Noticias	10
c) Deportes	2
d) Culturales	1

e) Musicales	1
f) Peliculas	1
TOTAL	27

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es inferior al el número de encuestados porque sólo mencionaron los tipos de programas de televisión.*

Tabla No. 16.4

Tipo de medio de televisión considerados como de calidad por los encuestados*

TIPOS DE MEDIO	FRECUENCIA
a) TV por cable	10
b) Internet	4
c) Yotube	2
d) Tv abierta	2
e) Netflix	1
TOTAL	19

*Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.*

**La frecuencia total es inferior al el número de encuestados porque sólo mencionaron los tipos de medios de televisión.*

Tabla No. 16.5

Otros programas considerados como de calidad por los encuestados*

TIPOS DE MEDIO	FRECUENCIA
a) Ninguno	16
b) Todos	1
TOTAL	17

Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*La frecuencia total es inferior al el número de encuestados porque sólo mencionaron los otros tipos de programas de televisión.

Tabla No. 17

Actividades de los encuestados que realizan en su tiempo libre*

ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a) Actividades recreativas (Ver televisión, escuchar música, ir al cine o redes sociales).	109	33%
b) Actividades educativas (Estudiar, lectura, tarea o investigación).	64	19%
c) Familia / Amigos	40	12%
d) Actividades físicas (Deporte, ejercicio, caminar, o correr)	49	15%
e) Actividades laborales (Labores de casa, trabajo, organizar o proyectos sociales).	39	12%
f) Descansar (Comer, relajarme y dormir).	23	7%
g) No tengo tiempo libre	1	0%
h) No contestó	6	2%
TOTAL	331	100%

Fuente: Investigación de campo realizada en el D.F. el mes de Junio de 2015, a 200 personas.
Elaboró Jesús Antonio Herrera Sánchez.

*La frecuencia total es mayor al número de encuestados porque más de uno mencionó más de una actividad.