

Factores sociales que inciden en el trabajo de promoción de la lectura con los estudiantes de la carrera de Sociología en la Universidad de Oriente

Social factors that influence in the work of promotion of reading with the students of the Sociologist career in the Universidad de Oriente

MSc. Lederlys Eng-Yilian-Castro

leder@.uo.edu.cu

Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba

MSc. Ederlis Castro-Varona

ederlis.castro@reduc.edu.cu

Universidad de Camagüey “Ignacio Agramonte y Loynaz”, Camagüey, Cuba

Resumen

Su desarrollo toma como base las dificultades en cuanto a los hábitos de lectura que presentan los estudiantes de dicha carrera en su formación que influyen en sus habilidades para la comprensión, el ejercicio de la crítica, y para elaborar y exponer sus ideas. Resulta necesario potenciar los factores sociales que inciden en el trabajo de promoción de la lectura entre los mismos, con vistas a proponer a conjunto de acciones para elevar los hábitos al respecto. Para la realización del trabajo se emplearon la metodología cualitativa y cuantitativa de manera triangulada. Los principales resultados obtenidos apuntan a una dispersión metodológica y práctica de las acciones de promoción de lectura por parte de los factores sociales, carencia de una promoción particularizada en función de las características de los estudiantes, poco aprovechamiento en actividades docentes de la oportunidad de promocionar textos. También es necesario que las nuevas estrategias incluyan los gustos y preferencias más actuales.

Palabras clave: hábitos de lectura, promoción de la lectura, factores sociales.

Abstract

Its development is based on the difficulties related with the reading habits that the students of this career present in their general cultural formation and their professional acting that influence in their abilities of understanding, in the development of the critical exercise, and in elaborating and expressing their ideas. In this sense it is necessary to potentiate the social factors that influence in the work of promotion of reading, in order to propose a set of actions to develop the reading habits. To develop this work the qualitative and quantitative methodology were applied in a triangled way. The results of the investigation

show a methodological dispersion and a practice of promotion of reading actions by the factors, also a lack of a individualized promotion based on the students' characteristics, a limited use of promoting texts in the teaching activities. Also it can be mentioned the necessity that the new strategies of reading promotion have of including likes and preferences more actual

Keywords: reading habits, promotion of reading, social factors.

Desarrollo

La palabra escrita ha formado parte de la vida del hombre desde tiempos inmemorables. Su primer soporte fue la piedra y aún, antes de ser literatura, en el sentido que le asignamos hoy día, era utilizada para contar, comunicar y hacer partícipes a otras personas de determinada información. En su evolución posterior de la piedra al papiro y de ésta al papel mantuvo su carácter interactivo y un enfoque dirigido a un público más menos consciente de su función.

A pesar de ser la escritura un ejercicio que responde a necesidades y motivaciones de carácter individual, artístico, o de realización estética este no se materializa completamente sino cuando es socializado en un público lector, el cual, en última instancia, es quien le confiere a la obra literaria su valor definitivo.

En una concepción sociológica se manifiesta una relación entre las estructuras y sus funciones y por tanto, las necesidades sociales a las que se ofrecen respuesta mediante ellas. La complejización creciente de las sociedades y de las relaciones que se generan en estas también provocó, por consiguiente, una complejización del hecho literario, ya no más un proceso a pequeña escala y en élites privilegiadas, sino como un fenómeno masivo y de mercado. Por lo que hacer que otros conocieran y participaran de una obra como producto ya no era posible como un hecho simple e individual, sino como un entramado complejo en el que era necesaria la presencia de un conjunto de actores sociales, con funciones particulares y áreas determinadas de actuación, es decir personal especializado y calificado.

El fenómeno literario ha sido y es tratado desde diferentes perspectivas teóricas como la Filología, la crítica literaria, la Lingüística, la Historia, la Psicología, la Economía, la

comunicación, la Sociología entre otras que ofrecen diferentes interpretaciones sobre su naturaleza, algunas de ellas con aciertos importantes en sus planteamientos al respecto.

Es necesario recordar que el tema que nos ocupa, es decir la promoción de lectura, no aparece como un elemento independiente en estas perspectivas analíticas sino, más bien como uno de los tantos factores que se encuentran presentes en el conjunto de relaciones del momento posterior a la obra. Por ese motivo, resulta complejo localizar ideas particulares que permitan comprender el objeto de estudio.

En relación a todas ellas, la sociología, en particular la disciplina de la sociología de la literatura, privilegia un enfoque que ofrece un marco explicativo muy concreto, que abarca dos de los rasgos más distintivos del fenómeno: su carácter social y su carácter literario. Es necesario expresar que la presencia de dichos elementos dentro de la misma es una unidad cualitativamente superior y no suma mecánica de sus características individuales.

En el ámbito sociológico podemos mencionar algunos trabajos de gran impacto, no solo para el desarrollo de la disciplina, sino por el acercamiento al tema de la promoción dentro de ella.

Un estudio de este tipo fue realizado por Levin Shücking en su libro *Sociología de la Literatura* (1969), que fue introducción al análisis del gusto y a los complejos mecanismos que contribuyen a su evolución en las sociedades modernas. Aunque en el texto del autor no se aborda explícitamente, la promoción, el hecho de desentrañar la necesidad de comprender los gustos y preferencias así como el carácter dinámico de los mismos, constituye un reconocimiento de la importancia de la promoción que sería un elemento de impacto a considerar en sus análisis.

Más tarde, Robert Escarpit (1970, p.30), historiador de la literatura, ensayista y crítico, pero también pionero fundador de la disciplina, con su obra *Sociología de la Literatura*, introduce una visión de conjunto del fenómeno cultural y socioeconómico, que implica todo acto de creación literaria. Aborda en su obra consideraciones como el hecho literario, los editores, las políticas editoriales, los aspectos de la producción, los circuitos de distribución, circulación, consumo (obra-público), y la difusión de la obra literaria como producto de una creación artística. Este autor ha realizado además estudios sociológicos de historia de la literatura en la recepción de la obra y el autor por diferentes públicos.

Ambos autores pudieran considerarse clásicos de la disciplina pero sus enfoques, se consolidan actualmente en ámbitos académicos de Latinoamérica y Cuba en los cuales, se transita desde la necesidad de redefinir el campo y objeto en función de nuevas condiciones y realidades sociales, la necesidad del enfoque multi y transdisciplinar, hasta estudios concretos de promoción de la lectura en diferentes espacios sociales.

Los desafíos de la superación cultural individual y colectiva como parte del entramado de las relaciones sociales, y la pertenencia de los actores a espacios de interacción en la estructura social, ubica a los centros educativos con una gran responsabilidad en esta tarea por lo que se hace necesario considerar el papel de los mismos en la promoción de la lectura, como herramienta esencial para lograr esta superación. En tal sentido uno de los espacios más complejos y cuyo impacto resulta de manera directa en la sociedad son las universidades donde se concreta un proceso que es el resultado de muchos años de formación previa. Por este motivo es necesario comprender la situación de la lectura y su promoción en este ámbito.

Breve panorámica sobre la situación de los hábitos lectores en las universidades. Necesidad de su promoción

Las universidades son centros de enseñanza superior en los cuales se forman los futuros profesionales de un país mediante el proceso de creación habilidades y competencias profesionales específicas, y también, con el desarrollo de otras adquiridas previamente. Una de estas habilidades, la lectura, constituye un factor esencial para el logro tanto, de lo formativo profesional, como de lo cultural en sentido general.

La lectura es una de las actividades fundamentales que desarrolla el ser humano, de carácter indispensable para el logro de capacidades, habilidades y conocimientos en diversos saberes y por ello esencial en la realización de la labor intelectual y profesional. Constituye, sin dudas, la base que sedimenta y conforma la adquisición de una cultura general integral en el individuo; de ahí la importancia de atender, dentro de los estudios universitarios el desarrollo de la misma (Batista, 2011, p.5).

Es decir la lectura se proyecta, como un proceso constructivo para el profesional universitario, al ofrecer herramientas para su desempeño. Sin embargo, a pesar de lo anterior, cada vez se lee menos en las universidades tendencia que se manifiesta no solo

a nivel de mundial (Gutiérrez y Montes de Oca, 2017, p.54), sino que también afecta a nuestro país.

Por ejemplo en España y Portugal el 12,6 % y 10,7% de los estudiantes afirman que no leen casi nunca (Yubero y Larrañaga, 2015, pp.720-721). En la Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado" en Barquisimeto, Venezuela se realizó un estudio sobre el tema donde el 50 % de la muestra manifestó que le agradaba la lectura pero que solo leía libros de la especialidad que cursaba, el otro 50 % de la muestra expresó que le era indiferente y que leía muy poco. (Gianfranco, Ariola y Pérez, 2017, p.55).

En el año 2005, y con el auspicio del Consejo Nacional del Libro y la Lectura, se llevó a cabo una investigación de hábitos lectores y del nivel de valoración del libro entre los estudiantes universitarios de pregrado de la Región Metropolitana, en instituciones del Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas (CRUCH) públicas y privadas, en el cual se determinó que menos del 25% de los egresados de universidades chilenas manifiesta habilidades destacables en cuanto a comprensión lectora. Si a ello se suma que un 11% de los jóvenes universitarios en sus últimos años de estudio señalan categóricamente que no tienen hábitos lectores, el escenario se torna cada vez menos optimista (Gilardoni, 2006, p.217).

En nuestro país la situación es similar ya que un 42,4 % de los jóvenes universitarios cubanos tiene poco interés por la lectura, mientras que un 4,5 % afirma que no le atrae en absoluto, según un sondeo del Observatorio Cubano del Libro y la Lectura de la isla, en una muestra que incluía diferentes universidades, carreras y regiones del país.

La cultura de un universitario en Cuba está relacionada aparte de los intereses personales con las intenciones de nuestra política educacional con respecto a la existencia y consolidación de un lector en potencia, apto para enriquecer su acervo cultural, ampliar el espectro crítico de los diversos acontecimientos que se suceden, poder manifestarse en función de transformar el contexto sociocultural de la comunidad y hasta convertirse en un co-creador capaz de dar nuevas visiones, a las cuales puede llegar a través de su instrucción-educación, proporcionada generalmente por las amplias sesiones de lectura.

De lo anterior se deriva que es necesario realizar acciones de promoción de la lectura tanto a nivel de las instituciones universitarias, como de otras locales, regionales y

nacionales que incidan de manera positiva en la transformación de esa situación y coadyuven a la potenciación de los hábitos de lectura.

La promoción de la lectura en una concepción general se encuentra vinculada a la creación artístico-literaria incluye actividades y métodos, y por ende, una revalorización de las acciones propuestas para establecer mecanismos de persuasión, intercambio y de consumo. Constituye un pilar fundamental en la construcción de las ideas estéticas que forman parte del imaginario social y del acervo cultural de un pueblo en un determinado momento histórico social.

Sin embargo, la promoción, dentro de la actividad literaria en Cuba, implica además de lo antes mencionado la función social de divulgar la buena literatura, ya sea cubana o extranjera, como exponente de la cultura en general y en un estrecho vínculo con otras instituciones sociales como la escuela y la familia.

La promoción de lectura en nuestro país ha atravesado por diferentes momentos que se encuentran en estrecha relación con las condiciones sociales que ha tenido que enfrentar. En este fenómeno se expresa una contradicción evidente que consiste en que a pesar de los esfuerzos realizados por garantizar la impresión, la edición de libros, la circulación y hasta la propia promoción, los indicadores de lectura no están en correspondencia con esas garantías.

Según cifras ofrecidas con relación al Programa Nacional de la Lectura (Mederos, 2009, pp. 14-17), en el año 2008 se realizaron en el país 75 234 acciones de promoción de la lectura, solo en el Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (SNBP), de ellas en nuestra provincia más de 4000, con la participación de más de 120 000 personas, dirigidas fundamentalmente a niños (38%) y jóvenes (20%). El impacto de dichas actividades que forman parte de un gran esfuerzo colectivo es, sin embargo, muy bajo porque el 63.7 % de ese mismo sector manifestó en ese año tener poco interés en la actividad de lectura.

En el año 2013, entre 3 de las 175 editoriales que existen en el país publicaron más de 15 millones de textos¹ para las diferentes enseñanzas, en contraposición a lo cual, para ese propio año el 77.9 % de las personas pertenecientes a ese nivel ocupacional declaró que no leía.

En la encuesta realizada durante la Feria Internacional del Libro en el año 2015 el 74.6 % de los jóvenes estudiantes encuestados reconoció leer menos de 5 libros en un año, a pesar de la disponibilidad y oportunidades para adquirirlos tanto comprados o como préstamo en la red de bibliotecas públicas.

En nuestra universidad se realizaron un total de 42 actividades de promoción de la lectura en el año 2017, la asistencia en ellas no superó en cada ocasión más de 20 estudiantes, la mayoría de las carreras de Letras e Historia del Arte².

La actividad promocional de la lectura en la Universidad de Oriente se configura a partir de una dirección básica de trabajo, dirigida a una formación general de carácter extensionista cultural. La misma se realiza de manera aislada por parte de los factores sociales involucrados y muchos de los criterios de trabajo son establecidos a priori y por tanto, especulativamente, por lo que no se develan de manera adecuada los sistemas y formas de trabajo en cuanto a la promoción de la lectura. Además podemos mencionar el hecho de que son acciones generales dirigidas a la comunidad universitaria que no toman en cuenta especificidades de las carreras o facultades (Eng-Yilian, 2017, p.74).

De lo expresado anteriormente se desprende que es necesario que las entidades y factores encargados de la promoción de la lectura, dígame profesores, bibliotecarios, libreros, trabajadores de la Dirección de Extensión Universitaria, aúnen fuerzas y ganen en habilidades para poder implementar estrategias efectivas para revertir dicha situación, pero partiendo de un conocimiento cabal y de un diagnóstico efectivo que considere estudios de demandas, de los géneros literarios más solicitados, sobre los formatos lectores, de público y valoraciones sobre la aceptación o no, por parte de la población universitaria de las acciones que se realizan.

¹Todos los datos referidos a la promoción y edición de textos provienen de los informes sobre actividad editorial, publicados por el Observatorio Cubano del Libro y la Lectura, del Instituto Cubano del Libro entre los años 2011-2015.

²Los datos referidos a las actividades de promoción de la lectura de la Universidad de Oriente provienen de las estadísticas de la Dirección de Extensión Universitaria y del Departamento de Servicios Especializados.

Otro de los aspectos es que dada las características, medios y fines de actividad promocional esta se puede direccionar y estructurar en función de los intereses del público a quien se dirige. Si la formación de una cultura general integral, es necesaria para los profesionales de cualquier área del conocimiento también es necesaria la formación particular, incluso específica para grupos de carreras y carreras en especial. En uno de los elementos antes analizados se define un público bastante particular en la asistencia a las actividades de promoción, actitud que responde a sus motivaciones personales y profesionales por lo que tal vez sea necesario diversificar la forma en que se realizan dichas actividades y aplicar nuevos enfoques para lograr lo mismo con los estudiantes de otras carreras.

De manera general las actividades de promoción no se realizan en el espacio estrecho de ninguna carrera entre otras causas por la falta de promotores capacitados, por lo que tal vez sea necesario crearlos hacia el interior de cada carrera y cada facultad. Como punto de partida se cuenta con el potencial inicial para lograr esta meta. Los propios profesores y algunos de los estudiantes interesados pueden recibir cursos y capacitación por parte de los especialistas para adquirir los conocimientos teóricos necesarios para este desempeño.

Hasta ahora hemos considerado la responsabilidad y posibilidades de acción en cuanto a la promoción de la lectura, pero el problema va mucho más allá. La universidad es el último eslabón de un largo ciclo estudiantil y de vida donde los estudiantes llegan como portadores de un saber social e institucional que es reflejo y reproducción de valores propios y compartidos.

La formación profesional del sociólogo. Importancia de la lectura en este proceso

El trabajo de promoción de la lectura con los estudiantes de la carrera de Sociología la Universidad de Oriente se convierte en una necesidad imperiosa ya que tanto los diagnósticos realizados por las juntas de año, profesores y otros realizados como parte de algunos de trabajos investigativos demuestran las dificultades que presentan los mismos en el ámbito lector de manera general, tanto de textos académicos como de las lecturas generales. En el estudio realizado, el 91.72 % expresó que no lee casi nunca, además que en el último año el 87.9 % reconoció haber comprado y leído menos de 3 libros (Eng-Yilian, 2017, p.74).

El ejercicio de la profesión del sociólogo comprende como principal modo de actuación “que sean capaces de llevar a cabo investigaciones sociales (...) para lo cual deben analizar críticamente, sintetizar e integrar los conocimientos acumulados por la ciencia sociológica, así como los adquiridos a través de la investigación teórica y concreta” (MES, 2008, p.5). Todas esas acciones requieren el ejercicio sistemático de la lectura la cual es la base y el sustento para el logro adecuado de esa misión. Si no se lee con sistematicidad y profundidad estamos frente al hecho de que la formación profesional de los estudiantes de sociología será incompleta y deficiente. Al potenciar los factores sociales que intervienen en el proceso de promoción de la lectura se favorecería el trabajo en este sentido.

Al ser interrogados en un cuestionario al efecto sobre la cantidad de libros leídos y comprados en el último año el 91.72 % indicó que se encontraba entre uno y tres, el 5.45% entre tres y cinco, y solo un estudiante reconoció haberse leído más de 5 libros además de los cual reconocen que su lectura en la mayoría de los casos no es total, es decir, no se leen el texto completo, en muchas ocasiones ni los artículos, sino que realizan lecturas de fragmentos de los textos y generalmente los utilizan de manera reproductiva en seminarios o clases. De lo cual se infiere una gran preocupación relacionada no solo con la baja frecuencia sino con la mala calidad de las lecturas realizadas.

En relación a las preferencias pregunta que elaborada con una escala de valores de 1 a 5 donde 1 correspondía al menor valor, las lecturas relacionadas con la especialidad recibieron 1 en el 43.63%, es decir para 24 estudiantes de la carrera, lo que es casi el 50% del total. Los otros valores más bajos fueron obtenidos por la literatura científico – técnico escala 1 para el 30.9% y escala 2 el resto de la muestra. Recibieron las mayores puntuaciones de la escala en por cientos, la narrativa (cuentos y novelas), la ciencia ficción, y las revistas. Estas respuestas forman parte de una tendencia nacional asociada no solo a los bajos índices de lectura en la universidad, sino además a los gustos y preferencias y la frecuencia de dicha actividad para ese grupo etario en específico.

En cuanto al tema de la motivación para participar en las actividades de promoción los estudiantes encuestados plantean que desearían asistir a las actividades pero que quisieran que las mismas respondieran a los tipos de lecturas que a ellos les interesan para el 65.4% (podemos remitirnos a sus preferencias) y que debía existir un aporte dirigido a su

formación profesional en específico (32.7%). De hecho no existe registro de su participación en actividades de esta naturaleza aunque en el estudio realizado 3 ellos afirmaron haberlo realizado en el último año.

En lo referido a la actitud de los profesores en el espacio académico para promover e incentivar la lectura se considera que los mismos solo orientan textos de su asignatura (100%) y nunca (83.63%) o casi nunca mencionan otros textos (12.1%) desaprovechando el potencial de estos actores sociales con influencia en el entorno estudiantil.

Ante el reto de promover la lectura en el entorno de los estudiantes de Sociología y de la universidad en general debe considerarse además el nuevo concepto de la universidad integrada y el hecho de que el plan de estudios E se comienza a implementar en la mayoría de las carreras incluida la nuestra a partir del 2018.

Con relación al mismo se plantean y refuerzan aspectos como el de motivar y propiciar el aprendizaje autónomo, el uso correcto de la lengua materna, también implica la autogestión del conocimiento y el protagonismo de los estudiantes, para lo cual son fundamentales sus hábitos de lectura. En función de este último elemento se realiza un llamado a favorecer el dominio de las habilidades profesionales de lectura, análisis y construcción del discurso académico y científico en los que descansan los procesos de enseñanza-aprendizaje de cualquier disciplina y asignatura. Como medios para lograr lo anterior puede señalarse la inclusión de asignaturas de este perfil, el diseño de una estrategia curricular o la utilización de ambas posibilidades, además del trabajo en la dimensión extensionista y extracurricular.

La combinación del aprendizaje autónomo y el desarrollo de habilidades profesionales de lectura apuntan, al interés con que se desarrolló el trabajo y justifica su importancia en este sentido, ya que la promoción de la lectura podría coadyuvar al cumplimiento efectivo de ese propósito. Además partiendo del llamamiento a estimular las aptitudes y potencialidades de los estudiantes mediante proyectos profesionales, socioculturales, comunitarios, distintivos de cada carrera con la intervención de los mismos como promotores culturales (UO, 2016, p.15), las acciones de promoción de la lectura se ajustan a dichas exigencias.

El sello distintivo de la carrera se imprime partiendo del diagnóstico de la situación en cuanto a los hábitos de lectura, la motivación, la participación inclusiva, el liderazgo y las *responsabilidades compartidas*, así como *fechas y plazos concretos para su consecución*.

Además, se hace necesario:

Gestionar de forma democrática la planificación y organización cada mes, al menos, de una actividad integradora, donde se implementen varias de las acciones previstas en las estrategias educativas y de trabajo político ideológico, teniendo en cuenta lo académico-laboral, científico - investigativo y extensionista, con la participación activa de todos los gestores educativos a nivel de facultad direccionados por el decano y con el *protagonismo de los estudiantes* a favor de la formación integral del profesional (UO, 2016, p.36).

En base a lo planteado consideramos que la promoción de la lectura dirigida a los estudiantes con la potenciación de los factores sociales que participan en ella debe configurarse a manera de un sistema complejo factible de tratar holísticamente.

Referencias bibliográficas

1. Escarpit, R. (1970). *Sociología de la literatura*. La Habana. Cuadernos de Arte y Sociedad.
2. Schücking, L. (1969). *Sociología del gusto literario*, La Habana. Cuadernos de Arte y Sociedad.
3. Batista, M. (2011). La lectura para los profesionales universitarios. Reflexiones metodológicas. *Revista Cuadernos de Educación y Desarrollo*, 3 (24).
4. Yubero, S. y Larrañaga, E. Lectura y universidad: hábitos lectores de los estudiantes universitarios de España y Portugal, *Revista El profesional de la información*, 24 (6).
5. Gianfranco, H., Ariola, A. y Pérez, H. A. Hábitos de lectura en estudiantes universitarios, *Revista Cubana de Educación Médica Superior*, 18 (1). Recuperado de
6. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttex&pid=s0864-2141200400100006.
7. Gilardoni, C. (2006). *Universitarios y lectura: análisis cuali-cuantitativo del uso, accesibilidad y valoración de los libros*. Santiago de Chile. Consejo Superior de Educación, Estadísticas y Bases de Datos.

8. Mederos, M. C. (2009). *Programa Nacional de Promoción la Lectura*. Santiago de Chile. III Encuentro de responsables de políticas y planes nacionales del libro y la lectura.
9. Eng-Yilian, L. (2017). *Factores sociales que inciden en el trabajo de promoción de la lectura con los estudiantes de la carrera de Sociología en la Universidad de Oriente* (Tesis de Maestría). Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba.
10. Ministerio de Educación Superior (2008). *Modelo del profesional y mapa curricular de la carrera de sociología*. La Habana, Cuba.
11. Universidad de Oriente (2016). *Precisiones para el perfeccionamiento de las estrategias educativas y de trabajo político ideológico en carreras y años académicos para el curso 2016-17*. Santiago de Cuba, Cuba. pp.15-36.