

# 1 CONGRESO LATINOAMERICANO de Gestión Cultural

Santiago | Chile | 23 al 27 | Abril | 2014

## **La librería: ¿una industria cultural en crisis? Análisis crítico y proyecciones de la librería como emprendimiento cultural, a partir de la experiencia de la Librería Praxis en Valdivia, en la Región de los Ríos.**<sup>1</sup>

Hugo Campos Winter<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Ponencia presentada al Primer Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural, realizado en Santiago de Chile, entre los días 23 al 27 de abril de 2014.

<sup>2</sup> Representante Librería Praxis.

**Palabras Clave: Librería, sujeto de la imagen, sujeto del conocimiento, intensificación mental del trabajo, factores económicos.**

## **Resumen**

En los últimos años Valdivia se ha convertido en la ciudad universitaria del sur de Chile. Con 5 Universidades, un centro de estudios científico y varios institutos profesionales, nuestra ciudad es sede de la producción de conocimiento. Asimismo, desde las políticas públicas, se está fortaleciendo a Valdivia como ciudad sede de la cultura y el turismo. En suma, las características anteriores convierten a nuestra ciudad en un nicho para la industria del libro.

Todo indicaría que el posicionamiento de una librería tradicional en este contexto sería un paso lógico. No obstante, las 3 librerías de la ciudad no han sabido adaptarse a la sociedad de la información y el conocimiento. Incluso, una de ellas cerró el año 2012.

Las investigaciones muestran que en la época de la hegemonía massmediática, la sociedad chilena está leyendo poco y lo que lee no lo comprende. Los resultados del estudio realizado por la OCDE: Literacy in the Information Age, el año 2000, evidenciaron que más de un 80% de los chilenos entre 16 y 65 años no tiene el nivel de lectura mínimo para funcionar en el mundo de hoy.

En relación a la cantidad de gente lectora, el estudio "Chile y los libros", realizado por la fundación La Fuente y Adimark Gf-K el año 2011; revela que el 52,8% de los chilenos es no lector. Son quienes no leen nunca o casi nunca. De este 52,8% el 7,1% no lee casi nunca y el 45,7% no lee nunca. Por la otra orilla, un 47,2% afirma que es lector frecuente (leen libros una vez por semana o más) u ocasional (leen libros alguna vez en el año o alguna vez al mes), porcentaje que se descompone en 21,1%, ocasionales, y 26%, frecuentes.

Con respecto al promedio de compra de libros al año, los lectores frecuentes compran 3,7 libros, los lectores ocasionales compran 1,4 libros y los no lectores compran 0,3 libros en promedio. Otro dato importante es el lugar donde se compran los libros: el 51,7% de los libros se compra en librería, un 11,9% en librería de libros usados, un 17,9% en ferias persa y un 1,1% por internet.

La razón más frecuente por la que casi la mitad de los chilenos no lee libros es por falta de tiempo (37,3%), seguida de falta de interés (37,1%) y de la falta de posibilidades (24,7%) como el precio excesivo de los libros. Entre los determinantes de la lectura en Chile se menciona también la lejanía respecto de los centros urbanos, bibliotecas y librerías.

Pero si vamos un poco más allá de las razones individuales, podemos encontrar determinantes estructurales de la compra de libros y de la condición lectora hoy en nuestra sociedad.

En primer lugar, la cultura hegemónica de nuestra sociedad.

Según Correa (1995), "Los sujetos se construyen atravesados por los discursos y

prácticas que organizan la experiencia cultural de una época”. Y las condiciones para que los discursos de una época construyan a sus sujetos son dos: primero, los sujetos deben compartir sus supuestos implícitos, los cuales funcionan como acuerdos que dan sentido de las prácticas discursivas, no discursivas y materializaciones en cada situación comunicativa (Ibid). Segundo, “el discurso debe ser capaz de interpelar al sujeto, es decir, el acto por el cual un discurso invoca a un sujeto como miembro de una institución *“debe tener como resultado la inclusión del individuo en el lugar institucional que le está destinado”* (Ibid)

Ahora bien, la autora plantea que las instituciones tradicionales como la escuela pública, institución paradigmática de la modernidad, estarían suponiendo al ciudadano, sujeto de la conciencia (Correa, 1995). Nosotros sostenemos que las librerías tradicionales, atravesadas por el discurso ilustrado o de la letra, y prácticas como la compra de libros y la lectoescritura, estarían suponiendo al mismo sujeto.

No obstante, Correa (1995) afirma que la experiencia cultural de nuestra época se caracterizaría por la hegemonía del discurso massmediático y por las prácticas del consumo y el espectáculo, las cuales suponen al consumidor, sujeto de la imagen. Según la autora, La imagen se ha convertido en el fundamento que da consistencia al lazo social posmoderno (Ibid.)

El discurso ilustrado o de la letra, se caracteriza por los principios de recuperación, puesta en cadena y clausura de sus elementos. Los dos primeros instituyen la memoria y la temporalidad y el segundo instituye la réplica. El lector que se produce con estos principios es el lector-réplica. El discurso de la imagen, en cambio, es un discurso sin clausura, sin un encadenamiento lineal y de sustitución sin recuperación de sus unidades. La imagen instituye lo intempestivo y la memoria de causas y efectos lineales queda excluida. Además, al no tener opción de responder, el lector que se produce es el lector-espectador, (Correa, 1995).

Así, según la autora, *“los problemas de comprensión y de lecto-escritura serían un síntoma del desacople discursivo entre el discurso hegemónico massmediático o de la imagen y el discurso ilustrado o de la letra”* (Correa, 1995). Dicho de otro modo: las instituciones tradicionales suponen un sujeto que ya no está; o que no está supuesto ni provisto por el discurso hegemónico del sentido común. En las prácticas culturales posmodernas -comunicación, consumo, nuevas tecnologías- la imagen y su sujeto de la emoción, han desalojado prácticamente al texto y su sujeto de la razón.

El síntoma que se produce al intentar interpelar a un sujeto real de la imagen con un discurso de la letra es la apatía, el desinterés y aburrimiento frente a, por ejemplo, un libro y las actividades de lecto-escritura (Correa, 1995). Si la instancia de reconocimiento del sujeto por el discurso en las instituciones tradicionales es la evaluación del conocimiento, sostenemos que hoy, en la hegemonía del discurso massmediático y de las prácticas del consumo y el espectáculo, el momento de reconocimiento es la experiencia placentera. Por lo tanto el sujeto de la imagen debe ser espectador de un producto que le otorga o le promete una imagen emocional y sociafectiva placentera

Un segundo factor son las condiciones socioeconómicas de nuestro país.

El 87,3% de los lectores frecuentes cree que los libros son caros o muy caros. El 84,1% de los lectores ocasionales cree que los libros son caros o muy caros. Y El 77,8% de los no

lectores cree que los libros son caros o muy caros. Quienes se declaran lectores frecuentes y ocasionales pertenecen mayoritariamente a los estratos ABC1 y C2, los más acomodados del país, mientras que quienes se declaran no lectores pertenecen mayoritariamente a los estratos C3 y D. Situándonos en la Región de los Ríos, según un estudio realizado por la empresa TNS Time para SERCOTEC, el año 2006; solo el 21% de la población pertenecería a dichos estratos, mientras que el 67% de las familias se encontraría en los dos sectores más pobres de la población (D y E, hasta \$400.000 de ingreso familiar). Así, casi dos tercios de la población de nuestra región se encuentran excluidas estructuralmente de la compra de libros y la lectura por motivos económicos.

El tercer factor identificado, son las condiciones laborales de nuestra sociedad.

De acuerdo a Castells (1998), esta época de cambio incontrolado y confuso, exige una transformación radical de las tecnologías y de los modos de gestión precedentes (Castells, 1998). Paralelo a esto, se transforman las relaciones laborales, donde se pasa de lógicas más colectivas a lógicas individualizantes y de un trabajo estable centrado en la fuerza física a una forma flexible de trabajo por proyectos, centrado en la intensificación de las actividades mentales.

Es así como el diagnóstico, planificación y evaluación se convierten en actividades predominantes del trabajo actual, que requieren un notable ejercicio de los procesos psicológicos superiores, el cual va muchas veces más allá del tiempo de trabajo.

Esto puede explicar, en parte (junto con los dos determinantes ya nombrados), los resultados arrojados por la Prueba de Comprensión Lectora llevada a cabo por la Universidad de Chile, los cuales evidencian que en su tiempo libre, los chilenos prefieren ver televisión (37%), escuchar radio (16%) o practicar deportes (9%). En efecto, sólo un 6% de los chilenos prefiere leer en su tiempo libre, ya que es esta una actividad que requiere del ejercicio de los procesos psicológicos superiores como la abstracción y la descontextualización perceptiva, procesos que son utilizados intensamente en el trabajo.

En síntesis, a pesar del nicho para la industria del libro que se ha conformado en Valdivia, los estudios sobre comportamiento lector y compra de libros evidencian un desafío que las librerías tradicionales no han sabido "leer". Precisamente porque intentan, mediante un discurso de la letra, interpelar a un supuesto sujeto del conocimiento, ávido de una lectura ilustrada y con un nivel económico comparativamente elevado. Mientras que los determinantes estructurales explican la condición real de nuestro país no lector debido a la hegemonía de un discurso de la imagen, que supone e interpela a un sujeto emocional-espectador, a la espera de estímulos que lo hagan alienarse del ejercicio mental al que se ve expuestos en un mundo laboral cada vez más flexible, y con un nivel económico que le hace percibir los libros como productos suntuosos de difícil acceso.

En suma, para que una librería pueda aprovechar las oportunidades que presenta el campo socio-económico y cultural Valdiviano, debe tener dos políticas básicas.

Frente a las condiciones socioeconómicas, nos hemos propuesto democratizar el acceso al libro mediante una política de precios bajos y diversidad de productos al alcance de los sectores menos favorecidos de la población.

Frente a las condiciones laborales y culturales, hemos decidido convertirnos en gestores

culturales que promuevan una cultura de la lecto-escritura y la compra de libros en Valdivia y la Región, formando una ciudadanía lectora mediante un discurso, prácticas y productos que interpelen al consumidor sujeto de la imagen y lo induzcan hacia la posición del ciudadano sujeto del conocimiento, aprovechando las potencialidades de la articulación entre los discursos: massmediático y pedagógico-ilustrado.

En otras palabras, se debe partir por posicionar al sujeto como espectador-consumidor de un producto que le otorga o le promete experiencias emocionales y socioafectivas placenteras, que eliminen la tensión psicológica generada en los puestos de trabajo. Mediante la gestión de escenarios íntimos, cargados de símbolos locales se puede lograr lo anterior.

Luego, mediante el diálogo reflexivo se debe co-construir la articulación entre los sentimientos placenteros de las personas, el libro y la lectoescritura. Finalmente, los conceptos anteriores se deben articular en uno que los abarque: el conocimiento. ●

## Referencias

- Castells, Manuel (1998). *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*. <www.lafactoria.web.> [10 de julio del 2012]
- Correa, Cristina (1995). *Pedagogía del aburrido*. Revista Palabras. Letra y cultura de la región N.E.A. No. 1, Buenos Aires, 1995
- Fundación la Fuente/ Adimark GFK (2010). *Chile y los Libros*. Santiago, Chile.
- OCDE (2000). *Literacy in the Information Age*.
- TNS Time/ SERCOTEC (2006). *Estudios de mercado para identificar oportunidades de negocios para las micro y pequeñas empresas; Región de los Ríos*. Universidad de Chile (2011). *Prueba de comprensión lector*.