

The Influence of Social Connections on Reading Habits: A Sociological Analysis of Reading in Spain

*La influencia de los vínculos sociales sobre hábitos lectores.
Un análisis sociológico de la lectura en España*

Alejandro Pizzi and Joaquim Rius-Ulldemolins

Key words

- Books Consumption
- Social Inequality
 - Social Factors
 - Reading
 - Cultural Practices
 - Social Bonds

Palabras clave

- Compra de libros
- Desigualdad social
 - Factores sociales
 - Lectura
 - Prácticas culturales
 - Vínculos sociales

Abstract

This article addresses the study of reading habits in Spain, a central aspect of cultural consumption that has received little academic attention. Through a multivariate and ordinal regression analysis, we investigate how various structural, cultural, and attitudinal factors influence these habits. We particularly highlight the significant influence of social connections (such as family, the educational environment, and friendships) in the formation of reading habits. This provides a perspective that goes beyond the simplified division between reader/non-reader and previous analysis focused on elitist distinctions. The findings suggest that variations in cultural reading consumption are more closely linked to differences in social environments and their relationship with culture than to socioeconomic condition or individuals' educational level.

Resumen

Este artículo aborda el estudio de los hábitos de lectura en España, un aspecto central del consumo cultural que ha recibido poca atención académica. Mediante un análisis multivariante y de regresión ordinal, investigamos cómo distintos factores estructurales, culturales y actitudinales inciden en estos hábitos. Especialmente, resaltamos la significativa influencia de los vínculos sociales (como la familia, el entorno educativo y las amistades) en la formación del hábito lector. Esto ofrece una visión que supera la simplificada división entre lector/no lector y el análisis previo centrado en distinciones elitistas. Los hallazgos apuntan a que las variaciones en el consumo cultural de lectura están más vinculadas a diferencias en los entornos sociales y su relación con la cultura que a la condición socioeconómica o el nivel educativo de los individuos.

Citation

Pizzi, Alejandro; Rius-Ulldemolins, Joaquim (2024). "The Influence of Social Connections on Reading Habits: A Sociological Analysis of Reading in Spain". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 188: 121-144. (doi: 10.5477/cis/reis.188.121-144)

Alejandro Pizzi: Universitat de València | alejandro.pizzi@uv.es

Joaquim Rius-Ulldemolins: Universitat de València | joaquim.rius@uv.es



INTRODUCTION

Sociological analysis of cultural consumption in Spain has grown in the last thirty years, increasing our understanding of the culture. The rapid process of social change that the country has experienced since the re-establishment of democracy and its passage into advanced modernity has impacted cultural practices (Ariño-Villarroya, 2010). The use of quantitative surveys at both the national and regional levels has revealed rapid changes occurring in cultural consumption. We can see a journey from a culture that had been relatively behind its European neighbours toward a postmodern logic of fragmentation and specialization in cultural consumption, differentiated by age, social group and global and local identities (Ariño-Villarroya and Llopis, 2016). In this regard, comparison with other European countries reveals a process of convergence with the other countries of Southern Europe, as well as the continuation of certain significant differences with the countries of North and Central Europe (Rius-Ulldemolins, Pizzi and Paya, 2022).

The sociology of cultural consumption has undergone a certain development in Spain in the study of specific cultural sectors, such as music, the performing arts and film, (Noya, 2010), but not in the study of reading or literature, despite this cultural practice being key in its development in countries such as France (Labari, 2014; Mauger, Poliak and Pudal, 2010). Thus, reading habits have been little studied in Spain, despite the importance of the publishing sector and its leading creators. As a result, the intention of this study is to advance our knowledge of reading habits in Spain.

However, we propose to go beyond a mere description or typology of reading publics, or debates over cultural consumption as a factor in social differentiation that have dominated sociology in the last thirty

years (Chan and Goldthorpe, 2007). We examine the macro-social factors and experiences and social logics that are associated with reading habits. To do this, we follow a path initiated in some of the most advanced studies of cultural consumption, aimed at analysing the influence of institutional factors and interpersonal networks on reading practices (Fishman and Lizardo, 2013; Lizardo, 2006). The results of a multivariate analysis allow us to state that social, family and friendship connections are important factors in explaining the reading habits of the Spanish population.

Our analysis is based on data from three barometers carried out by Spain's Centre for Sociological Research (CIS): 2280 (CIS, 1998), 2478 (CIS, 2003) and 3149 (CIS, 2016). Although the latest micro-data on this issue are from 2016, we can still observe population trends and patterns of behaviour that are relevant to current Spanish society.

In what follows we first examine the theories and concepts that guide our inquiry, then we explain the methodology behind this study. We then present the results of our multivariate analysis. Lastly, we discuss our conclusions, weighing the influence of structural, cultural and attitudinal factors in explaining differences in reading habits among the Spanish population.

STUDYING READING: FROM INDIVIDUAL CONSUMPTION TO THE SOCIAL LOGIC OF READING

From the perspective of cultural and literary studies, reading has been seen as a tool to strengthen personal knowledge, values and habits, and has been considered an intrinsically positive practice (Levmore and Nussbaum, 2012; Miller, 2009). This insistence on its benefits to the individual has also been considered uncritically in so-

biological studies of cultural consumption, in which greater consumption is seen as a collective good for its contribution to social cohesion (Donnat, 2004). As a result, promoting reading has been one of the priorities —at least at the discursive level— of cultural policy since its foundations (Patricio-Mulero, 2019). However, comparative studies in the United States and Europe show a decline in the time dedicated to reading since the 1980s (Toivonen, 2013). The data reflect a trend that has particularly affected the reading of fiction and romance novels (Knulst and Broek, 2003). This trend of abandoning reading on the part of a sector of the population has grown with the eruption of social networks and the streaming of audiovisual content (Pizzi, Pecourt and Rius-Ulldemolins, 2023).

Nevertheless, reading continues to be one of the most common forms of cultural consumption for much of the population, at least in Europe and the United States (DiMaggio and Mukhtar, 2004; Rius-Ulldemolins, Pizzi and Rubio-Arostegui, 2019). Reading is deeply rooted in broad social sectors and is not associated with the exclusivity suggested by Bourdieu in the 1970s (Bourdieu, 1998). His contributions have been criticized for their theoretical and ideological biases (Fabiani, 2007), as well as for not considering the relativization and declassification of cultural products by education levels and social classes (DiMaggio, 1987). In particular, the theory of *cultural omnivorousness* developed by Peterson and other authors (Peterson and Kern, 1996) argues that cultural consumption is no longer explained by the dynamic of distinction and social snobbism and that elites are more open to the cultural consumption of popular sectors of the population. Without going into the substance of this issue, we only wish to note that differences continue to be observed between levels of reading and cultural consumption in general, although certainly very much mediated by

their digitalization and the greater presence of global and audiovisual products (Ollivier, 2008; Weingartner, 2020).

In any case, currently we find that reading and cultural consumption cannot be explained as a direct effect of sociodemographic factors such as education level, social class and gender, among others (Mauger, Poliak and Pudal, 2010). On the contrary, cultural consumption is considered a product of individual articulations and trajectories (Lahire, 2008). Thus, in studies on reading, one of the most important debates has been up to what point the educational system can reverse the logic of greater or lesser socialization into the habit of reading and foster it in children and adolescents, even those from families lacking a reading habit (Alvermann, 2002). For this reason, one issue has been how to encourage the habit of reading through more participatory or experiential forms of literary education, especially in recent generations that are more disconnected from reading as a form of cultural entertainment (Verboord, 2005).

However, there are certain sociodemographic factors that have been considered important in explaining reading consumption. One of these, since the 1980s, has been gender: results converge in finding a greater percentage of women readers, the greater intensity of their reading habits in terms of the number of books they read, as well as a preference for romance fiction (Radway, 1984). Another cultural factor that is also associated with reading habits and cultural consumption is age cohort and, therefore, the influence of peers on reading habits and the choice of what to read (Knulst and Broek, 2003). Finally, other authors have pointed out how consumption of other forms of culture (film, theatre, music) is connected to individual attachment to reading habits, which would explain the differences in reading habits between people with apparently similar educational and social levels (Lahire, 2004; Lizardo, 2017).

METHODOLOGY

The aim of this article is to analyse the factors that influence reading habits among the Spanish population. Specifically, we look at the frequency of book reading, as we consider the book to be the traditional object to which the practice of reading refers. CIS Barometer no. 3149 (2016)¹ asked survey participants about the “frequency of book reading”², which has the following as response categories: “every day or almost every day”, “once or twice a week”, “once a month”, “once every three months”, “almost never” and “never”. These have been recoded into the following categories: “high”, “intermediate”, “low” and “very low or do not read”. In addition, to see the evolution of reading we also use the variable “reading frequency” that is available in Barometer no. 2280 on *Free time and reading habits* (1998) and Barometer no. 2478 *Free time and reading habits II* (2003)³.

The indicators we take into account to explain different reading frequencies are, first, those of a sociodemographic character: sex, age, education level, socioeconomic status and satisfaction with free time for reading books and magazines. The age variable has been re-coded into three age groups, with the aim of capturing general population trends: 1) Young people (18 to 29 years of age); 2) Adults (30 to 65 years of age); 3) Seniors (66 and above).

¹ This is the most recent CIS barometer that permits us to make a detailed study of the reading habits (as well as other cultural practices) of the Spanish population.

² This includes reading in free time as well as related to work or study, and in any format: print or digital.

³ We used variable P.11B “frequency of reading” with the following categories: 1) Everyday, 2) Three or four times a week, 3) Once or twice a week, 4) Several times a month, 5) Once or twice a month, 6) Very infrequently, 7) Never or almost never, and 8) Don’t know/No response. For this article, these responses have been recoded into three categories: 1) Regular reader (adding responses 1, 2 and 3); 2) Occasional reader (responses 4, 5 and 6) and 3) non-reader (response 7).

Education level has been recoded into three categories: 1) Low (up until the first stage of secondary education); 2) Intermediate (from the second stage of secondary education to upper vocational training); 3) High (undergraduate, graduate and post-graduate degrees). The aim of this recodification is to clearly capture differences between those with university educations and those without. Regarding socioeconomic status, this variable is constructed by the CIS based on a variable that records occupation. There are the following categories for status: 1) Upper class and upper middle class; 2) New middle classes, 3) Old middle classes, 4) Skilled working class, 5) Unskilled working class. Broadly speaking, we consider this to be a suitable proxy for measuring differences in the social and economic status of the population. Lastly, satisfaction with free time to read has the following categories: 1) Satisfied, 2) Would like to have more time, 3) Do not carry out this activity.

Secondly, we include a series of variables that measure individual interest and attitudes toward the culture and reading in particular, including “interest in reading” (very low/not at all, low, intermediate, high) and “main reason for reading (for enjoyment and distraction, to be informed, for professional and/or work related reasons, for study, to improve one’s cultural level and learn new things). In addition, we have developed two of our own indicators based on variables in the barometer. We have created a variable that we call “level of cultural enthusiasm”, which provides a measure of the general interest in the culture based on aggregating the responses to a battery of questions regarding interest in music, film, theatre, reading, the visual arts and dance (P9). With responses of “yes” and “no” in terms of interest (yes is coded as 1 and no as 0), we have constructed an index based on the responses. These results are recoded into a new variable that we call

“level of cultural enthusiasm” (with the values of “low”, “intermediate” and “high”)⁴. This variable for “level of cultural enthusiasm” excludes “interest in reading” because we study this separately in our analytical model. Thus, with “level of cultural enthusiasm” we can look at the effect that general interest in other cultural practices has on individuals’ frequency of reading.

The second variable that we have constructed is an index on the social dimension of reading. This is to look at the effect that social influences (the educational, social and family environments) have on reading habits. We call this the index on “social connection to reading”, and it is based on the following variables: P2001: “your parents read you stories”; P2003: “you talked about books with your friends”; P22: “you received a book as a gift (in the last 12 months)”; P23: “you gave a book to someone as a gift (in the last 12 months)”; P26A07: “participation in cultural activities such as reading, writing, story-telling workshops, etc.” These variables have been coded as 1 = Yes and 2 = No. The responses were added up and made into an index with values ranging from 0 to 5 and then simplified into three categories: 1) Low connection (values of 0 and 1); 2) Intermediate connection (values of 2 and 3); 3) High connection (values of 4 and 5).

Once we determined the variables to be used in our analysis (those we consider relevant based on our previously developed theoretical framework), we carried out a descriptive bivariate analysis with the aim of observing the influence and significance of

each variable on the frequency of reading of the Spanish population. In what follows, we integrate all these factors into a multivariate ordinal regression analysis, with the aim of analysing the specific effect of each one on reading habits.

We use ordinal regression, as reading frequency (the dependent variable) is of an ordinal nature (very low, low, intermediate and high) and does not have a normal distribution. Specifically, ordinal regression is appropriate when the categories of the dependent (ordinal) variable have no inherent order and there is not a uniform distance between them. Thus, to analyse reading practices in Spain, and specifically the frequency of reading, ordinal regression respects the hierarchical nature of this indicator. In our case, different frequencies reflect ranked levels of the habit of reading, from those that never read to those that read every day. However, the conceptual distance between a low and intermediate frequency, for example, is not necessarily the same as between an intermediate and high frequency. Ordinal regression is suitable for this case because it permits us to model the probability that individuals are classified in or above a specific category for frequency of reading, and in function of the independent variables. In other words, it permits us to capture the characteristics of reading habits as a scaled (frequency) and multi-faceted phenomenon.

DESCRIPTIVE ANALYSIS: THE INFLUENCE OF SOCIODEMOGRAPHIC AND CULTURAL FACTORS ON READING HABITS

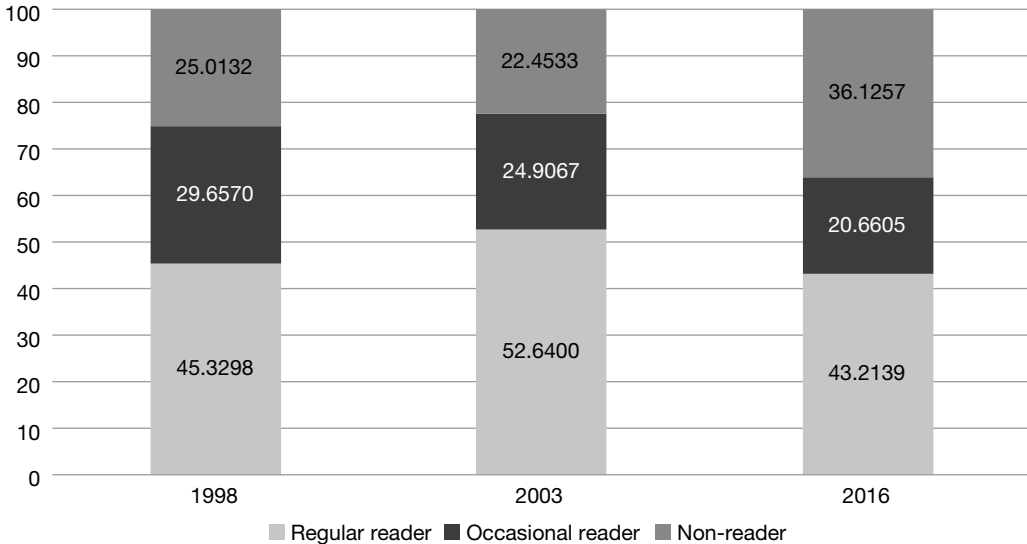
The overall analysis of the frequency of reading in Spain, based on the three barometers (for 1998, 2003 and 2016), reveals a growth in the percentage of habitual readers between 1998 and 2003 (from 45 % to 52.6 %), as well as an increase in

⁴ To be able to add up the responses the values have been transformed into the following: 1) a lot = 3; 2) quite a lot = 2; 3) a little = 1; 4) Not at all = 0. In this way, we obtain an index with values from 0 to 15. To simplify the data it was recategorised into a new variable “Level of cultural enthusiasm” with three categories: 1. “Low cultural enthusiasm” (0 to 5); 2. “Intermediate cultural enthusiasm” (6 to 11); 3. “High cultural enthusiasm” (12 to 15).

the percentage of non-readers (from 25 % to 36 %). Given that we cannot provide an explanatory model for all three periods due to the differences in data from the three ba-

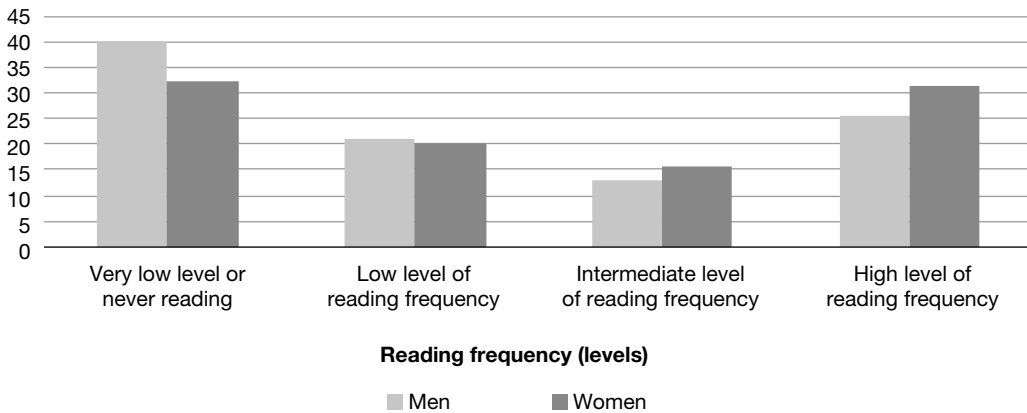
rometers, this article focuses on developing an explanatory model for the variations found in reading frequency for the last year (2016) for which we have available data.

GRAPH 1. *Reading in Spain (1998-2003-2016)*



Source: By authors based on CIS Barometers (2016, 2003, 1998).

GRAPH 2. *Reading frequency, by sex*



Source: By authors (CIS Barometer, n.º 3149).

In what follows, we present the results of our descriptive analysis of the bivariate relationships between reading frequencies and the set of variables (CIS, 2016) consid-

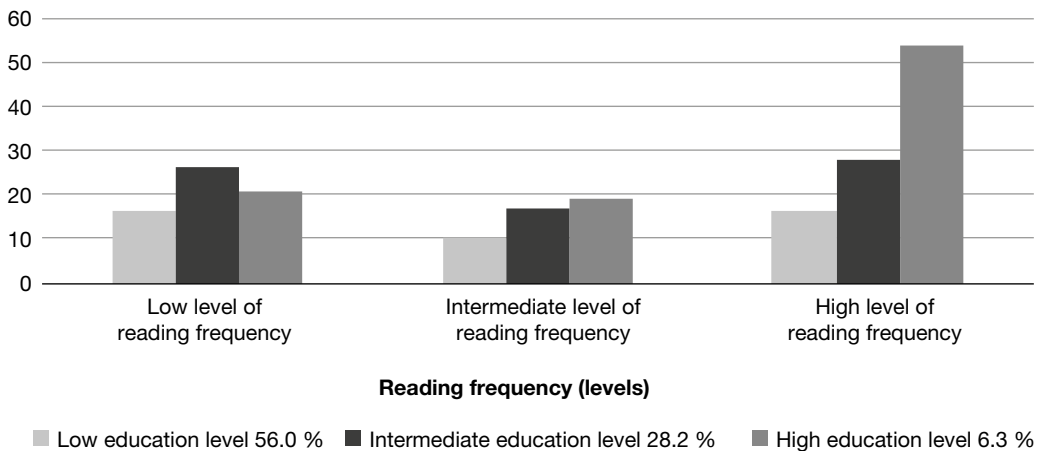
ered to be theoretically important in our initial discussion. First, we examine the effect of a series of demographic, educational and socioeconomic factors on reading. Regard-

ing differences in reading habits between men and women, prior studies (Mauger and Poliak, 2000) found a higher proportion of women readers, as well as a greater tendency to read romantic novels. The results we obtained also reveal some statistically significant differences among men and women: 21 % of men almost never read in comparison to 16 % of women, while 26 % of men read almost every day in compari-

son to 31 % of women —see Table 2 in the statistical appendix.

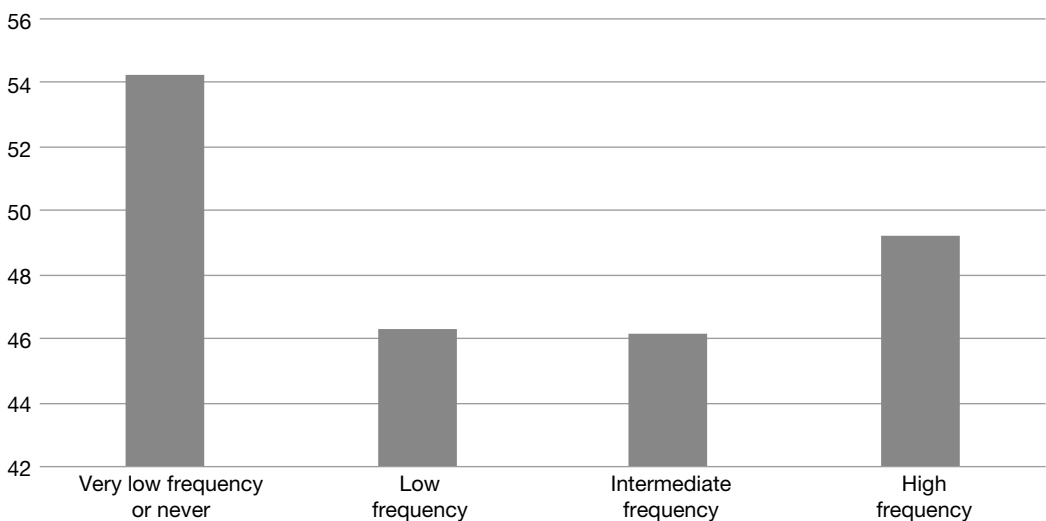
Secondly, the different reading frequencies are also found to be related to education level. For example, 54 % of individuals with high education levels read very frequently and 6 % almost never read, while only 17 % of those with low education levels read very frequently and 56 % almost never read (see Table 3 in the statistical appendix).

GRAPH 3. *Reading frequency, by education level*



Source: By authors (CIS Barometer, n.º 3149).

GRAPH 4. *Reading frequency, by average age*



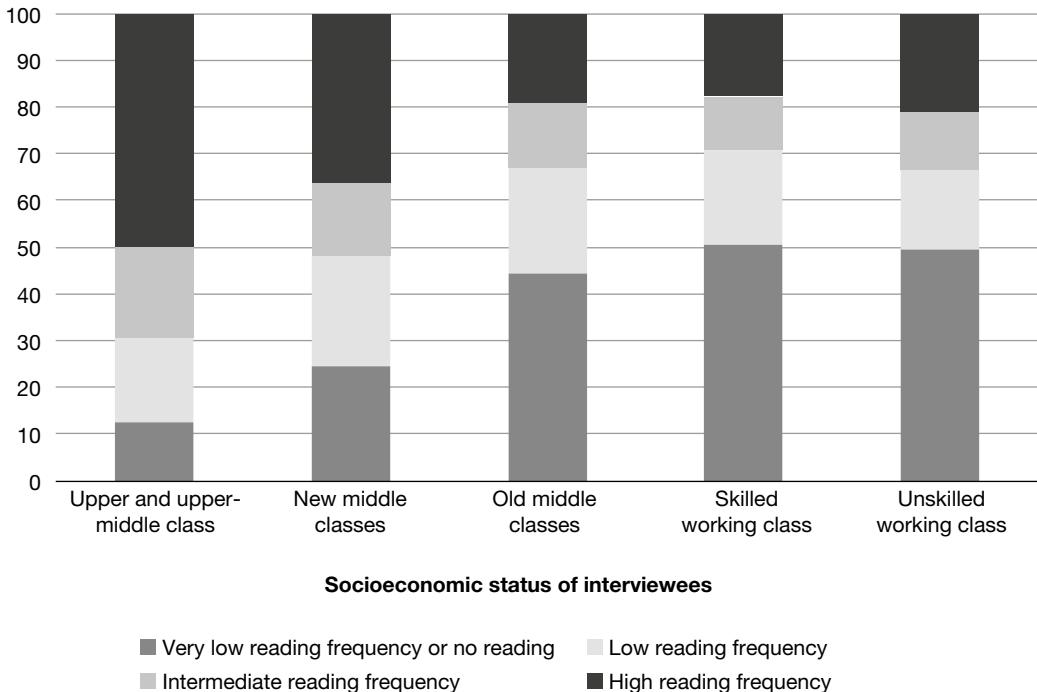
Source: By authors (CIS Barometer, n.º 3149).

Thirdly, the relationship between age and the frequency of reading books does not follow a linear trend. We find that the average age for those who do not read books is higher (54.3 years of age) than for those who regularly read books (49.3 years of age). Regarding the overall average (50 years of age), the only group with a higher average age are, specifically, those who do not read. The differences by age are small but statistically significant and this variable is included in our multivariate model (see Table 4 in the statistical appendix).

Fourth, socioeconomic status also has a significant relationship to reading frequency. We find a distribution similar to that found for education level. Approximately

half (49.8 %) of upper class and upper-middle class individuals read very frequently, while only between 18 and 21 % of the old middle classes and working classes (both skilled and unskilled) do so. In other words, individuals that belong to the former group read more than twice as frequently as the other groups. At the other extreme, 45 % of individuals in the old middle classes and 51 % of those in the working classes never or almost never read, while only 12.7 % of those in the upper-classes and upper-middle classes read very little or never. The results regarding low levels and intermediate levels of reading are more balance among the different socioeconomic levels (see Table 5 in the statistical appendix).

GRAPH 5. Reading frequency, by socioeconomic status



Source: By authors (CIS Barometer, n.º 3149).

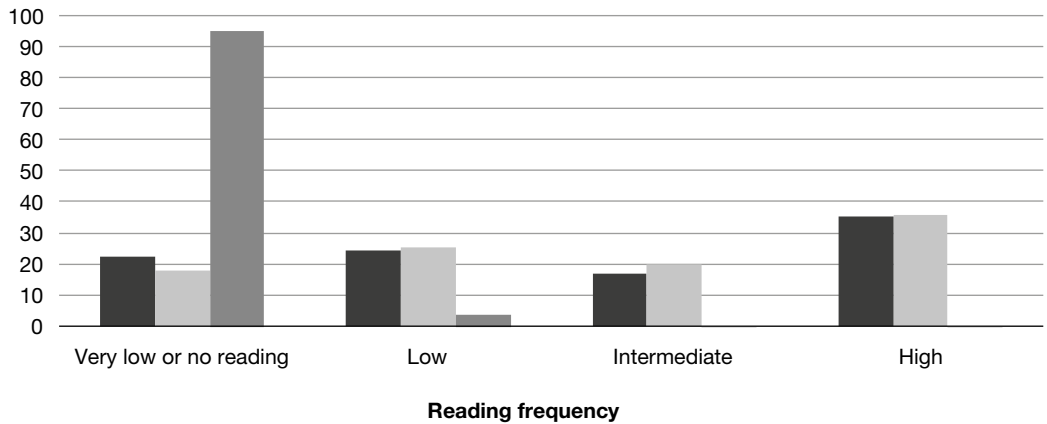
If we consider the relationship between reading frequency and time available for reading, we only find notable differences between those who are satisfied with the

time they have available to read and have a very low level of reading frequency (23 %), compared with those who do not read and do not consider the time available for read-

ing as a problem (95 %). In addition, if we consider the overall totals (100 %), we find that approximately 31 % want to have more time available to read. Therefore, we assume that differentiating the population by

categories of available time constitutes, a priori, a suitable criterion for explaining a part of the variation that exists in Spain in reading frequency (see Table 6 in the statistical appendix).

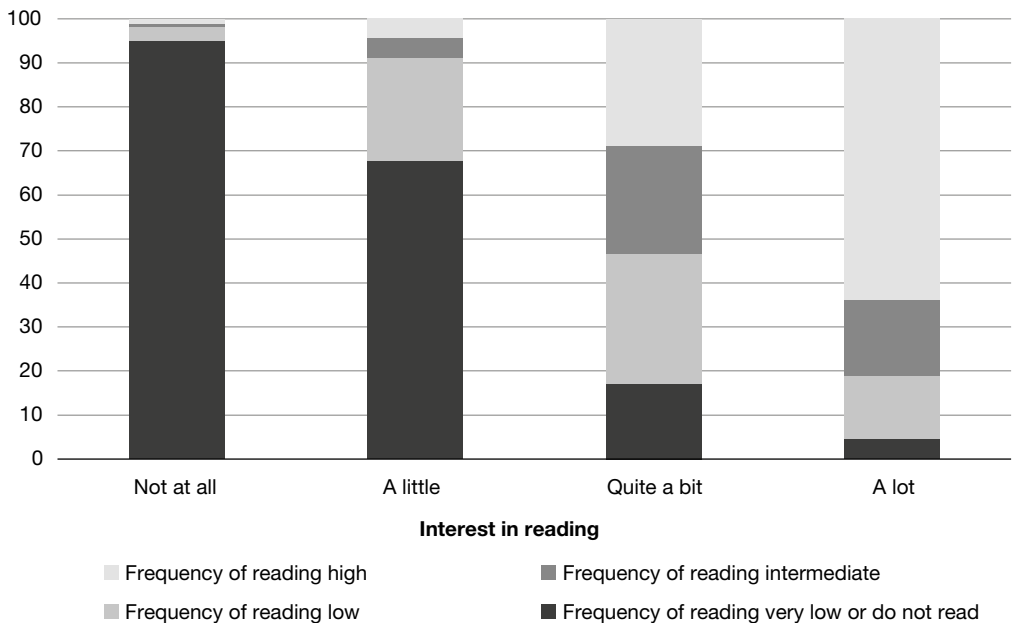
GRAPH 6. Reading frequency, by satisfaction with time available for reading



- Satisfaction with the time available to read books, magazines, etc. Is satisfied.
- Satisfaction with the time available to read books, magazines, etc. Would like to have more time.
- Satisfaction with the time available to read books, magazines, etc. Does not do this activity.

Source: By authors (CIS Barometer, n.º 3149).

GRAPH 7. Reading frequency, by interest in reading



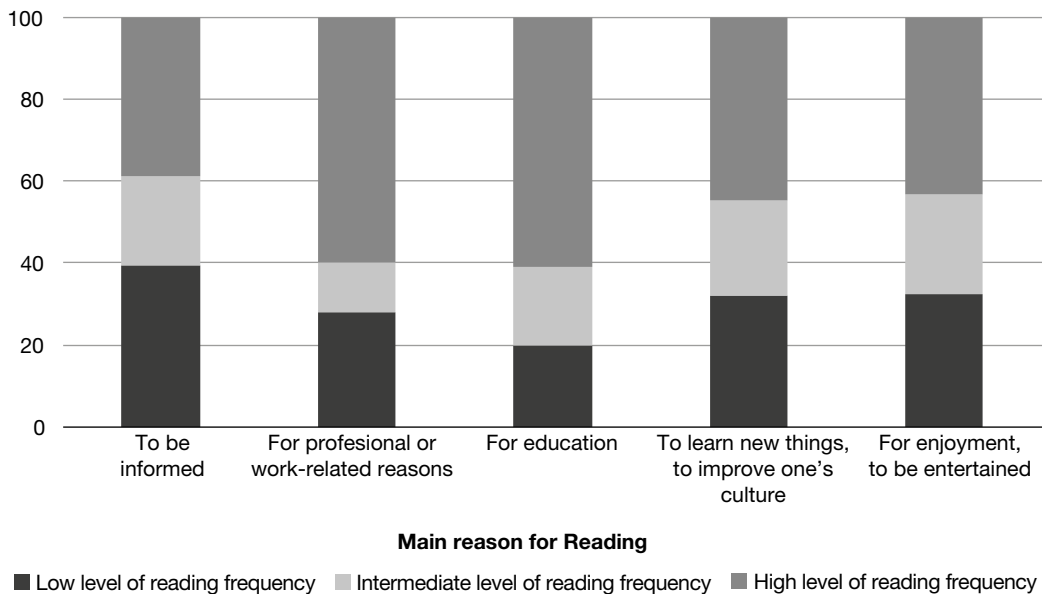
Source: By authors (CIS Barometer, n.º 3149).

In what follows, we use a series of socio-cultural and attitudinal variables that have an explanatory impact on reading habits. The first variable is interest in reading (the categories are “not at all”, “a little”, “high” and “very high” – see Table 7 in the statistical appendix).

If we consider what motivates people to read, we find that sixty percent of those motivated by study or profession/work read very frequently. This is a higher percent-

age than we find among those that read primarily for pleasure (43 %), those that want to improve their cultural level (44.6 %) and those that want to be informed (38.6 %). We could say that among those that read regularly, “instrumental” incentives seem to be stronger than “recreational” incentives. We also find inversely proportional differences for those who read at low and intermediate frequencies (see table 8 in the statistical appendix).

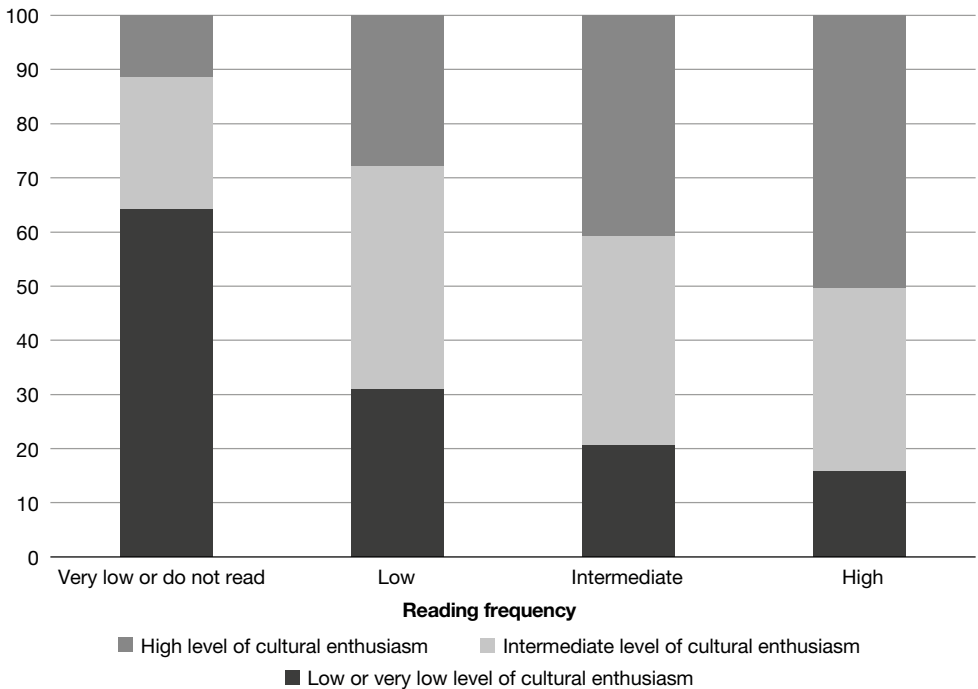
GRAPH 8. *Reading frequency, by motives*



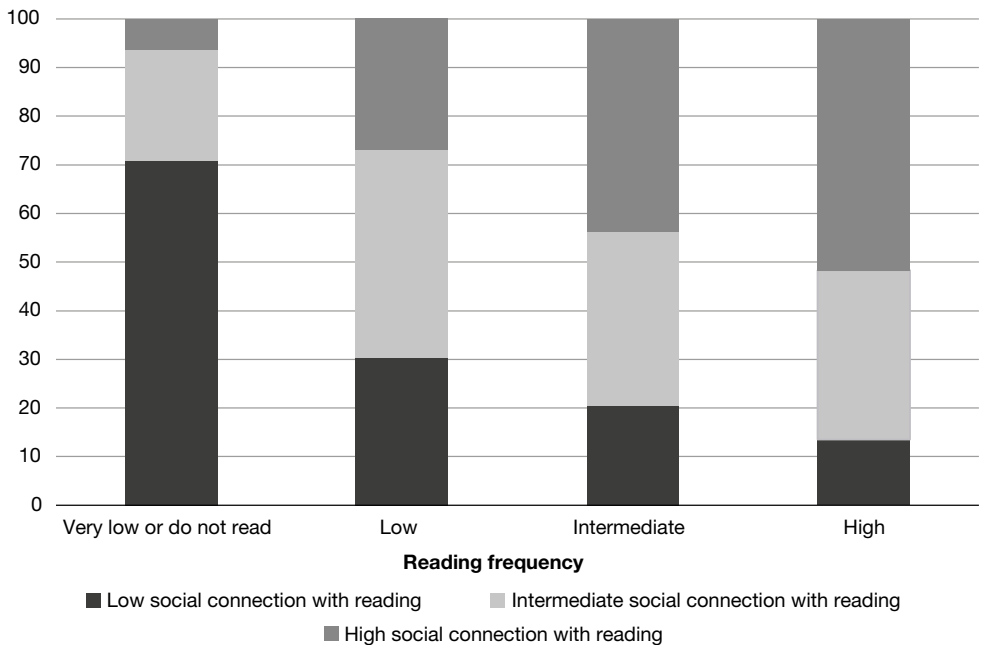
Source: By authors (CIS Barometer, n.º 3149).

If we consider “cultural enthusiasm”, we see that 54 % of those with a high level of cultural enthusiasm read very often, while only 36 % with an intermediate level of enthusiasm do so, and 17 % with a low level. In other words, the percentage of people that read very often increases as cultural enthusiasm increases (see Table 9 in the statistical appendix). The situation is reversed when we consider those with very low reading frequency or that do not read.

Lastly, we consider if reading habits may be conditioned by a social connection to reading. We find that among those that have a strong social connection to reading almost 57 % read very often. The percentage of persons that read regularly is lower among those that have an average (38 %) or low (15 %) social connection to reading. In addition, we see that the proportion of individuals that do not read or almost never read increases as their social connection to reading decreases (see Table 10 in the statistical appendix).

GRAPH 9. *Reading frequency and cultural enthusiasm*

Source: By authors (CIS Barometer, n.º 3149).

GRAPH 10. *Reading frequency, by social connection*

Source: By authors (CIS Barometer, n.º 3149).

MULTIVARIATE ANALYSIS: READING AS A CULTURAL PRACTICE ROOTED IN STRUCTURE AND INDIVIDUAL AGENCY

The bivariate analysis reveals a panorama consistent with the theoretical developments discussed in this article. However, in integrating the independent variables from the bivariate analysis into a multivariate analysis we can observe both the relative influence of each one and discard those that may appear to be connected to reading habits in the bivariate analysis but lose their explanatory weight and are not as important or involve spurious relationships when we look at the results of the multivariate analysis.

To carry out the multivariate analysis we use ordinal regression, which estimates the relationship between the independent variable and the (ordinal) dependent variable. Specifically, it provides adjusted coefficients that indicate the direction and magnitude of the effect of the independent variables on the probability of the dependent variable (reading frequencies) falling into a higher category relative to all lower categories combined, while cancelling out the influence of other confounding variables on the relationships of each independent variable on reading frequencies. Thus, it reveals the real effect of each factor on reading habits, without mixing or confusing its impact with other factors.

The regression model includes all the factors previously considered individually. It allows us to estimate the specific effect of each factor considered on reading habits, controlling for the rest of the variables (maintaining their values constant)⁵. In addition,

the thresholds are the points of reference that separate the different reading frequencies; that is, they are the points of equilibrium among the probabilities of belonging to one category or the other. It is interesting to note the characteristics of the individuals that read often (high frequency), that is, those that are located above the threshold for intermediate level reading frequency.

The model estimates the following results. Regarding age, with *log odds*⁶ of 0.65 (*odds ratio* of 0.52), young people are 1.9 times less likely of reading very often than older persons (seniors). The same occurs with working age adults, with *log odds* of 0.38 (*odds ratio* of 0.68), they are 1.5 times less likely to read very often than seniors. In other words, older adults are more likely to read very frequently. In contrast to the bivariate analyses, we see how, controlling for the effect of other variables, the net influence of age indicates that the higher the age, the greater the probability of reading frequently. Sex is not significant in explaining the different reading frequencies in Spain. Nor are education level and socioeconomic status. Here we also find, in contrast to the bivariate analyses, that reading does not seem to constitute a distinctive practice on the part of individuals with higher education levels or that belong to upper or upper-middle classes when compared with individuals of lower socioeconomic status. Thus, among the socio-demographic factors, the only one that is significant in explaining differences in reading habits is age. This is connected to the life cycle. As a hypothesis, older persons may have more free time. This factor, controlling for the total effects of the rest of the variables, leads us to infer that seniors are able to dedicate more time to reading.

⁵ The model is significant (Chi-squared value of 429.36; sig: 0.001). Regarding the goodness of fit, the P-value of Pearson's R (0.197) and the P-value of the Deviation (0.88) indicate that the model adequately captures the relationships of the independent variables with reading frequency (dependent variable). The results of Nagelkerke's pseudo R-squared (0.29) and of Cox and Snell's (0.25) suggest an intermediate force for the model (see tables 11-12-13 in the statistical appendix).

⁶ *Log odds* are coefficients the ordinal regression model predicts. They represent the logarithm of the odds that the dependent variable falls in or above a given category, in comparison with all the inferior categories combined.

TABLE 1. Ordinal regression: Reading frequency by social and cultural factors

		Log odds	Sig.	Odds	95 % Confidence interval	
					Lower limit	Upper limit
Threshold	Reading frequency: low	-1.52	**		-2.75	-0.28
	Reading frequency: intermediate	-0.33			-1.56	0.90
Sex	Men	0.08		1.09	-0.14	0.30
	Women	0 ^a				
Age	Youth	-0.65	**	0.52	-1.06	-0.25
	Adults	-0.39	*	0.68	-0.69	-0.08
	Seniors	0 ^a				
Social connection to reading	Low	-0.77	***	0.46	-1.11	-0.43
	Intermediate	-0.51	***	0.60	-0.82	-0.20
	High	0 ^a				
Education level	Low	-0.20		0.82	-0.53	0.14
	Intermediate	-0.29	*	0.75	-0.58	0.00
	High	0 ^a				
Interest in reading	Very low	-2.80	***	0.06	-4.36	-1.24
	Low	-2.82	***	0.06	-3.22	-2.42
	Moderate	-1.33	***	0.26	-1.58	-1.09
	High	0 ^a				
Reasons for reading	To be informed	-0.19		0.83	-0.49	0.11
	For professional and/or work reasons	0.50	*	1.66	-0.03	1.04
	Study	1.39	***	4.01	0.93	1.85
	To learn new things/improve cultural level	-0.02		0.98	-0.34	0.30
	Enjoy, distract	0 ^a				
Socioeconomic status	Upper and upper-middle classes	0.14		1.16	-0.29	0.58
	New middle classes	0.04		1.04	-0.35	0.42
	Old middle classes	-0.30		0.74	-0.74	0.13
	Skilled workers	-0.18		0.84	-0.56	0.21
	Unskilled workers	0 ^a				
Cultural enthusiasm	Low	0.22		1.25	-0.13	0.58
	Intermediate	0.02		1.02	-0.30	0.34
	High	0 ^a				
Satisfaction with free time for reading	Satisfied	1.36	**	3.91	0.28	2.45
	Would like to have more time	1.11	*	3.03	0.01	2.20
	Does not read	0 ^a				

Link function: Logit.

^a. This parameter is established as zero because it is redundant.

*** Significance level < 0.001; ** Significance level < 0.01; * Significance level < 0.05.

Source: By authors (CIS Barometer, n.º 3149).

When we look at the factors connected to attitudes and personal dispositions, we find they have a greater influence on reading practices. Personal interest in reading is, as would be expected, a very significant predictor. Those with a low or very low interest in reading have *log odds* of -2.8 in both cases. If we interpret the *odds ratio*, they are 16.4 times less likely to read at a high level of frequency. For their part, those with a moderate interest in reading are almost 4 times less likely to have a high reading frequency. Thus, as interest in reading increases, the likelihood of having a habit of reading very often increases. This finding is consistent with the fact that cultural practices are rooted in individual attitudes and values.

Regarding reasons for reading, in the case of those who read to be informed, they are not more likely to read very frequently than those who read for other reasons. The same occurs with those who read to learn new things or to distract themselves. But those who read for professional or work-related reasons are more likely to read often, given that in that case the *odds ratio* is 1.6; in other words, they are 66 % (1.6 times) more likely to read at a higher level of frequency than those who read primarily for enjoyment or distraction. However, those with the greatest likelihood of reading frequently are individuals who do so for education-related reasons. They have *log odds* of 0.5, which corresponds to an *odds ratio* of 4, which means they are 4 times more likely to read very frequently than those who read for pleasure. In short, the results regarding reasons for reading reinforce the idea that reading is not simply a passive activity, but an active practice that reflects personal preferences, as well as the demands and rewards of social, educational and professional environments. Thus, in contrast to the bivariate analyses, the relationship between reading habits and “cultural enthusiasm” is not significant once the

effects of the other variables are considered. In other words, the aggregate interest in film, music, visual arts, dance and theatre does not predict how often a person reads.

Regarding free time available for reading, we find, first, that individuals that are satisfied with the time they have available for reading are almost four times more likely to read very often (in comparison to those who read with the lowest frequency or not at all). In other words, having enough time to read is a strong predictor of reading very often. Secondly, individuals that want to have more time to read (which implies a desire to read that is limited by external factors) are three times more likely to read frequently in comparison to those who do not read. The perception of having free time to read constitutes an indicator of the personal time available that is dedicated to reading (or that individuals want to dedicate to reading). It is a measure of the preference of this activity over others. Thus, it is important to not only consider the objective time available, but specifically, the way in which time use is influenced by personal habits and preferences, linked to a positive value given to reading.

Lastly, those who have a low social connection to reading have *log odds* of 0.77, which translates to an *odds ratio* of 2.16 times less likelihood of reading at a high frequency (in comparison to those with a high social connection to reading). The same logic, but less strong, is found among those who have an intermediate social connection to reading. The latter have *log odds* of -0.5 , which results in an *odds ratio* of 1.6 times less likelihood of reading regularly (in comparison to those with a high social connection to reading). Thus, if we control for the effects of the rest of the variables, we find that (as with the bivariate relationship) the influence of the social connection to reading is strongly predictive of reading habits. In this sense, a strong social link to reading seems to foster and normalize read-

ing as a regular activity. The significance of this factor reveals the importance of networks and social connections in the formation of cultural practices.

Overall, we find that sex, education level and socioeconomic status do not seem relevant to the reading habits of the Spanish population. This may be because reading, understood as an individual and active practice of individuals (but with social roots), transcends these categories. Thus, the factors that most influence reading with a high frequency are interest in reading, social connection to reading and reasons for reading, particularly in the latter case when reading is linked to education and professional/work-related reasons. Secondly, satisfaction with free time available for reading is also an important explanatory factor. Lastly, and to a lesser degree, when we look at age, and when controlling for other factors, we find that older persons are more likely to read frequently than young persons and other adults. In this sense, factors linked to socialisation, social and affective connections and, to a lesser extent, life stage, seem to be the most important for understanding why one part of the population reads very infrequently (or not at all), while another part reads very often.

These results suggest that reading is not only an individual pastime but is rooted in the intersection between social structures (symbolic rewards, social pressure, etc.) and individual agency (personal preferences). We can appreciate the importance of intrinsic and extrinsic motivations in forming cultural habits given that, in addition to being entertainment, they contain cultural and social meanings for those who practice them. Thus, reading habits are not only formed by personal interests, but also by the value the social environment gives to them. In this way, social connections act as extrinsic motives for reading, as they are related to factors that are external to the individual, such as social interactions and cultural stimuli.

DISCUSSION AND CONCLUSIONS

The study of reading has in great part focused on cultural consumption and cultural practices for their importance in transmitting cultural forms and for reading's role as a central instrument in education. Initially, in the 19th century and up until the mid-20th century, the focus was on literacy levels (Vincent, 2000). Since that time and until now, the interest in reading from an academic perspective has been on the intensity of consumption and its relationship to sociodemographic factors. Among these, social status has been particularly studied, under the paradigm of distinction and the relationship between status and cultural consumption as a classifying factor (Bennett *et al.*, 2010; Chan and Goldthorpe, 2007). However, since the end of the 20th century a new current of studies has emerged that looks at the importance of cultural and institutional factors, such as the emergence of a more relativist conception of culture (DiMaggio and Mukhtar, 2004), the promotion of reading and other cultural practices among the lower classes by the state, and the increased inclusivity of education (Alvermann, 2002; Verboord, 2005).

In these studies, the focus has been on macro-social factors, along with the social experiences and social logics that are associated with the practice of reading. In this sense, this article follows a path initiated in some of the more recent studies of cultural consumption, aimed at analyzing the influence of institutional factors and interpersonal networks on reading practices (Fishman and Lizardo, 2013). In other countries, particularly France and the United States, a line of research has emerged that understands reading to be a form of cultural consumption that is individual —acts such as public readings are exceptional rituals that are influenced by the social environment and generate social relations (Lizardo, 2006; Mauger, Poliak and Pudal, 2010). In

contrast, in the case of Spain, studies on reading as a cultural practice have been very limited and have examined reading jointly with other forms of cultural consumption (Ariño-Villarroya, 2010). Therefore, this study on reading emphasises the relevance of factors linked to active cultural practices that are rooted in social and affective relations and it relativizes the direct effect of economic and educational positions. Thus, one of the significant results that we find is the absence of a statistical relationship between cultural enthusiasm and reading frequency, suggesting that individual interest in other cultural practices does not necessarily translate into a greater reading habit. This indicates that reading, as a cultural practice, occupies a sort of differentiated “niche” that does not seem to be directly affected by interest in other forms of cultural expression. As a result, this reinforces the conceptualization of reading as a form of cultural consumption with its own dynamic; this tendency is also found in other countries, particularly with the proliferation of audiovisual consumption tied to digital technologies (Falk and Katz-Gerro, 2016).

In addition, along with an interest in reading, there is a link between reading habits and what is a more hidden aspect, what we have referred to here as the “social connection to reading”. As we have seen, this connection is concretely formed by incentives to read within the family, by such incentives within the educational system, by talking about reading with friends, by social relationships mediated by reading (the exchange, sharing and giving of books, participating in activities about books, book clubs, etc.). In aggregate, these factors play a role in the formation of reading habits. This suggests that, to increase the reading frequency of the population, cultural and educational policies should strengthen those social environments that value and foster reading. In addition, this study highlights the importance of considering cultural

and collective factors, in place of focusing principally on socioeconomic factors, which suggests new directions for research on understanding cultural inequalities.

Our findings in this study are based on data from 2016. This implies some limitations regarding the reach of our results, especially when we consider the expansion since then of the use of digital formats for reading books. However, we assume that this study has captured certain population trends (the influence of social connections on reading habits) that continue to be relevant, although in new formats.

In conclusion, we suggest the results presented here open a path for future studies on cultural consumption. Specifically, researchers could analyse the way in which the factors we have examined here continue to have an impact, or not, in a context marked by the increasing presence of digital activities, with their effect on social connections and associated reading practices and among different sectors of the population.

BIBLIOGRAPHY

- Alvermann, Donna E. (2002). “Effective Literacy Instruction for Adolescents”. *Journal of Literacy Research*, 34(2): 189-208.
- Ariño-Villarroya, Antonio (2010). *Prácticas culturales en España: desde los años sesenta hasta la actualidad*. Barcelona: Ariel.
- Ariño-Villarroya, Antonio and Llopis, Ramón (2016). *La participació cultural de la joventut catalana: 2001-2015*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Bennett, Tony; Savage, Mike; Silva, Elizabeth; Warde, Alan; Gayo-Cal, Modesto and Wright, David (2010). *Culture, class, distinction*. London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1998). *La distinción. criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Chan, Tak W. and Goldthorpe, John H. (2007). “Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England”. *European Sociological Review*, 23(1): 1-19.

- CIS (1998). *Tiempo libre y hábitos de lectura*. Estudio n.º 2280. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- CIS (2003). *Tiempo libre y hábitos de cultura, II*. Estudio n.º 2478. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- CIS (2016). *Barómetro de septiembre*. Estudio n.º 3149. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- DiMaggio, Paul (1987). "Classification in Art". *American Sociological Review*, 52(4): 440-455.
- DiMaggio, Paul and Mukhtar, Toqir (2004). "Arts Participation as Cultural Capital in the United States, 1982-2002: Signs of Decline?". *Poetics*, 32(2): 169-194. doi: 10.1016/j.poetic.2004.02.005
- Donnat, Olivier (2004). "Les univers culturels des français". *Sociologie et Sociétés*, 36(1): 87-103.
- Fabiani, Jean-Louis (2007). *Après la culture légitime. Objets, publics, autorités*. Paris: L'Harmattan.
- Falk, Martin and Katz-Gerro, Tally (2016). "Cultural Participation in Europe: Can We Identify Common Determinants?". *Journal of Cultural Economics*, 40(2): 127-162.
- Fishman, Robert M. and Lizardo, Omar (2013). "How Macro-historical Change Shapes Cultural Taste: Legacies of Democratization in Spain and Portugal". *American Sociological Review*, 78(2): 213-239.
- Knulst, Wim and Broek, Andries van den (2003). "The Readership of Books in Times of De-reading". *Poetics*, 31(3): 213-233.
- Labari, Brahim (2014). *Ce que la sociologie fait de la littérature et vice-versa*. Paris: Publibook.
- Lahire, Bernard (2004). *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris: La Découverte.
- Lahire, Bertrand (2008). "The Individual and the Mixing of Genres: Cultural Dissonance and Self-distinction". *Poetics*, 36(2-3): 166-188. doi: 10.1016/j.poetic.2008.02.001
- Levmore, Saul and Nussbaum, Martha (2011). *The Offensive Internet*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Lizardo, Omar (2006). "How Cultural Tastes Shape Personal Networks". *American sociological Review*, 71(5): 778-807.
- Lizardo, Omar (2017). "Improving Cultural Analysis: Considering Personal Culture in Its Declarative and Nondeclarative Modes". *American sociological Review*, 82(1): 88-115.
- Mauger, Gérard and Poliak, Claude F. (2000). "Lectures: Masculin/feminin". *Regards Sociologiques*, 19: 115-140.
- Mauger, Gérard; Poliak, Claude and Pudal, Bernard (2010). *Histoires de lecteurs*. Vulaines-sur-Seine: Editions du Croquant.
- Miller, Donalyn (2009). *The Book Whisperer: Awakening the Inner Reader in Every Child*. New York: John Wiley & Sons.
- Noya, Javier (2010). Sociología de la creatividad. In: J. Noya; F. del Val and C. M. Pérez-Colman (eds.). *Musyca. Música, sociedad y creatividad artística* (pp. 19-40). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Ollivier, Michèle (2008). "Modes of Openness to Cultural Diversity: Humanist, Populist, Practical, and Indifferent". *Poetics*, 36(2):120-147. doi: 10.1016/j.poetic.2008.02.005
- Patricio-Mulero, Maria (2019). "The Literary City: Identities, Urban Spaces, and Literary Fields in the 20th and 21st Centuries". *Debats. Revista de Cultura, Poder i Societat*, 3(0): 129-133.
- Peterson, Richard A. and Kern, Roger M. (1996). "Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore". *American Sociological Review*, 61(5): 900-907.
- Pizzi, Alejandro; Pecourt, Juan and Rius-Ulldemolins, Joaquim (2023). "De la «brecha digital» al control de internet. Usos, actitudes y participación digital en España". *Revista Española de Sociología*, 32(3): a178.
- Radway, Janine (1984). *Reading the Romance. Women, Patriarchy, and Popular Literature*. London: Verso.
- Rius-Ulldemolins, Joaquim; Pizzi, Alejandro and Rubio-Arostegui, Juan A. (2019). "European Models of Cultural Policy: Towards European Convergence in Public Spending and Cultural Participation?". *Journal of European Integration*, 41(8): 1045-1067.
- Rius-Ulldemolins, Joaquim and Pizzi, Alejandro (2022). "Cultural Policy Regimes and Arts Councils. The longue durée perspective, birth of the State, religious trajectories and national cultural policies". *International Journal of Cultural Policy*, 28(1): 17-33. doi:10.1080/10286632.2021.1883597
- Rius-Ulldemolins, Joaquim; Pizzi, Alejandro and Paya, Raul (2022). "Religion as a Factor in Cultural Consumption: Religious Denomination and Its Impact on Reading Practices and Ballet-opera Attendance in Europe". *International Journal of Comparative Sociology*, 64(3): 00207152221118627.

- Toivonen, Timo (2013). "Cohorts and Reading Time on the Basis of the Finnish Time Use Data 1979-2009". *Finnish Journal of Social Research*, 6: 15-23.
- Verboord, Marc (2005). "Long-term Effects of Literary Education on Book-reading Frequency: An Analysis of Dutch Student Cohorts 1975-1998". *Poetics*, 33(5): 320-342.
- Vincent, David (2000). *The Rise of Mass Literacy: Reading and Writing in Modern Europe*. Cambridge: Polity.
- Weingartner, Sebastian (2020). "Digital Omnivores? How Digital Media Reinforce Social Inequalities in Cultural Consumption". *New Media & Society*, 23(11): 3370-3390. doi: 10.1177/1461444820957635

RECEPTION: December 30, 2023

REVIEW: February 28, 2024

ACCEPTANCE: March 26, 2024

STATISTICAL APPENDIX

TABLE A2. *Reading frequency, by sex*

			Sex of the person interviewed		Total
			Men	Women	
Reading frequency	High reading frequency	N	308.0	403.0	711.0
		%	25.7	31.3	28.6
	Intermediate reading frequency	N	156.0	206.0	362.0
		%	13.0	16.0	14.6
	Low reading frequency	N	254.0	259.0	513.0
		%	21.2	20.1	20.7
Very low reading frequency or do not read	N	479.0	418.0	897.0	
	%	40.0	32.5	36.1	
Total	N	1,197.0	1,286.0	2,483.0	
	%	100.0	100.0	100.0	

Source: By authors (Barometer CIS, n.º 3149).

TABLE A3. *Reading frequency, by education level*

			Education level			Total
			High	Intermediate	Low	
Reading frequency	High	N	301.0	215.0	193.0	709.0
		%	53.8	28.0	16.8	28.6
	Intermediate	N	108.0	133.0	121.0	362.0
		%	19.3	17.3	10.5	14.6
	Low	N	116.0	204.0	193.0	513.0
		%	20.7	26.5	16.8	20.7
Low or do not read	N	35.0	217.0	645.0	897.0	
	%	6.3	28.2	56.0	36.2	
Total	N	560.0	769.0	1,152.0	2,481.0	
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	

Source: By authors (Barometer CIS, n.º 3149).

TABLE A4. *Average age, by reading frequency*

Reading frequency	Avg. age	N	SD
High	49.27	711	17.390
Intermediate	46.23	362	16.534
Low	46.35	513	16.986
Very low or do not read	54.27	897	18.852
Total	50.03	2,483	18.046

Source: By authors (Barometer CIS, n.º 3149).

ANOVA. Age and reading frequency

			Sum of squares	gl	Root mean square	F	Sig.
Age * Reading frequency	Between groups	(Combined)	28,680.77	3	9,560.25	30.4	<0.001
		Linearity	10,329.76	1	10,329.76	32.8	<0.001
		Deviation from linearity	18,351.00	2	9,175.50	29.2	<0.001
	Within groups	779,581.90	2,479	314.47			
	Total	808,262.70	2,482				

Source: By authors (Barometer CIS, n.º 3149).

TABLE A5. Reading frequency, by socioeconomic status

			Upper/ upper-middle classes	New middle classes	Old middle classes	Skilled workers	Unskilled workers	Total
Reading frequency	High	N	228.0	203.0	68.0	125.0	66.0	690.0
		%	49.8	35.8	18.9	17.7	21.0	28.7
	Intermediate	N	88.0	90.0	50.0	81.0	38.0	347.0
		%	19.2	15.9	13.9	11.5	12.1	14.4
	Low	N	84.0	134.0	81.0	142.0	54.0	495.0
		%	18.3	23.6	22.6	20.1	17.2	20.6
	Very low or do not read	N	58.0	140.0	160.0	359.0	156.0	873.0
		%	12.7	24.7	44.6	50.8	49.7	36.3
Total	N	458.0	567.0	359.0	707.0	314.0	2,405.0	
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

Source: By authors (Barometer CIS, n.º 3149).

TABLE A6. Reading frequency, by satisfaction with time available for reading books

			Satisfaction with time available for reading books, magazines, etc.			Total
			Satisfied	Would like to have more time	Do not do this activity	
Reading frequency	Very low level or does not read	N	272.0	142.0	476.0	890.0
		%	22.7	18.4	95.2	36.1
	Low level of reading	N	293.0	198.0	18.0	509.0
		%	24.5	25.7	3.6	20.6
	Intermediate level of reading	N	205.0	154.0	1.0	360.0
		%	17.1	20.0	0.2	14.6
	High level of reading	N	427.0	277.0	5.0	709.0
		%	35.7	35.9	1.0	28.7
Total	N	1,197.0	771.0	500.0	2,468.0	
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	

Source: By authors (Barometer CIS, n.º 3149).

CHI-SQUARED TESTS

	Value	gl	Asymptotic significance (bilateral)
Pearson's Chi-square	958.367	6	<0.001
Likelihood ratio test	1,035.746	6	<0.001
Linear by linear association	437.674	1	<0.001
N of valid cases	2,468.000		

Source: By authors (Barometer CIS, n.º 3149).

TABLE A7. *Reading frequency, by interest in reading*

			Interest in reading				Total
			Very high	High	Little	None	
Reading frequency	High	N	436.0	243.0	29.0	3.0	711.0
		%	63.8	28.7	4.3	1.1	28.7
	Intermediate	N	118.0	210.0	29.0	2.0	359.0
		%	17.3	24.8	4.3	0.7	14.5
	Low	N	97.0	249.0	157.0	9.0	512.0
		%	14.2	29.4	23.5	3.2	20.7
	Very low or do not read	N	32.0	144.0	453.0	267.0	896.0
		%	4.7	17.0	67.8	95.0	36.2
Total	N	683.0	846.0	668.0	281.0	2,478.0	
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

Source: By authors (Barometer CIS, n.º 3149).

TABLE A8. *Reading frequency, by main reason for reading*

			Main reason for reading				Total	
			To be informed	For professional or work-related reasons	For educational reasons	To learn new things, improve cultural level		To enjoy and for entertainment
Reading frequency	High	N	86.0	44.0	76.0	87.0	408.0	701.0
		%	38.6	59.5	60.8	44.6	43.1	44.8
	Intermediate	N	49.0	9.0	24.0	45.0	229.0	356.0
		%	22.0	12.2	19.2	23.1	24.2	22.8
	Low	N	88.0	21.0	25.0	63.0	310.0	507.0
		%	39.5	28.4	20.0	32.0	32.7	32.4
	Total	N	223.0	74.0	125.0	195.0	947.0	1,564.0
		%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Source: By authors (Barometer CIS, n.º 3149).

TABLE A9. Reading frequency, by level of cultural enthusiasm

			Level of cultural enthusiasm			Total
			High	Intermediate	Low or very low	
Reading frequency	High	N	154.0	338.0	214.0	706.0
		%	54.2	36.1	17.3	28.7
	Intermediate	N	56.0	176.0	124.0	356.0
		%	19.7	18.8	10.0	14.5
	Low	N	47.0	229.0	230.0	506.0
		%	16.5	24.5	18.6	20.6
	Very low or do not read	N	27.0	193.0	670.0	890.0
		%	9.5	20.6	54.1	36.2
	Total	N	284.0	936.0	1,238.0	2,458.0
		%	100.0	100.0	100.0	100.0

Source: By authors (Barometer CIS, n.º 3149).

TABLE A10. Reading frequency, by social connection to reading

			Social connection to reading			Total
			High	Intermediate	Low	
Reading frequency	High	N	160.0	364.0	187.0	711.0
		%	56.9	38.3	14.9	28.6
	Intermediate	N	62.0	171.0	129.0	362.0
		%	22.1	18.0	10.3	14.6
	Low	N	45.0	242.0	226.0	513.0
		%	16.0	25.5	18.1	20.7
	Very low or do not read	N	14.0	173.0	710.0	897.0
		%	5.0	18.2	56.7	36.1
	Total	N	281.0	950.0	1,252.0	2,483.0
		%	100.0	100.0	100.0	100.0

Source: By authors (Barometer CIS, n.º 3149).

TABLE A11. Ordinal regression model fit

Model	Log-likelihood -2	Chi-squared	gl	Sig.
Intersection only	2,824.082			
Final	2,394.759	429.322	22	0.000

Linking function: Logit.

Source: By authors (Barometer CIS, n.º 3149).

TABLE A12. Pseudo R squared for the ordinal regression model

Cox and Snell	0.251
Nagelkerke	0.286
McFadden	0.137

Linking function: Logit.

Source: By authors (Barometer CIS, n.º 3149).

TABLE A13. Goodness of fit of ordinal regression model

	Chi-squared	gl	Sig.
Pearson	2,288.780	2,232	0.197
Devianza	2,153.506	2,232	0.881

Linking function: Logit.

Source: By authors (Barometer CIS, n.º 3149).

La influencia de los vínculos sociales sobre hábitos lectores. Un análisis sociológico de la lectura en España

*The Influence of Social Connections on Reading Habits:
A Sociological Analysis of Reading in Spain*

Alejandro Pizzi y Joaquim Rius-Ulldemolins

Palabras clave

- Compra de libros
- Desigualdad social
- Factores sociales
- Lectura
- Prácticas culturales
- Vínculos sociales

Key words

- Books Consumption
- Social Inequality
- Social Factors
- Reading
- Cultural Practices
- Social Bonds

Resumen

Este artículo aborda el estudio de los hábitos de lectura en España, un aspecto central del consumo cultural que ha recibido poca atención académica. Mediante un análisis multivariante y de regresión ordinal, investigamos cómo distintos factores estructurales, culturales y actitudinales inciden en estos hábitos. Especialmente, resaltamos la significativa influencia de los vínculos sociales (como la familia, el entorno educativo y las amistades) en la formación del hábito lector. Esto ofrece una visión que supera la simplificada división entre lector/no lector y el análisis previo centrado en distinciones elitistas. Los hallazgos apuntan a que las variaciones en el consumo cultural de lectura están más vinculadas a diferencias en los entornos sociales y su relación con la cultura que a la condición socioeconómica o el nivel educativo de los individuos.

Abstract

This article addresses the study of reading habits in Spain, a central aspect of cultural consumption that has received little academic attention. Through a multivariate and ordinal regression analysis, we investigate how various structural, cultural, and attitudinal factors influence these habits. We particularly highlight the significant influence of social connections (such as family, the educational environment, and friendships) in the formation of reading habits. This provides a perspective that goes beyond the simplified division between reader/non-reader and previous analysis focused on elitist distinctions. The findings suggest that variations in cultural reading consumption are more closely linked to differences in social environments and their relationship with culture than to socioeconomic condition or individuals' educational level.

Cómo citar

Pizzi, Alejandro; Rius-Ulldemolins, Joaquim (2024). «La influencia de los vínculos sociales sobre hábitos lectores. Un análisis sociológico de la lectura en España». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 188: 121-144. (doi: 10.5477/cis/reis.188.121-144)

La versión en inglés de este artículo puede consultarse en <http://reis.cis.es>

Alejandro Pizzi: Universitat de València | alejandro.pizzi@uv.es

Joaquim Rius-Ulldemolins: Universitat de València | joaquim.rius@uv.es



INTRODUCCIÓN

Los análisis sobre el consumo cultural en España se han desarrollado en los últimos treinta años como una forma de comprender mejor su realidad. El rápido proceso de cambio social que experimentó este país desde la recuperación de la democracia y la entrada en la modernidad avanzada también tuvo efectos sobre las prácticas culturales (Ariño-Villarroya, 2010). En este sentido el desarrollo de encuestas cuantitativas, a nivel estatal o autonómico, ha servido para comprender el rápido cambio de estos consumos. Se observa un pasaje desde una sociedad relativamente atrasada hacia una lógica posmoderna de fragmentación y especialización en consumos culturales, distintos según cohortes de edad, grupos sociales e identidades globales y locales (Ariño-Villarroya y Llopis, 2016). En este sentido, la comparación con otros países europeos ha revelado la existencia de un proceso de convergencia con el resto de países del sudoeste de Europa, así como el mantenimiento de algunas diferencias significativas con el norte y el centro del continente (Rius-Ulldemolins, Pizzi y Paya, 2022).

En algunos sectores de la cultura, como en la música, las artes escénicas o el cine, la sociología del consumo cultural ha experimentado un cierto desarrollo en España (Noya, 2010), pero no tanto así en el estudio de la lectura o de la literatura, a pesar de que, en países como Francia, ha sido uno de los vectores de su desarrollo (Labari, 2014; Mauger, Poliak y Pudal, 2010). Así, el estudio de los consumos de lecturas ha sido un ámbito poco explorado en España, a pesar de su importante industria editorial y de la proyección de sus creadores. De esta manera, el presente artículo pretende avanzar en el conocimiento de las prácticas lectoras.

No obstante, nos proponemos ir más allá de la mera descripción o tipologización de públicos lectores, así como del debate del consumo cultural como factor de diferencia-

ción social que ha dominado la sociología los últimos treinta años (Chan y Goldthorpe, 2007). En este sentido, se pretende examinar los factores macrosociales junto con la existencia de experiencias y lógicas sociales que están asociadas con la práctica de la lectura. Por ello, planteamos en este caso seguir el camino iniciado por algunos de los estudios más avanzados en consumo cultural, orientados a analizar la influencia de los factores institucionales y las redes interpersonales sobre las prácticas de lectura (Fishman y Lizardo, 2013; Lizardo, 2006). Los resultados del análisis multivariante permiten afirmar que los vínculos sociales, familiares y de amistad constituyen una parte de la explicación de los hábitos de lectura de la población.

Para el análisis nos basamos en tres barómetros del Centro de Investigaciones Sociológicas: el 2280 (CIS, 1998), el 2478 (CIS, 2003) y el 3149 (CIS, 2016). Si bien los últimos microdatos específicos del CIS disponibles sobre esta temática son de 2016, aún permiten observar tendencias poblacionales y patrones de comportamientos estructurales que continúan siendo relevantes en la sociedad española actual.

Antes, en primer lugar, desarrollamos las teorías y conceptos que orientan la interrogación de este estudio. En segundo lugar, exponemos la metodología utilizada en esta investigación. En tercer lugar, discutimos los resultados obtenidos a través del análisis multivariante. Finalmente, elaboramos unas conclusiones en las que sopesamos la influencia de los factores estructurales, culturales y actitudinales que explican las diferencias en los hábitos de lectura de la población española.

EL ESTUDIO DE LA LECTURA: DEL CONSUMO INDIVIDUAL A LA LÓGICA SOCIAL DE LA LECTURA

Desde la perspectiva de los estudios culturales y literarios, la lectura ha sido vista como una herramienta para fortalecer el

conocimiento, los valores y hábitos personales, y ha sido percibida como una práctica intrínsecamente positiva (Levmore y Nussbaum, 2011; Miller, 2009). Esta insistencia en los beneficios individuales ha sido también tomada en consideración de forma acrítica en los estudios de sociología de los consumos culturales, en los que un mayor consumo se vincula a un bien colectivo por su contribución a la cohesión social (Cf. Donnat, 2004). Por ello, la promoción de la lectura ha sido una de las prioridades —al menos a nivel discursivo— para la política cultural desde su fundación (Patricio-Mulero, 2019). A pesar de ello, los estudios comparativos en EE. UU. y en Europa muestran un declive de los tiempos dedicados a la lectura desde los años ochenta (Toivonen, 2013). Los datos reflejan una tendencia que afecta especialmente a las lecturas de ficción y románticas (Knulst y Broek, 2003). Esta tendencia al abandono de la lectura, por parte de un sector de la población, se ha visto acrecentada con la irrupción de las redes sociales y el *streaming* de contenido audiovisual (Pizzi, Pecourt y Rius-Ulldemolins, 2023).

Sin embargo, la lectura sigue siendo uno de los consumos culturales más frecuentes y transversales a gran parte de la población, al menos en Europa o EE. UU. (DiMaggio y Mukhtar, 2004; Rius-Ulldemolins, Pizzi y Rubio-Arostegui, 2019). Encontramos un consumo arraigado en amplias capas sociales, y que no se encuentra asociado a las dinámicas de exclusividad planteadas por Bourdieu en los años setenta (Bourdieu, 1998). Ciertamente, sus aportaciones han sido criticadas por su sesgo teórico o ideológico (Fabiani, 2007), o bien por no dar cuenta de la actual relativización y desclasificación de los productos culturales según niveles educativos y clases sociales (DiMaggio, 1987). En particular, la teoría de la omnivoridad cultural desarrollada por Peterson y otros autores (Peterson y Kern, 1996) plantea que los consumos culturales

han dejado de ser explicados por la dinámica de la distinción y el esnobismo social, y plantea que las elites presentan una mayor apertura de estas capas sociales hacia consumos culturales considerados como populares. Sin querer entrar en el fondo de la cuestión, solamente queremos constatar que se siguen observando las diferencias entre niveles de lectura y consumo cultural en general, aunque ciertamente mucho más mediadas por su digitalización y mayor presencia de productos globales y audiovisuales (Ollivier, 2008; Weingartner, 2020).

En todo caso, actualmente se ha evidenciado que la lectura y el consumo cultural no pueden ser explicados como un efecto directo de los factores sociodemográficos como el nivel educativo, clase social o género, entre otros (Mauger, Poliak y Pudal, 2010). Por el contrario, el consumo cultural es considerado un producto de articulaciones y trayectorias individuales (Lahire, 2008). Así, en los estudios sobre la lectura, uno de los grandes debates ha sido hasta qué punto el sistema educativo puede revertir la lógica de la socialización mayor o menor en el hábito de la lectura y fomentar el hábito lector en la edad infantil y juvenil, incluso en los hijos de familias con un menor hábito lector (Alvermann, 2002). Por ello, una de las cuestiones ha sido la manera de fomentar el hábito lector desde estilos educativos más participativos o experienciales de la lectura, especialmente en las nuevas generaciones más desconectadas de la lectura como acceso al ocio cultural (Verboord, 2005).

Por otra parte, existen algunos factores sociodemográficos que han sido destacados como relevantes para la explicación del consumo lector. Uno de ellos ha sido, desde los años ochenta, el factor del género: los resultados son convergentes en destacar el mayor porcentaje de mujeres lectoras, su mayor intensidad en cuanto a número de libros leídos y su preferencia por libros de ficción romántica (Radway, 1984).

Otro factor cultural que se asocia también a los hábitos lectores y los consumos culturales es el factor de cohorte y, por lo tanto, la influencia de los iguales en la práctica y la elección de lecturas (Knulst y Broek, 2003). Finalmente, otros autores han señalado cómo la proximidad a otros consumos culturales da cuenta de la vinculación individual a los hábitos lectores, lo que explicaría las diferencias en el hábito de lectura entre personas con niveles educativos y sociales aparentemente similares (Lahire, 2004; Lizardo, 2017).

DISEÑO METODOLÓGICO

El objetivo del artículo consiste en analizar los factores que influyen sobre los hábitos de lectura de la población española. Específicamente, estudiamos las frecuencias de lectura de libros, porque consideramos que constituye el objeto tradicional al que refiere la práctica de la lectura. Dicho fenómeno lo observamos a través de los niveles de lecturas de libros que manifiestan los individuos en España. En el Barómetro del CIS n.º 3149 (2016)¹, lo estimamos a través de la variable «frecuencia de lectura de libros»², que presenta las siguientes categorías: «todos o casi todos los días»; «una o dos veces por semana»; «alguna vez al mes»; «alguna vez al trimestre»; «casi nunca» y «nunca». Se ha recodificado en las siguientes categorías de frecuencias: «elevada»; «intermedia»; «baja» y «muy baja o nula». Además, para llevar a cabo una comparación temporal de la evolución de la lectura, también utilizamos la variable de «frecuencias de lectura» que se encuentra disponible en los Barómetros n.º 2280

Tiempo libre y hábitos de lectura (1998) y n.º 2478 *Tiempo libre y hábitos de lectura II* (2003)³.

Los aspectos de la población española que tenemos en cuenta para explicar las diferentes frecuencias de lecturas son, en primer lugar, de carácter sociodemográfico: sexo, edad, nivel de estudios, estatus socioeconómico y la satisfacción con el tiempo libre para leer libros y revistas. La variable «edad» ha sido recodificada en tres categorías de grupos etarios, con el objetivo de captar tendencias poblacionales generales: 1) Jóvenes (18 a 29 años); 2) Adultos (30 a 65 años); 3) Personas mayores (66 o más años). La variable que registra el «nivel de estudios» se ha recodificado en tres categorías: 1) Bajos (hasta secundaria 1.ª etapa); 2) Medios (desde secundaria 2.ª etapa hasta formación profesional de grado superior); 3) Elevados (licenciaturas, grados y posgrados). El objetivo de esta recodificación es captar con claridad las diferencias entre grupos poblacionales universitarios y grupos poblacionales con una formación inferior al bachiller o equivalente. Por su parte, el «estatus socioeconómico» es una variable construida por el CIS, tras una reelaboración de la variable de ocupación. Presentan las siguientes categorías de estatus: 1) Clase alta y media/alta; 2) Nuevas clases medias; 3) Viejas clases medias; 4) Obreros cualificados; 5) Obreros no-cualificados. Consideramos que constituye un *proxy* adecuado para registrar, a grandes rasgos, diferencias de estatus social y económico de la población. Por último, la satisfacción con el tiempo libre para leer tiene

¹ Es el último barómetro del CIS que permite un estudio pormenorizado de los hábitos de lectura (junto con otras prácticas culturales) de la población española.

² Incluye la lectura de tiempo libre, como de trabajo o estudio; y en cualquier soporte: impreso en papel o en formato digital.

³ De los Barómetros del CIS de 1998 y 2003 se ha utilizado la variable P.11B «frecuencia de lectura», con las siguientes categorías: 1) Todos los días, 2) Tres o cuatro veces por semana, 3) Una o dos veces por semana, 4) Varias veces al mes, 5) Una o dos veces al mes, 6) Con menor frecuencia, 7) Nunca o casi nunca, 8) NS-NC. Para este artículo, las respuestas han sido recodificadas en tres categorías: 1) Lectura usual (suma de las respuestas 1+2+3), 2) Lectura ocasional (suma de las respuestas 4+5+6 y 3) No lector (respuesta 7).

las siguientes categorías: 1) Está satisfecho; 2) Le gustaría disponer de más tiempo; 3) No realiza esa actividad.

En segundo lugar, incluimos una serie de variables que registran aspectos culturales y actitudinales de los individuos con respecto a la cultura en general, y la lectura en particular. De esta manera, tenemos en cuenta la variable que registra el «interés por la lectura» (muy bajo/nulo; bajo; intermedio; elevado) y el «motivo principal de lectura» (para disfrutar y distraerse; estar informado; por razones profesionales y/o trabajo; por estudio; para mejorar la cultura y aprender cosas nuevas). Además, han sido elaboradas dos variables propias, a partir de las variables originales del barómetro. Por un lado, creamos una variable que denominamos «nivel de entusiasmo cultural», y que registra de forma agregada el interés general por la cultura. Específicamente, a partir de una batería de preguntas sobre el interés por la música, el cine, el teatro, la lectura, las artes visuales y la danza (P9), con respuestas «sí» y «no» (donde sí: 1 y no: 0), elaboramos un índice con la sumatoria de las respuestas. A continuación, dichos resultados los recodificamos en una nueva variable, que denominamos «nivel de entusiasmo cultural» (con valores «bajo», «medio» y «elevado»)⁴. Al elaborar esta variable del «nivel entusiasmo cultural» se ha excluido el «interés por la lectura» porque lo estudiamos de manera separada en nuestro modelo de análisis. Es decir, con el «nivel de entusiasmo cultural» pretendemos observar el efecto, sobre la frecuencia de lecturas, que tiene el interés general de

las personas por el conjunto de las demás prácticas culturales. De manera separada, por tanto, analizamos el efecto específico del «interés por la lectura».

La segunda variable que se ha procedido a construir es un índice sobre la dimensión social de la lectura. Con ello entendemos el efecto que ha ejercido la influencia social (del entorno educativo, social y familiar) sobre los hábitos de lectura de los individuos. A dicho índice lo denominamos «vínculo social de la lectura», y está elaborado a partir de las siguientes variables: P2001: «sus padres le leían cuentos»; P2003 «comentaba o hablaba de libros con sus amigos»; P22 «regalo a la persona entrevistada de algún libro (12 meses)»; P23 «regalo de algún libro por la persona entrevistada (12 meses)»; P26A07 «participación en actividades culturales como talleres de lectura, de escritura, cuentacuentos, etc». Se han tratado dichas variables con los valores siguientes: 1: sí / 0: no. A continuación, se ha sumado y creado el índice (con valores de 0 a 5). Por último, ha sido simplificada en las siguientes tres categorías: 1. Vínculo bajo (0 y 1); 2. Vínculo medio (2 y 3); 3. Vínculo elevado (4 y 5).

Una vez definidas las variables que utilizamos en nuestro análisis, que consideramos teóricamente relevantes en función del marco teórico desarrollado previamente, llevamos a cabo un análisis descriptivo bivariado con el objetivo de observar la influencia y significatividad de cada variable sobre las frecuencias de lectura de la población. A continuación, integramos todos estos aspectos en un análisis multivariado, a través de una regresión ordinal, con el objetivo de analizar el efecto específico de cada uno de estos aspectos sobre los hábitos de lectura de la población española.

Para llevar a cabo el análisis multivariante aplicamos una regresión ordinal, debido a que las frecuencias de lectura (la variable dependiente) son de naturaleza ordinal («muy baja o nula»; «baja»; «intermedia»; «elevada») y no tiene una distribución

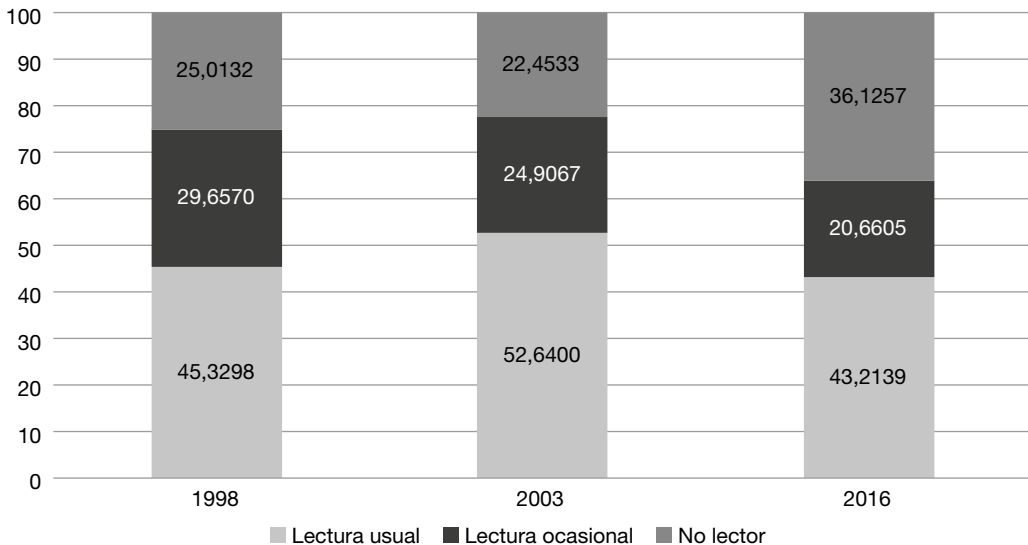
⁴ Para adicionar las respuestas se ha transformando el valor 1. «Mucho» = 3; 2. «Bastante» = 2; 3. «Poco» = 1; 4. «Nada» = 0. De esta manera, obtenemos un índice con valores de 0 a 15. A continuación se ha recodificado la variable en tres categorías, para simplificar los datos en una nueva variable «Nivel de entusiasmo cultural». De esta forma, dicha variable presenta las siguientes categorías: 1. «Entusiasmo cultural bajo» (0 a 5); 2. «Entusiasmo cultural medio» (6 a 11); 3. «Entusiasmo cultural elevado» (12 a 15).

normal. Específicamente, la regresión ordinal es adecuada cuando las categorías de la variable dependiente (ordinal) presentan un orden inherente, pero sin una distancia uniforme entre dichas categorías. De esta manera, para analizar las prácticas de lectura en la sociedad española, y específicamente sus frecuencias, la regresión ordinal respeta la naturaleza jerárquica de las frecuencias de lectura. En nuestro caso, las distintas frecuencias de lectura reflejan niveles ordenados del hábito lector, desde aquellos que nunca leen hasta aquellos que leen cotidianamente. Sin embargo, la distancia conceptual entre una frecuencia «baja» o «intermedia», por ejemplo, no es necesariamente la misma que entre una frecuencia «intermedia» y «elevada». La regresión ordinal es adecuada, entonces, para este caso porque permite modelar la probabilidad de que los individuos se clasifiquen en o por encima de una determinada frecuencia de lectura, en función de las variables independientes. Es decir, permite captar las características de las prácticas de lectura como un fenómeno escalonado (frecuencias) y multifacético.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO. LA INFLUENCIA DE LOS FACTORES SOCIODEMOGRÁFICOS Y CULTURALES SOBRE LOS HÁBITOS DE LECTURA

El análisis conjunto de las frecuencias de lectura en España, a partir de los tres barómetros del CIS (2280, año 1998; 2478, año 2003; 3149, año 2016), permite observar una evolución creciente del porcentaje de lectores habituales entre 1998 y 2003 (45 % frente a 52,6 %). Sin embargo, dicho porcentaje desciende hacia 2016 a valores similares a los de 1998 (43,2 %), junto con un incremento del porcentaje de no lectores (25 % y 36 %, respectivamente). Dado que no se puede llevar a cabo un modelo de explicación integrado que incluya los tres períodos comparados, debido a las heterogeneidades de estos tres barómetros en el resto de variables, este artículo se centra en el desarrollo de un modelo explicativo de las variaciones en las frecuencias de lectura para el último año (2016) del que tenemos datos disponibles.

GRÁFICO 1. *Porcentaje de lectura en España (1998-2003-2016) (%)*

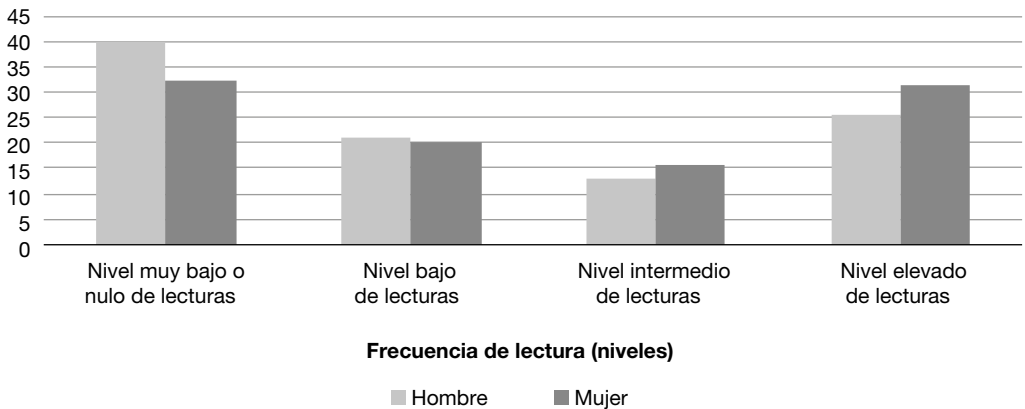


Fuente: Elaboración propia a partir de CIS (1998, 2003, 2016).

A continuación, se lleva a cabo un análisis descriptivo de las relaciones bivariadas entre las frecuencias de lectura y el conjunto de variables (CIS, 2016) consideradas teóricamente relevantes en la discusión inicial. En primer lugar, se examina el efecto de un conjunto de aspectos demográficos, educativos y socioeconómicos sobre la lectura. Con respecto a las diferencias de hábitos de lectura entre hombres y mujeres, estudios previos (Mauger y

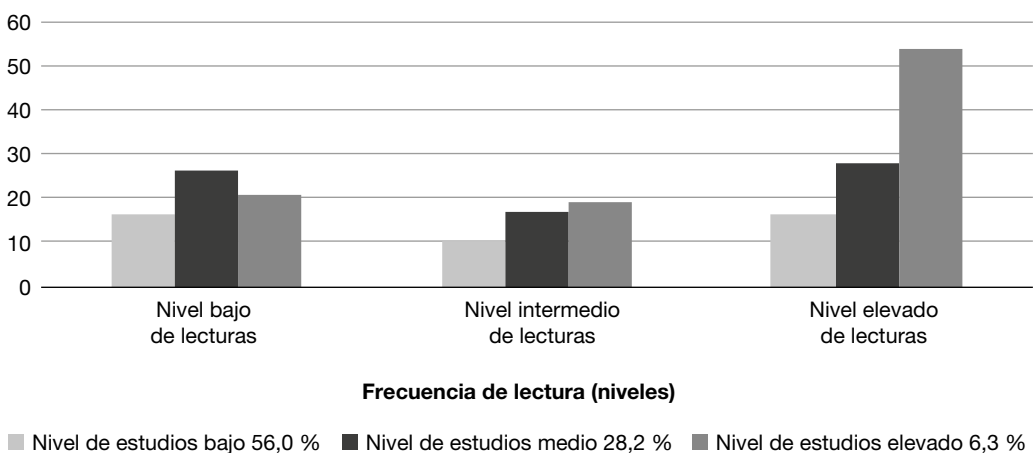
Poliak, 2000) encontraron una mayor proporción de lectoras mujeres, así como una mayor tendencia a leer novelas románticas. Los resultados obtenidos en el presente artículo también registran algunas diferencias estadísticamente significativas entre hombres (21 % no lee casi nunca; 26 % lee casi todos los días) y mujeres (16 % no lee casi nunca; 31 % lee casi todos los días —véase tabla 2 en anexo estadístico—).

GRÁFICO 2. Frecuencias de lectura, según sexo (%)



Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

GRÁFICO 3. Frecuencia de lecturas, según nivel de estudios (%)



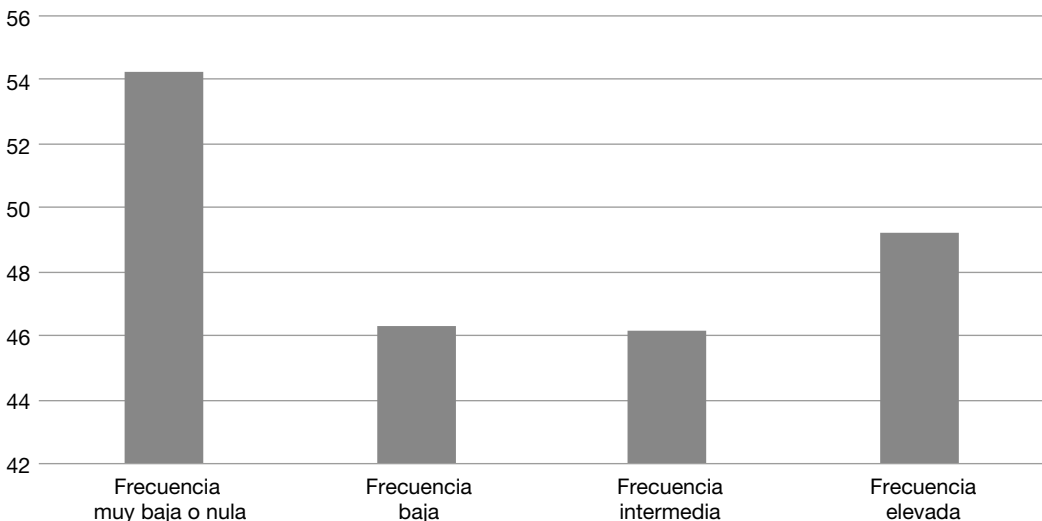
Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

En segundo lugar, las distintas frecuencias de lectura también se encuentran relacionadas con los diferentes niveles de estudio de los individuos. Por ejemplo, el 54 % de quienes tienen estudios elevados leen muy frecuentemente y el 6 % no lee casi nunca; mientras que quienes tienen estudios bajos solo lee muy frecuentemente un 17 %, y un 56 % no lee casi nunca (véase tabla 3 en anexo estadístico).

En tercer lugar, la relación entre la edad y las frecuencias de lectura de li-

bros no refleja una tendencia lineal. Se observa que la media de edad entre quienes no leen es mayor (54,3 años) que quienes leen habitualmente (49,3 años). Con respecto a la media total (50 años), el único grupo que tiene una media de edad más alta son, precisamente, quienes no leen. Las diferencias de edad son pequeñas, pero estadísticamente significativas y debemos incluir dicha variable en el modelo multivariante (véase tabla 4 en anexo estadístico).

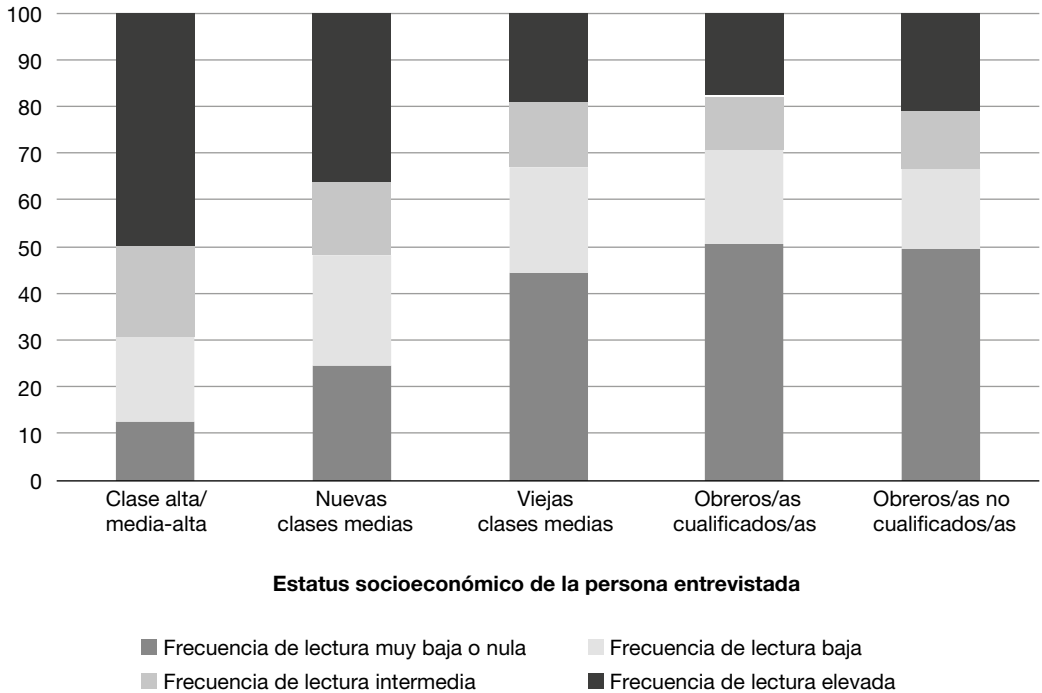
GRÁFICO 4. *Frecuencia de lecturas, según promedio de edad*



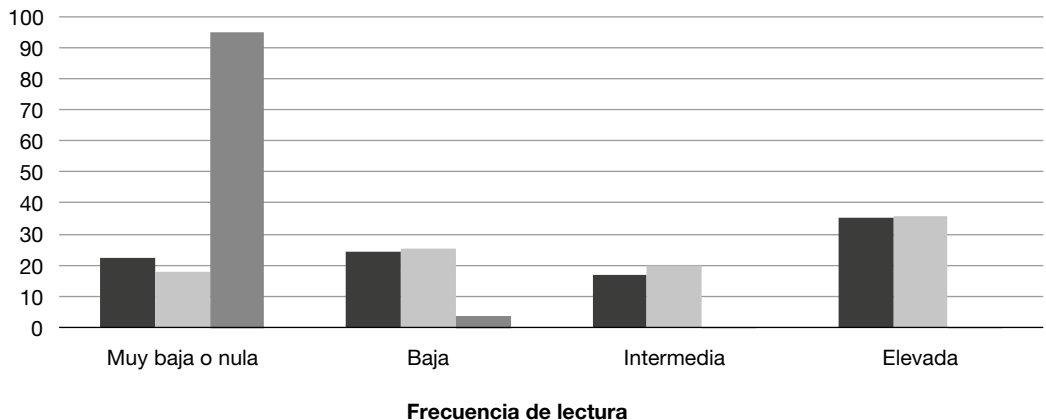
Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

En cuarto lugar, el estatus socioeconómico también presenta una relación significativa con las frecuencias de lectura. Se observa una lógica de distribución similar al nivel de estudios. La mitad (49,8 %) de las personas de clase alta y media/alta lee muy frecuentemente, mientras que solo leen habitualmente entre el 18 % y 21 % de las personas de las viejas clases medias y los obreros (cualificados y no-cualificados). Es decir, los individuos que pertenecen al primer grupo (clase alta y media/alta) más que

duplican sus frecuencias de lectura con respecto a los demás grupos. En el otro extremo, no leen nunca o casi nunca entre el 45 % de los individuos de las viejas clases medias y el 51 % de los obreros (cualificados y no-cualificados), a la vez que solo el 12,7 % de las clases altas y media/altas lee muy poco o nunca. Las frecuencias intermedias y bajas de lectura son más equilibradas entre las personas de diferente estatus socioeconómico (véase tabla 5 en anexo estadístico).

GRÁFICO 5. Frecuencia de lecturas, según estatus socioeconómico (%)

Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

GRÁFICO 6. Frecuencias de lectura, según satisfacción con el tiempo disponible para leer (%)

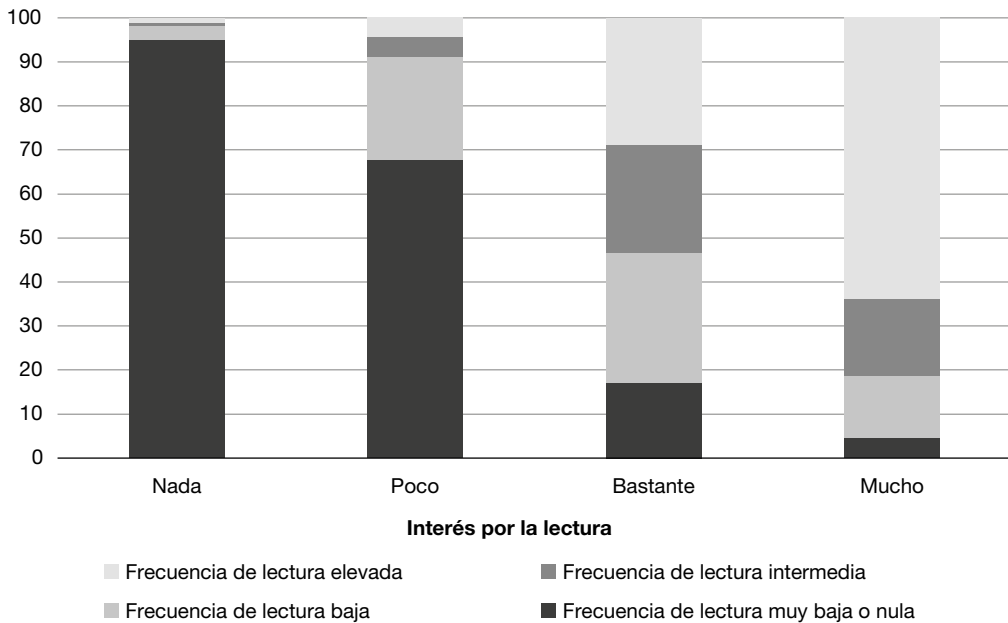
Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

Si se tiene en cuenta la relación entre las frecuencias de lectura y el tiempo que las personas disponen para leer, solo se observan notables diferencias entre quienes se encuentran satisfechos con el tiempo disponible para leer y tienen una muy baja frecuencia de lectura (23 %), comparado con quienes no leen y no se plantean como problema el tiempo disponible para la lectura (95 %). Por otra parte, si se toma como base (100 %) el gran total de la tabla, se observa que cerca de un 31 % de las personas quisiera tener más tiempo disponible para leer. Por tanto, se asume que diferenciar a la población según estas cate-

gorías de tiempo disponible constituye, *a priori*, un criterio adecuado para explicar una parte de la variación de las frecuencias de lectura que existe en la sociedad española (véase tabla 6 en anexo estadístico).

A continuación, se utilizan una serie de variables de carácter sociocultural y/o actitudinal, que tienen impacto explicativo sobre los hábitos de lectura de la población. Al respecto, la primera variable evidente es el interés que los individuos manifiestan por la lectura («nada», «poco», «bastante» y «mucho» —véase tabla 7 en anexo estadístico—).

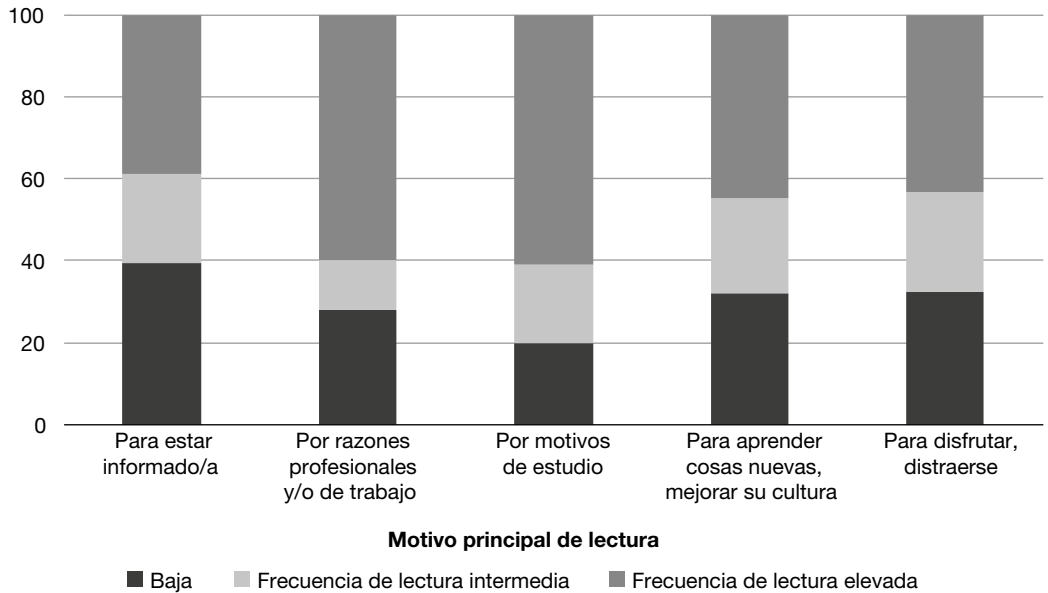
GRÁFICO 7. Frecuencia de lecturas, según interés por la lectura (%)



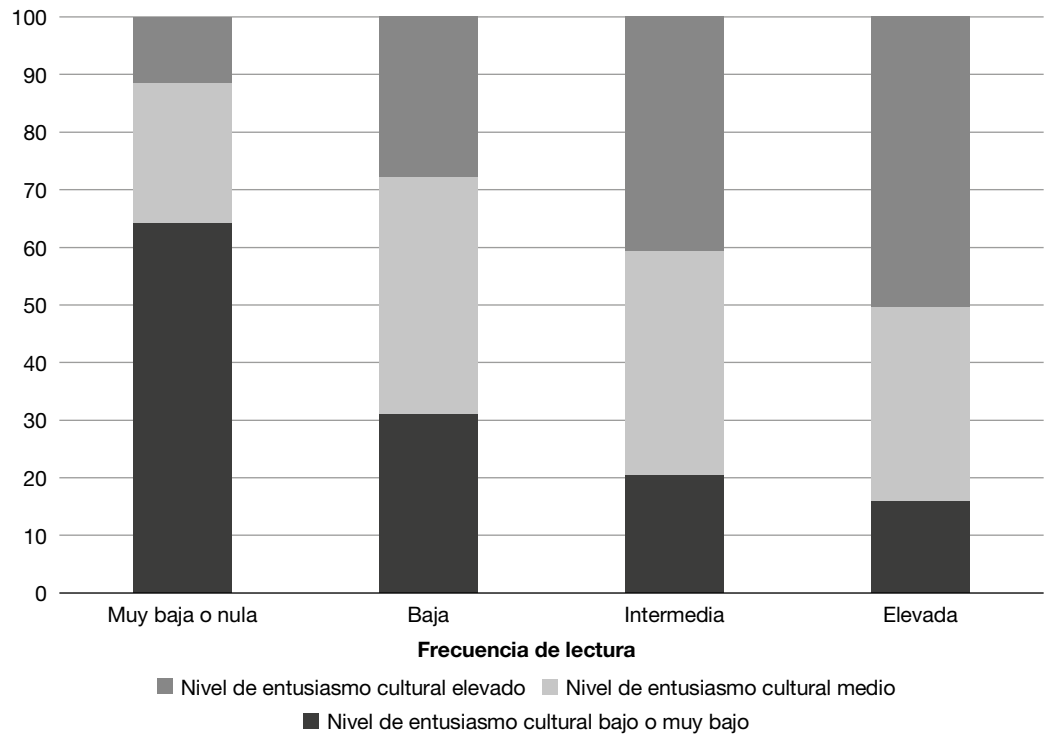
Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

Si se tiene en cuenta cuáles son los motivos que animan a las personas a leer, se observa que lee muy frecuentemente el 60 % de quienes lo hacen principalmente por motivos de estudio o por motivos profesionales/de trabajo. Constituye un porcentaje mayor que el de quienes leen mucho principalmente por placer (43 %), quieren mejorar su cultura

(44,6 %) o estar informado (38,6 %). Se podría decir que, entre las personas que leen muy habitualmente, los incentivos «instrumentales» parecen ser más fuertes que los incentivos «recreativos». Por su parte, se observan diferencias inversamente proporcionales para las frecuencias intermedia y baja de lecturas (véase tabla 8 en anexo estadístico).

GRÁFICO 8. Frecuencia de lecturas, según motivos (%)

Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

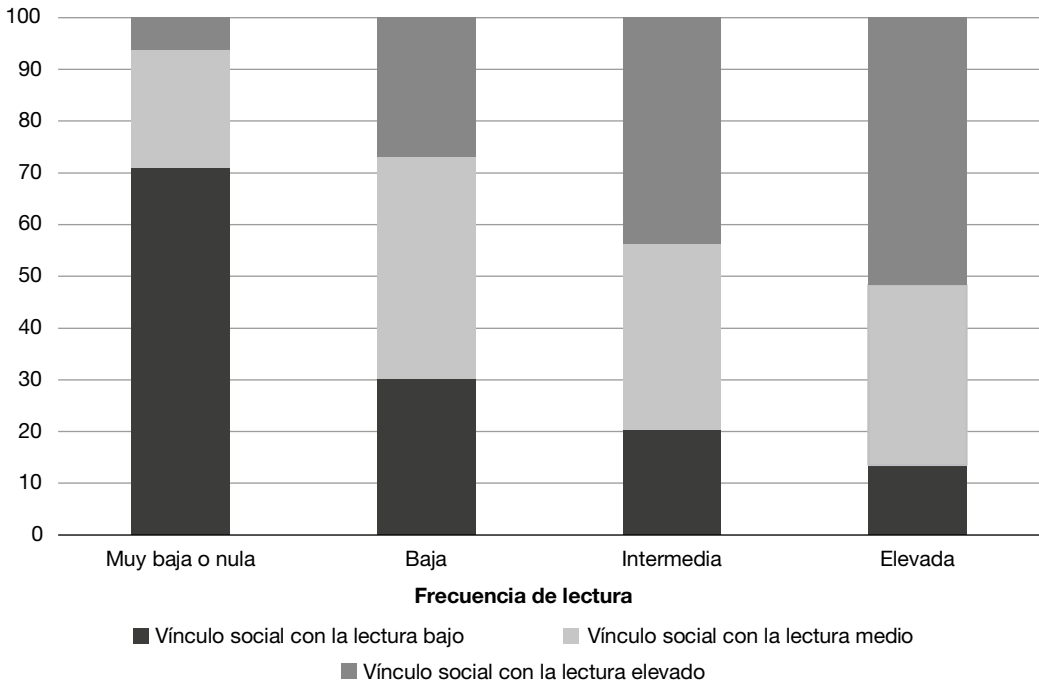
GRÁFICO 9. Frecuencias de lecturas, según entusiasmo cultural (%)

Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

Si se tiene en cuenta el «entusiasmo cultural» de los individuos, se ve que lee muy frecuentemente el 54 % de quienes tienen elevado entusiasmo cultural, pero solo el 36 % de quienes tienen un nivel medio, y un 17 % de quienes tienen un nivel bajo. Es decir, au-

menta el porcentaje de personas que lee muy habitualmente a medida que se incrementa el entusiasmo cultural (véase tabla 9 en anexo estadístico). La situación es inversamente proporcional si se tiene en cuenta las frecuencias muy bajas o nulas de lectura.

GRÁFICO 10. Frecuencia de lecturas, según vínculo social (%)



Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

Por último, se considera que los hábitos de lectura pueden estar condicionados por el vínculo social con la lectura. Se observa que, entre quienes han tenido un vínculo social con la lectura elevado, casi un 57 % lee muy frecuentemente. Sin embargo, el porcentaje de personas que lee muy habitualmente es menor entre quienes han tenido un vínculo social medio (38 %) y bajo (15 %) con la lectura. Por el contrario, se ve que se incrementa la proporción de personas que no lee nunca o casi nunca a medida que disminuye el vínculo social con la lectura (véase tabla 10 en anexo estadístico).

ANÁLISIS MULTIVARIANTE. LA LECTURA COMO PRÁCTICA CULTURAL ARRAIGADA EN LA ESTRUCTURA Y LA AGENCIA INDIVIDUAL

El análisis bivariado ofrece un panorama en línea con los desarrollos teóricos planteados en este artículo. Sin embargo, al integrar estos aspectos en un análisis multivariado, se puede, por un lado, observar la influencia relativa de cada uno; por otro lado, se puede descartar aspectos que, en apariencia, se encuentran vinculados con la

lectura pero que, al integrarlos, pierden su peso explicativo específico y no resultan tan relevantes y/o implican relaciones espurias.

Para llevar a cabo el análisis multivariado se emplea una regresión ordinal, que estima la relación entre las variables independientes y la variable dependiente (ordinal). Específicamente, proporciona unos coeficientes ajustados que indican la dirección y magnitud del efecto de las variables independientes sobre la probabilidad de que la variable dependiente (las frecuencias de lectura) caiga en una categoría superior con respecto a todas las categorías inferiores combinadas, a la vez que anula la influencia de otras variables confundentes en las relaciones de cada variable independiente sobre las frecuencias de lectura. Es decir, permite asegurar que se está viendo el efecto real de cada factor sobre los hábitos de lectura, sin que se mezclen o confundan con el efecto de otros factores.

El modelo de regresión incluye todas las variables que han sido consideradas previamente de manera individual. Permite estimar el efecto específico de cada aspecto antes considerado sobre los hábitos de lectura, controlado por el resto de variables (es decir, manteniendo constantes sus valores)⁵. Además, los umbrales son los puntos de referencia que separan las distintas frecuencias de lectura; es decir, son los puntos de equilibrio entre las probabilidades de pertenecer a una categoría o a la siguiente. Interesa destacar las características de los individuos que leen habitualmente (frecuencia elevada); es decir, quienes se ubican por encima del umbral de frecuencias intermedias.

⁵ El modelo es significativo (valor del Chi-cuadrado: 429,36; sig: 0,001). Con respecto a la bondad de ajuste, el P-valor del R de Pearson (0,197) y el P-valor de la Desviación (0,88) indican que el modelo captura de forma adecuada las relaciones entre las variables independientes y las frecuencias de lectura (variable dependiente). Los resultados del pseudo Rcuadrado de Nagelkerke (0,29) y de Cox y Snell (0,25) sugieren una fuerza intermedia del modelo (las tablas 11, 12 y 13 se presentan en el anexo estadístico).

El modelo estima los siguientes resultados. Con respecto a la edad, con una *log odd*⁶ de $-0,65$ (*odd ratio*: 0,52), los jóvenes tienen 1,9 veces menos probabilidades de leer muy frecuentemente que las personas mayores. Lo mismo ocurre con los adultos; con una *log odd* de $-0,38$ (*odd ratio*: 0,68), tienen 1,5 veces menos probabilidades de leer muy frecuentemente que las personas mayores. Es decir, las personas mayores son más propensas a presentar frecuencias elevadas de lectura. A diferencia de los análisis bivariados, se observa cómo, al controlar el efecto de otras variables, la influencia neta de la edad indica que a mayor edad, mayores probabilidades de leer frecuentemente.

El sexo no constituye una variable significativa para explicar las diferentes frecuencias de lectura de la población española. Tampoco el nivel de estudios y el estatus socio-ocupacional constituyen aspectos significativos que permitan dar cuenta de las diferencias de hábitos de lectura. Aquí también, a diferencia de los análisis bivariados, la lectura no parece constituir una práctica de distinción de parte de los individuos con mayor formación o estudios, o pertenecientes a clases altas y medias-altas con respecto a individuos de un estatus socioeconómico inferior. Es decir, entre los aspectos sociodemográficos el único que resulta significativo para explicar diferencias de hábitos lectores es la edad. Ello está vinculado con el efecto del ciclo vital. Como hipótesis, las personas mayores pueden tener más tiempo libre. Este aspecto, controlar los efectos conjuntos del resto de variables, permite inferir que pueden dedicarse con mayor frecuencia a la lectura.

⁶ Los *log odds* son los coeficientes que predice el modelo de regresión ordinal. Representan el logaritmo de las *odds* de que la variable dependiente caiga en o por encima de una categoría dada, en comparación con todas las categorías inferiores combinadas.

TABLA 1. Regresión ordinal. Frecuencias de lecturas según factores sociales y culturales

		Log odds	Sig.	Odds	Intervalo de confianza al 95 %	
					Límite inferior	Límite superior
Umbral	Frecuencia de lectura: baja	-1,52	**		-2,75	-0,28
	Frecuencia de lectura: intermedia	-0,33			-1,56	0,90
Sexo	Hombre	0,08		1,09	-0,14	0,30
	Mujer	0 ^a				
Edad	Jóvenes	-0,65	**	0,52	-1,06	-0,25
	Adultos	-0,39	*	0,68	-0,69	-0,08
	Personas mayores	0 ^a				
Vínculo social con la lectura	Bajo	-0,77	***	0,46	-1,11	-0,43
	Intermedio	-0,51	***	0,60	-0,82	-0,20
	Elevado	0 ^a				
Nivel de estudios	Bajo	-0,20		0,82	-0,53	0,14
	Medio	-0,29	*	0,75	-0,58	0,00
	Elevado	0 ^a				
Interés por la lectura	Muy bajo	-2,80	***	0,06	-4,36	-1,24
	Bajo	-2,82	***	0,06	-3,22	-2,42
	Moderado	-1,33	***	0,26	-1,58	-1,09
	Elevado	0 ^a				
Motivos para leer	Para estar informado	-0,19		0,83	-0,49	0,11
	Por razones profesionales y/o trabajo	0,50	*	1,66	-0,03	1,04
	Estudios	1,39	***	4,01	0,93	1,85
	Aprender cosas nuevas, mejorar la cultura	-0,02		0,98	-0,34	0,30
	Disfrutar, distraerse	0 ^a				
Estatus socioeconómico	Clases alta y media/alta	0,14		1,16	-0,29	0,58
	Nuevas clases medias	0,04		1,04	-0,35	0,42
	Viejas clases medias	-0,30		0,74	-0,74	0,13
	Obreros cualificados	-0,18		0,84	-0,56	0,21
	Obreros no cualificados	0 ^a				
Entusiasmo cultural	Bajo	0,22		1,25	-0,13	0,58
	Medio	0,02		1,02	-0,30	0,34
	Elevado	0 ^a				
Satisfacción con el tiempo libre para leer	Está satisfecho	1,36	**	3,91	0,28	2,45
	Le gustaría tener más tiempo	1,11	*	3,03	0,01	2,20
	No realiza esta actividad	0 ^a				

Función de enlace: Logit.

^a. Este parámetro está establecido en cero porque es redundante.

*** Nivel de significancia < 0,001; ** Nivel de significancia < 0,01; * Nivel de significancia < 0,05.

Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

Por otra parte, si se miran los aspectos más vinculados con actitudes y disposiciones personales, se nota una mayor influencia de los mismos sobre las prácticas lectoras. El interés personal por la lectura resulta, como era esperable, un predictor muy significativo. Quienes tienen un bajo o muy bajo interés por la lectura tienen una *log odd* de $-2,8$ en ambos casos. Si interpretamos las *odd ratio*, tienen 16,4 veces menos probabilidades de tener una frecuencia elevada de lecturas. Por su parte, quienes tienen un interés moderado por la lectura tienen casi 4 veces menos probabilidades de tener una frecuencia elevada de lecturas. Es decir, a medida que aumenta el interés por la lectura, se incrementan las probabilidades de tener un hábito lector muy frecuente. Este resultado es consistente con el hecho de que las prácticas culturales están enraizadas en actitudes y valoraciones individuales.

Con respecto a los motivos para leer, en el caso de quienes leen para estar informados no tienen una probabilidad mayor de leer muy frecuentemente que quienes leen por los otros motivos. Lo mismo ocurre con quienes leen para aprender cosas nuevas o para distraerse. Sin embargo, leer por motivos profesionales o de trabajo sí resulta ser una causa que incrementa las probabilidades de leer frecuentemente, dado que presenta un *odd ratio* de 1,6. Es decir, tiene un 66 % (1,6 veces) más de probabilidades de tener una frecuencia elevada de lecturas que quienes leen principalmente para disfrutar o para distraerse. Pero quienes tienen más probabilidades de tener una elevada frecuencia de lecturas son quienes leen por razones de estudio. Presentan un *log odd* de 0,5 que corresponde a un *odd ratio* de 4. Es decir, tienen 4 veces más probabilidades de leer muy frecuentemente que quienes leen por placer. En definitiva, los resultados de las motivaciones refuerzan la concepción según la cual la lectura no es simplemente una actividad pasiva, sino una

práctica activa que refleja disposiciones personales, así como también es un efecto de las exigencias y recompensas del entorno social, educativo y profesional. Así, a diferencia de los análisis bivariados, la relación entre los hábitos de lectura y el «entusiasmo cultural» no resulta significativa, una vez ajustada por el resto de variables. Es decir, el interés agregado por el cine, la música, las artes plásticas, el teatro y la danza, no predice las frecuencias con que las personas leen.

En relación al tiempo libre disponible para leer, en primer lugar, se observa que los individuos que están satisfechos con su tiempo libre para leer tienen casi cuatro veces más probabilidades de leer con mucha frecuencia (con respecto a aquellos que no leen). Es decir, tener tiempo suficiente para leer es un fuerte predictor de las frecuencias elevadas de lectura. En segundo lugar, quienes desearían tener más tiempo para leer (que implica una voluntad de leer limitada por factores externos) tienen 3 veces más probabilidades de leer frecuentemente, con respecto a quienes no leen. La percepción del tiempo libre para leer constituye un indicador del tiempo personal que voluntariamente se dedica a leer (o se quisiera dedicar para leer). Es decir, la preferencia de esta actividad por sobre otras. Por eso, no solo resulta importante tener en cuenta el tiempo objetivo disponible, sino específicamente que la forma de usar el tiempo está influida por hábitos y preferencias personales, vinculados a una valoración positiva de la lectura.

Por último, quienes tienen un bajo vínculo social con la lectura tienen un *log odd* de 0,77 que supone un *odd ratio* de 2,16 veces menos probabilidades de tener una frecuencia elevada de lectura (con respecto a quienes tienen un vínculo social elevado). La misma lógica, pero con una fuerza menor, se observa en quienes tienen un vínculo social intermedio. Estos presentan un *log odd* de $-0,5$ que implica un

odd ratio de 1,6 veces menos probabilidades de leer habitualmente (respecto a quienes tienen un vínculo social elevado). Es decir, si se controla el efecto del resto de variables, se observa igualmente (tal como en las relaciones bivariadas) que la influencia del vínculo social con la lectura resulta muy predictiva de los hábitos de lectura. En este sentido, un fuerte vínculo social parece fomentar y normalizar la lectura como una actividad regular. La relevancia de este aspecto permite destacar la importancia de las redes o vínculos sociales en la formación de las prácticas culturales.

Globalmente, se observa que el sexo, el nivel de estudios y el estatus socioeconómico no parecen ser relevantes para dar cuenta de los hábitos de lectura en la población. Esto puede deberse a que la aproximación a la lectura, entendida como práctica individual y activa de los individuos (pero enraizada socialmente), trasciende estas categorías. Así, los aspectos que más influyen sobre las frecuencias elevadas de lectura son el interés por la lectura, el vínculo social y los motivos para leer, particularmente en el caso de exigencias de estudio y razones profesionales. En segundo lugar, la satisfacción con el tiempo libre para leer también constituye un factor explicativo relevante. Por último, y en menor medida, la edad permite predecir que, controlados los demás aspectos, las personas mayores tienen más tendencia a leer frecuentemente que los adultos y los jóvenes. En este sentido, los aspectos vinculados con la socialización, las vinculaciones sociales y afectivas y, en menor medida, con las etapas de la vida, parecen ser los más importantes para entender por qué una parte de la población lee con poca frecuencia (o no lee) y otra parte lee con asiduidad.

Estos resultados permiten pensar que la práctica de la lectura no solo constituye un pasatiempo individual, sino que se halla enraizada en la intersección entre estructuras sociales (recompensas simbólicas, presión

social, etc.) y agencia individual (preferencias personales). Se puede apreciar la importancia de las motivaciones intrínsecas y extrínsecas en la formación de los hábitos culturales dado que, además de ser un entretenimiento, contiene significados culturales y sociales para quienes la practican. Es decir, los hábitos de lectura no solo se forman debido al interés personal, sino también al valor que le asigna el entorno social. De esta forma, los vínculos sociales actuarían como motivaciones extrínsecas para leer, ya que se relacionan con factores externos al individuo, como las interacciones sociales y el estímulo cultural.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El estudio de la lectura ha centrado gran parte del interés en los consumos y prácticas culturales por su importancia en la transmisión de formas culturales y su condición de instrumento central en la educación, siendo inicialmente el principal foco de interés el nivel de alfabetización en el siglo xix hasta mediados del xx (Vincent, 2000). A partir de mediados del siglo xx, y hasta la actualidad, el interés se centra en la intensidad del consumo según factores sociodemográficos. Entre ellos, especialmente se ha estudiado la influencia del estatus social, bajo el paradigma de la distinción y de la relación entre este y el consumo cultural como factor clasificador (Bennett *et al.*, 2010; Chan y Goldthorpe, 2007). Sin embargo, desde finales del siglo xx ha surgido una corriente de estudios que resalta la importancia de factores culturales e institucionales, como el nacimiento de una concepción más relativista de la cultura (DiMaggio y Mukhtar, 2004), la promoción por parte del Estado de la difusión de la lectura y las prácticas culturales en las clases bajas (Rius-Uldemollins y Pizzi, 2020) o la mayor inclusividad del sector educativo (Alvermann, 2002; Verboord, 2005).

En estos estudios se pretende examinar los factores macrosociales, junto con la existencia de experiencias y lógicas sociales que están asociadas con la práctica de la lectura. En este sentido, el presente artículo sigue el camino iniciado por algunos de los estudios más avanzados en consumo cultural, orientados a analizar la influencia de los factores institucionales y las redes interpersonales sobre las prácticas de lectura (Fishman y Lizardo, 2013). En otros países, especialmente en Francia o en EE. UU., se ha desarrollado una línea de investigación que vincula la lectura a una forma de consumo cultural que es, actualmente, individual —siendo las lecturas públicas actos rituales excepcionales, pero que vienen influenciados por el entorno social y generan a su vez relaciones sociales (Lizardo, 2006; Mauger, Poliak y Pudal, 2010)—. Por el contrario, en el caso de España los estudios sobre la lectura como práctica cultural han sido más bien escasos, y se han enfocado a un examen conjunto con otros consumos culturales (Ariño-Villarroya, 2010). Por lo tanto, el presente análisis sobre la lectura destaca la relevancia de factores vinculados con prácticas culturales activas enraizadas en relaciones sociales y afectivas, y relativiza el efecto directo de las posiciones económicas o educativas. Así, uno de los aspectos significativos que se pueden observar es la ausencia de relación estadística entre el entusiasmo cultural y las frecuencias de lectura, por lo que el interés de los individuos en otras manifestaciones culturales no se traduce necesariamente en un mayor hábito lector. Esto sugiere que la lectura, como práctica cultural, ocupa una suerte de «nicho» diferenciado, que parece no verse afectado directa o especialmente por el interés en otras formas de expresión cultural. De esta manera, reforzaría la concepción según la cual la lectura es en sí un consumo cultural con una dinámica propia, y que constituye una tendencia que se puede encontrar en otros

países, especialmente a partir de la proliferación de consumos audiovisuales ligados al mundo digital (Falk y Katz-Gerro, 2016).

Por el contrario, junto con el interés por la lectura, se observa una vinculación entre los hábitos de lectura y un aspecto latente, denominado aquí «vínculo social con la lectura». Como se ha podido observar, dicho vínculo está conformado de manera concreta por prácticas de incentivo de la lectura por parte del entorno familiar, por haber recibido mayores incentivos a la lectura durante la etapa formativa, por hablar de lecturas con los amigos, por relaciones sociales medidas por la lectura (el intercambio o regalo de libros y/o participar en actividades o reuniones sobre libros). De manera agregada, constituyen aspectos que tienen un elevado poder explicativo de la conformación de hábitos lectores. Esto sugiere que, para incrementar los hábitos lectores de la población, las políticas culturales y educativas deberían reforzar el fomento de entornos sociales que valoren y promuevan la lectura. Además, el estudio resalta la importancia de considerar factores culturales y grupales en lugar de centrarse prioritariamente en aspectos socioeconómicos, lo cual orienta la dirección de nuevas líneas de investigación sobre la comprensión de la desigualdad cultural. Ciertamente, los hallazgos observados en el presente estudio corresponden al año 2016. Ello implica algunas limitaciones de alcance de dichos resultados, especialmente vinculadas con la expansión, desde aquel momento hasta la actualidad, del uso de formatos digitales para la lectura de libros. Sin embargo, se puede pensar que el presente estudio capta tendencias poblacionales (la influencia de los vínculos sociales sobre los hábitos de lectura) que continúan vigentes, aún en formatos novedosos.

Por esto, los resultados presentados abren un camino a explorar en futuros estudios sobre el consumo cultural. Específicamente, se podrían analizar la manera en

que estos aspectos continuarán desarrollándose, o no, en un contexto marcado por una mayor presencia de las actividades digitales, y su efecto sobre los vínculos sociales y las prácticas de lectura asociadas, entre sectores de la población relacionados de forma potencialmente diferente con dicho mundo digital.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvermann, Donna E. (2002). «Effective Literacy Instruction for Adolescents». *Journal of Literacy Research*, 34(2): 189-208.
- Ariño-Villarroya, Antonio (2010). *Prácticas culturales en España: desde los años sesenta hasta la actualidad*. Barcelona: Ariel.
- Ariño-Villarroya, Antonio y Llopis, Ramón (2016). *La participació cultural de la joventut catalana: 2001-2015*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Bennett, Tony; Savage, Mike; Silva, Elizabeth; Warde, Alan; Gayo-Cal, Modesto y Wright, David (2010). *Culture, class, distinction*. London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1998). *La distinción. criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Chan, Tak W. y Goldthorpe, John H. (2007). «Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England». *European Sociological Review*, 23(1): 1-19.
- CIS (1998). *Tiempo libre y hábitos de lectura*. Estudio n.º 2280. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- CIS (2003). *Tiempo libre y hábitos de cultura, II*. Estudio n.º 2478. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- CIS (2016). *Barómetro de septiembre*. Estudio n.º 3149. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- DiMaggio, Paul (1987). «Classification in Art». *American Sociological Review*, 52(4): 440-455.
- DiMaggio, Paul y Mukhtar, Toqir (2004). «Arts Participation as Cultural Capital in the United States, 1982-2002: Signs of Decline?». *Poetics*, 32(2): 169-194. doi: 10.1016/j.poetic.2004.02.005
- Donnat, Olivier (2004). «Les univers culturels des français». *Sociologie et Sociétés*, 36(1): 87-103.
- Fabiani, Jean-Louis (2007). *Après la culture légitime. objets, publics, autorités*. Paris: L'Harmattan.
- Falk, Martin y Katz-Gerro, Tally (2016). «Cultural Participation in Europe: Can We Identify Common Determinants?». *Journal of Cultural Economics*, 40(2): 127-162.
- Fishman, Robert M. y Lizardo, Omar (2013). «How Macro-historical Change Shapes Cultural Taste: Legacies of Democratization in Spain and Portugal». *American Sociological Review*, 78(2): 213-239.
- Knulst, Wim y Broek, Andries van den (2003). «The Readership of Books in Times of De-reading». *Poetics*, 31(3): 213-233.
- Labari, Brahim (2014). *Ce que la sociologie fait de la littérature et vice-versa*. Paris: Publibook.
- Lahire, Bernard (2004). *La culture des individus. dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris: La Découverte.
- Lahire, Bertrand (2008). «The Individual and the Mixing of Genres: Cultural Dissonance and Self-distinction». *Poetics*, 36(2-3): 166-188. doi: 10.1016/j.poetic.2008.02.001
- Levmore, Saul y Nussbaum, Martha (2011). *The Offensive Internet*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Lizardo, Omar (2006). «How Cultural Tastes Shape Personal Networks». *Am. Sociol. Rev.*, 71(5): 778-807.
- Lizardo, Omar (2017). «Improving Cultural Analysis: Considering Personal Culture in Its Declarative and Nondeclarative Modes». *Am. Sociol. Rev.*, 82(1): 88-115.
- Mauger, Gérard y Poliak, Claude F. (2000). «Lectures: Masculin/feminin». *Regards Sociologiques*, 19: 115-140.
- Mauger, Gérard; Poliak, Claude y Pudal, Bernard (2010). *Histoires de lecteurs*. Vulaines-sur-Seine: Editions du Croquant.
- Miller, Donalyn (2009). *The Book Whisperer: Awakening the Inner Reader in Every Child*. New York: John Wiley & Sons.
- Noya, Javier (2010). Sociología de la creatividad. En: J. Noya; F. del Val y C. M. Pérez-Colman (eds.). *Musyca. Música, sociedad y creatividad artística* (pp. 19-40). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Ollivier, Michèle (2008). «Modes of Openness to Cultural Diversity: Humanist, Populist, Practical, and Indifferent». *Poetics*, 36(2):120-147. doi: 10.1016/j.poetic.2008.02.005
- Patricio-Mulero, Maria (2019). «The Literary City: Identities, Urban Spaces, and Literary Fields in the 20th and 21st Centuries». *Debats. Revista de Cultura, Poder i Societat*, 3(0): 129-133.

- Peterson, Richard A. y Kern, Roger M. (1996). «Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore». *American Sociological Review*, 61(5): 900-907.
- Pizzi, Alejandro; Pecourt, Juan y Rius-Ulldemolins, Joaquim (2023). «De la “brecha digital” al control de internet. Usos, actitudes y participación digital en España». *Revista Española de Sociología*, 32(3): a178.
- Radway, Janine (1984). *Reading the Romance. Women, Patriarchy, and Popular Literature*. London: Verso.
- Rius-Ulldemolins, Joaquim; Pizzi, Alejandro y Rubio-Arostegui, Juan A. (2019). «European Models of Cultural Policy: Towards European Convergence in Public Spending and Cultural Participation?». *Journal of European Integration*, 41(8): 1045-1067.
- Rius-Ulldemolins, Joaquim y Pizzi, Alejandro (2022). «Cultural Policy Regimes and Arts Councils. The longue durée perspective, birth of the State, religious trajectories and national cultural policies». *International Journal of Cultural Policy*, 28(1): 17-33. doi: 10.1080/10286632.2021.1883597
- Rius-Ulldemolins, Joaquim; Pizzi, Alejandro y Paya, Raul (2022). «Religion as a Factor in Cultural Consumption: Religious Denomination and Its Impact on Reading Practices and Ballet-opera Attendance in Europe». *International Journal of Comparative Sociology*, 64(3): 00207152221118627.
- Toivonen, Timo (2013). «Cohorts and Reading Time on the Basis of the Finnish Time Use Data 1979-2009». *Finnish Journal of Social Research*, 6: 15-23.
- Verboord, Marc (2005). «Long-term Effects of Literary Education on Book-reading Frequency: An Analysis of Dutch Student Cohorts 1975-1998». *Poetics*, 33(5): 320-342.
- Vincent, David (2000). *The Rise of Mass Literacy: Reading and Writing in Modern Europe*. Cambridge: Polity.
- Weingartner, Sebastian (2020). «Digital Omnivores? How Digital Media Reinforce Social Inequalities in Cultural Consumption». *New Media & Society*, 23(11): 3370-3390. doi: 10.1177/1461444820957635

RECEPCIÓN: 30/12/2023

REVISIÓN: 28/02/2024

APROBACIÓN: 26/03/2024

ANEXO ESTADÍSTICO

TABLA A2. Frecuencias de lecturas, según sexo

			Sexo de la persona entrevistada		Total
			Hombre	Mujer	
Frecuencia de lectura	Frecuencia elevada de lecturas	Recuento	308,0	403,0	711,0
		%	25,7	31,3	28,6
	Frecuencia intermedia de lecturas	Recuento	156,0	206,0	362,0
		%	13,0	16,0	14,6
	Frecuencia baja de lecturas	Recuento	254,0	259,0	513,0
		%	21,2	20,1	20,7
	Frecuencia muy baja o nula de lecturas	Recuento	479,0	418,0	897,0
		%	40,0	32,5	36,1
Total	Recuento	1.197,0	1.286,0	2.483,0	
	%	100,0	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

TABLA A3. Frecuencia de lecturas, según nivel de estudios

			Nivel de estudios			Total
			Nivel elevado	Nivel medio	Nivel bajo	
Frecuencia de lectura	Frecuencia elevada	Recuento	301,0	215,0	193,0	709,0
		%	53,8	28,0	16,8	28,6
	Frecuencia intermedia	Recuento	108,0	133,0	121,0	362,0
		%	19,3	17,3	10,5	14,6
	Frecuencia baja	Recuento	116,0	204,0	193,0	513,0
		%	20,7	26,5	16,8	20,7
	Frecuencia muy baja o nula	Recuento	35,0	217,0	645,0	897,0
		%	6,3	28,2	56,0	36,2
Total	Recuento	560,0	769,0	1.152,0	2.481,0	
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

TABLA A4. Edad promedio, según frecuencias de lectura

Frecuencia de lectura	Edad promedio	N	Desv. estándar
Frecuencia elevada	49,27	711	17,390
Frecuencia intermedia	46,23	362	16,534
Frecuencia baja	46,35	513	16,986
Frecuencia muy baja o nula	54,27	897	18,852
Total	50,03	2.483	18,046

Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

ANOVA. Edad y frecuencia de lecturas

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
Edad * Frecuencia de lectura	(Combinado)	28.680,77	3	9.560,25	30,4	<0,001	
	Entre grupos	Linealidad	10.329,76	1	10.329,76	32,8	<0,001
		Desviación de la linealidad	18.351,00	2	9.175,50	29,2	<0,001
	Dentro de grupos		779.581,90	2479	314,47		
	Total		808.262,70	2.482			

Fuente: Barómetro CIS, n.º 3149.

TABLA A5. Frecuencia de lecturas, según estatus socioeconómico

		Clase alta/ media- alta	Nuevas clases medias	Viejas clases medias	Obreros cualificados	Obreros no cualificados	Total	
Frecuencia de lectura	Elevada	Recuento	228,0	203,0	68,0	125,0	66,0	690,0
		%	49,8	35,8	18,9	17,7	21,0	28,7
	Intermedia	Recuento	88,0	90,0	50,0	81,0	38,0	347,0
		%	19,2	15,9	13,9	11,5	12,1	14,4
	Baja	Recuento	84,0	134,0	81,0	142,0	54,0	495,0
		%	18,3	23,6	22,6	20,1	17,2	20,6
	Muy baja o nula	Recuento	58,0	140,0	160,0	359,0	156,0	873,0
		%	12,7	24,7	44,6	50,8	49,7	36,3
	Total	Recuento	458,0	567,0	359,0	707,0	314,0	2.405,0
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

TABLA A6. Frecuencia de lectura, según la satisfacción con el tiempo disponible para leer libros, revistas

		Satisfacción con el tiempo disponible para leer libros, revistas, etc.			Total	
			Está satisfecho/a	Le gustaría disponer de más tiempo	No realiza esa actividad	
Frecuencia de lectura	Nivel muy bajo o nulo de lecturas	Recuento	272,0	142,0	476,0	890,0
		%	22,7	18,4	95,2	36,1
	Nivel bajo de lecturas	Recuento	293,0	198,0	18,0	509,0
		%	24,5	25,7	3,6	20,6
	Nivel intermedio de lecturas	Recuento	205,0	154,0	1,0	360,0
		%	17,1	20,0	0,2	14,6
	Nivel elevado de lecturas	Recuento	427,0	277,0	5,0	709,0
		%	35,7	35,9	1,0	28,7
	Total	Recuento	1.197,0	771,0	500,0	2.468,0
		%	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

PRUEBAS DE CHI-CUADRADO

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	958,367	6	<0,001
Razón de verosimilitud	1.035,746	6	<0,001
Asociación lineal por lineal	437,674	1	<0,001
N.º de casos válidos	2.468,000		

Fuente: Barómetro CIS, n.º 3149.

TABLA A7. Frecuencia de lecturas, según interés por la lectura

		Interés por la lectura				Total	
		Mucho	Bastante	Poco	Nada		
Frecuencia de lectura	Elevada	Recuento	436,0	243,0	29,0	3,0	711,0
		%	63,8	28,7	4,3	1,1	28,7
	Intermedia	Recuento	118,0	210,0	29,0	2,0	359,0
		%	17,3	24,8	4,3	0,7	14,5
	Baja	Recuento	97,0	249,0	157,0	9,0	512,0
		%	14,2	29,4	23,5	3,2	20,7
	Muy baja o nula	Recuento	32,0	144,0	453,0	267,0	896,0
		%	4,7	17,0	67,8	95,0	36,2
	Total	Recuento	683,0	846,0	668,0	281,0	2.478,0
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

TABLA A8. Frecuencia de lectura, según el motivo principal de lectura

		Motivo principal de lectura					Total	
		Para estar informado	Por razones profesionales y/o de trabajo	Por motivos de estudio	Para aprender cosas nuevas, mejorar su cultura	Para disfrutar y distraerse		
Frecuencia de lectura	Elevada	Recuento	86,0	44,0	76,0	87,0	408,0	701,0
		%	38,6	59,5	60,8	44,6	43,1	44,8
	Intermedia	Recuento	49,0	9,0	24,0	45,0	229,0	356,0
		%	22,0	12,2	19,2	23,1	24,2	22,8
	Baja	Recuento	88,0	21,0	25,0	63,0	310,0	507,0
		%	39,5	28,4	20,0	32,0	32,7	32,4
Total	Recuento	223,0	74,0	125,0	195,0	947,0	1.564,0	
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

TABLA A9. Frecuencia de lectura, según nivel de entusiasmo cultural

			Nivel de entusiasmo cultural			Total
			Elevado	Medio	Bajo o muy bajo	
Frecuencia de lectura	Elevada	Recuento	154,0	338,0	214,0	706,0
		%	54,2	36,1	17,3	28,7
	Intermedia	Recuento	56,0	176,0	124,0	356,0
		%	19,7	18,8	10,0	14,5
	Baja	Recuento	47,0	229,0	230,0	506,0
		%	16,5	24,5	18,6	20,6
	Muy baja o nula	Recuento	27,0	193,0	670,0	890,0
		%	9,5	20,6	54,1	36,2
	Total	Recuento	284,0	936,0	1.238,0	2.458,0
		%	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

TABLA A10. Frecuencia de lectura, según vínculo social con la lectura

			Vínculo social con la lectura			Total
			Elevado	Medio	Bajo	
Frecuencia de lectura	Elevada	Recuento	160,0	364,0	187,0	711,0
		%	56,9	38,3	14,9	28,6
	Intermedia	Recuento	62,0	171,0	129,0	362,0
		%	22,1	18,0	10,3	14,6
	Baja	Recuento	45,0	242,0	226,0	513,0
		%	16,0	25,5	18,1	20,7
	Muy baja o nula	Recuento	14,0	173,0	710,0	897,0
		%	5,0	18,2	56,7	36,1
	Total	Recuento	281,0	950,0	1.252,0	2.483,0
		%	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia (Barómetro CIS, n.º 3149).

TABLA A11. Ajuste del modelo de regresión ordinal

Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Solo intersección	2.824,082			
Final	2.394,759	429,322	22	0,000

Función de enlace: Logit.

Fuente: Barómetro CIS, n.º 3149.

TABLA A12. Pseudo R cuadrado del modelo de regresión ordinal

Cox y Snell	0,251
Nagelkerke	0,286
McFadden	0,137

Función de enlace: Logit.

Fuente: Barómetro CIS, n.º 3149.

TABLA A13. Bondad de ajuste del modelo de regresión ordinal

	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Pearson	2.288,780	2.232	0,197
Desviación	2.153,506	2.232	0,881

Función de enlace: Logit.

Fuente: Barómetro CIS, n.º 3149.