

¿Qué puede decir la Economía de la Literatura Infantil y Juvenil? Muchas cosas, Pau Rausell Köster (Universitat de València)

Pau Rausell Köster

Profesor titular del Departamento de Economía Aplicada de la Universitat de València. Director de la Unidad de Investigación en Economía Aplicada a la Cultura y autor de numerosos artículos y libros sobre Economía del Patrimonio, Cultura Economía y ciudad, Economía de los Museos, de los teatros, de la Lengua, Políticas culturales, etc.

<http://www.uv.es/econcult>

Dirección de contacto:

Pau Rausell Köster

Facultat d'Economia

Avda dels Tarongers, s/n. València 46022. Tel 96 3828645

Pau.Rausell@uv.es

<http://www.uv.es/econcult>

Presentación

En este trabajo se pretende mostrar cuáles son las posibilidades de la Economía para interpretar el fenómeno de la literatura Infantil y Juvenil. En este sentido cabe hablar de una doble aproximación: a) una visión de la Economía más restringida en la que se aproxima a las características del libro infantil y juvenil como producto b) una aproximación como teoría de la elección racional desde la que se puede tratar de explicar las decisiones de los creadores, los distribuidores y los consumidores de literatura infantil y juvenil. Finalmente, también desde esta segunda perspectiva se presenta una visión sobre las políticas de promoción de la lectura. En conjunto se apela, por tanto, a la capacidad y a la oportunidad de la Economía, para profundizar en el análisis de todos aquellos hechos sociales que tengan que ver con la práctica y la difusión de la cultura en general, y con el análisis de la literatura infantil y juvenil en particular.

1. Introducción

Como señalamos en otros textos (Rausell 1999), la Economía como Ciencia Social ha sido acusada en algunas ocasiones de cierto imperialismo epistemológico al tratar de explicar muchas cuestiones al margen de su objeto de atención tradicional de producción, distribución y consumo de bienes y servicios para el intercambio en el mercado. La relativa simplicidad de los conceptos de la racionalidad y la maximización de la utilidad otorgan a la Economía un potente arsenal metodológico que, junto al individualismo, han ido convirtiendo a la Economía como ciencia no sólo en un instrumento explicativo del comportamiento de los consumidores y los productores, sino en un nuevo paradigma de la ciencias sociales que explica el comportamiento humano en su globalidad (Frey 1992). Este nuevo paradigma integra el comportamiento humano y las instituciones que lo rigen. De manera simplificada, los seres humanos como núcleos de decisión se comportan de acuerdo con sus deseos y preferencias, limitados o condicionados por las restricciones a las que se enfrentan.

Estas restricciones no son sólo las presupuestarias que se utilizan convencionalmente en Economía sino también actúan dentro de unas instituciones. Naturalmente el concepto de institución resulta más amplio que el tradicional y recoge tanto los sistemas de decisión colectiva (mercado, democracia, jerarquía, democracia, negociación) como las normas y tradiciones y finalmente las organizaciones (empresas, estados, burocracias, clubes, asociaciones, familia, etc.).

Frente a esta acusación hay que decir, que desde el punto de vista del avance del conocimiento, no podemos más que felicitarnos porque las realidades complejas vengán interpretadas por diversas y variadas aproximaciones disciplinares y que el caledisocopio que no proporcionan nos permita tener una visión más acertada y próxima de los procesos sociales. El peligro y las a veces justificadas reticencias derivan no tanto por el intrusismo economicista en distintos ámbitos de la realidad social, sino por una extraña superioridad de la economía para orientar normativamente programas de acción colectiva.

Partiendo de estas precauciones, hemos de señalar que la economía aporta reflexiones incisivas, originales y con potente capacidad explicativa para aclarar algunos de los mecanismos de funcionamiento del entramado del mundo de la cultura. Un mundo que, por otra parte, vive en muchas ocasiones ensimismado y satisfecho y en

el que sus agentes se libran muchas veces del debate social protegidos por un caparazón místico y oscurantista. La pretendida transparencia de las sociedades democráticas debe exigir que si no la estética, al menos la asignación de recursos colectivos destinados a la cultura se discuta a la luz de las aportaciones que puedan hacer cualquier disciplina social. De esa multiplicidad de visiones, sólo se puede derivar riqueza interpretativa y mayores grados de libertad en el momento de elegir entre distintas opciones. En este sentido la economía es sólo un tigre de papel que no puede amenazar a nadie más que a aquellos que obtengan ventajas por una asimétrica distribución de la información.

2. Economía y Literatura Infantil y Juvenil

A partir de las consideraciones anteriores, la Economía puede aproximarse desde dos perspectivas al fenómeno de la LIJ:

- a) Desde una visión convencional y considerando al libro como un producto más, que tiene su proceso de producción, su complejo proceso de distribución y que finalmente llega al consumidor. Es decir, la Economía como herramienta de análisis del intercambio de mercancías en el mercado.
- b) Desde una percepción más amplia de la Economía como ciencia social y considerando a ésta como una ciencia que se aproxima a los procesos de decisión en un entorno de elección racional, donde los individuos toman decisiones tratando de “maximizar su utilidad”, sujetos a determinadas restricciones, sean estas de carácter presupuestario o institucional.

Esta segunda aproximación resulta más interesante porque nos induce a cuestionarnos no sólo cómo se produce, distribuye y consume un libro, sino también por qué un autor *decide* crear una obra destinada al público infantil y juvenil, por qué un editor *decide* editar dicha obra, por qué un librero *decide* venderla, por qué alguien *decide* comprarla y finalmente el mismo alguien u otro *decide* leerla.

También se pueda abordar la cuestión de por qué en las sociedades occidentales *decidimos* dedicar recursos colectivos a incentivar que los niños y los jóvenes lean. Todas estas decisiones en entornos de elección racional, suponen que los que toman sistemáticamente esas decisiones obtienen recompensas, en términos psicológicos, de placer o monetarias que superan los costes de tomar esas decisiones y esto nos ayuda mucho a entender las relaciones causales que desencadenan estos procesos de decisión.

2.1 El libro infantil como producto

Desde esta primera consideración, más restringida, varias características diferenciales se pueden decir del libro de LIJ. Como subsector del sector del libro se trata un segmento de mercado no despreciable (Canoy M.van der Ploeg. F, Jan C., 2005) que alrededor del año 2000 suponía un 10% de la facturación total en países como España, Suecia, Francia, Estados Unidos y Australia. En países como Alemania, Irlanda e Italia estas cifras son inferiores (3 y 4%) y finalmente en otro conjunto de países, como Dinamarca y Finlandia, que muestran una mayor especialización relativa, estas cifras se sitúan alrededor el 15%.

Nos encontramos, por tanto, ante un subsector relevante y que además muestran tasas de crecimiento superiores a la media del sector, lo que nos apunta a la idea de que cada vez más se le prestará más atención también desde la perspectiva económica.

A partir de compartir muchas de la peculiaridades genérica del libro como producto (bien de experiencia con elevados niveles de riesgo en la elección, precios determinados desde el productor, complejidad en la logística de los procesos de distribución, intensivo en espacios de exhibición, objeto fetiche que se atesora, el vendedor ejerce muchas veces de prescriptor, etc.), los libros de literatura infantil y juvenil, además muestran unas características diferenciadas, entre las que cabe destacar:

- a) Se orienta a una demanda de segundo orden, es decir, los lectores finales pocas veces son los que *pagan* los libros. También en esta dimensión cabe añadir que una proporción relevante se trata de demandas orientadas por los padres de los lectores o por el sistema educativo, circunstancia que dificulta notablemente el análisis de las preferencias reales de la demanda final.
- b) Como producto tiene menos páginas de media (83 en 2002) que el libro en general y al mismo tiempo contiene más ilustraciones que el libro medio. La combinación de estas dos características provoca que en general se trata de un producto más barato por ejemplar, pero en términos de producción, se trata de un producto con un mayor coste por página. En España, por ejemplo, en 2003 el precio medio del libro de LIJ era de 7,1 Euros, mientras que el precio medio del libro en general se situaba en 12,03 Euros. La menor cantidad de textos y la mayor “traducibilidad” de las ilustraciones, explica también el hecho de que se trata de uno de los subsectores con mayor porcentaje de traducciones, lo que provoca que desde el punto de vista de la creación se está sometido a mayores niveles de competencia.

- c) Desde el punto de vista de la logística de la distribución y la edición, el libro de LIJ, especialmente el orientado a la demanda infantil presenta mayores problemas que el libro medio. Muchas veces se presenta con formatos irregulares, con complementos (desplegables, juegos, fichas, etc.), que complican notablemente al logística de la distribución, del almacenaje y de exhibición en las librerías.
- d) A pesar de las cuestiones citadas anteriormente, parece que el subsector está funcionando bastante mejor que el resto del sector ya que el ratio de oferta demanda se situaba en 2003 muy por encima de la media del sector del libro, de manera que los ejemplares vendidos suponían más de un 92% de los producidos, mientras que por ejemplo en Literatura este ratio se sitúa un poco por encima del 70%. Se trata por tanto de un subsector más eficiente en la planificación de su producción y con niveles de rentabilidad mayores. (Grupo SM, 2005).

En definitiva se trata de un subsector relevante, dinámico y con unos comportamientos en términos de rentabilidad que superan a la media

2.2 El libro infantil y juvenil como instrumento de promoción de la lectura

Otra dimensión relevante del libro infantil y juvenil deriva de la consideración del mismo no sólo como producto para el mercado sino como herramienta e instrumento de la promoción de la lectura. Y desde esta nueva perspectiva las aportaciones de la Economía también pueden ser relevantes y surgen desde una concepción más amplia de la ciencia económica.

La primera cuestión que pone de manifiesto esta visión es que la lectura es una actividad que los economistas calificarían de “bien preferente”. Un bien preferente (*merit good*) es aquel que se consume a un nivel menor del deseado porque los individuos sólo consideran los beneficios individuales que genera dicho consumo y no valora las ventajas que aporta al conjunto de la sociedad. En términos económicos, esto significa que las externalidades positivas no son internalizadas por los consumidores. Para aumentar la eficiencia social, el Estado podría elegir promover un mayor consumo de dicho bien preferente. Esta supuesta bondad de la lectura, sin embargo, cuando se trata de perfilarla con mayor precisión, resulta bastante difícil de argumentar. Aunque no es el momento para profundizar en la cuestión, lo cierto es que hasta ahora no hemos encontrado ningún razonamiento más o menos contundente y apoyado en algún estudio

riguroso que evidencie que exista alguna correlación causal entre la cantidad genérica de lectura y/o de lectores y algún indicador de mayor eficiencia o éxito individual o social.

En este caso, la Economía aporta la capacidad de cuestionar algunos supuestos no excesivamente demostrados que provienen del campo de las ciencias de la educación. La Economía sólo puede decir que la lectura resulta apasionante para algunos (ya que sus niveles y frecuencia de consumo así lo demuestran), también es una forma de ocio relativamente barata frente a sus alternativas y finalmente el consumo de libros –la lectura- resulta una práctica versátil, que se adapta a diversas circunstancias y entornos y que se exige pocas inversiones en capital fijo.

A pesar de estas consideraciones, resulta evidente que en todo el mundo occidental se formula la idea, con un grado elevado de consenso, de que la lectura es una práctica que se ha de promover y la mayoría de las administraciones públicas y en todos los niveles de gobierno cuentan entre sus políticas alguna línea de implementación que persigue como objetivo la promoción de la lectura.

En este sentido, las aportaciones de la Economía pueden diseñarse a partir de las técnicas de evaluación y análisis de las políticas públicas a partir de criterios de eficacia (si las intervenciones consiguen los objetivos perseguidos), eficiencia (si las acciones se implementan de la mejor manera posible, minimizando los coste y maximizando los beneficios) y equidad (si los beneficios de las políticas llegan a finalmente a los que se había previsto que llegaran a partir de los criterios de necesidad).

Desde este planteamiento nuestras más o menos fundadas intuiciones, y a la espera de profundizar con futuras investigaciones, nos apuntan al hecho que desde el punto vista del conocimiento sabemos muy poco sobre la conformación de las preferencias lectoras y las implicaciones individuales y sociales de las mismas, y en estas circunstancias los argumentos comunes sobre la responsabilidad del sistema educativo, o la irrupción de los medios audiovisuales en el descenso de las prácticas lectoras, resultan limitados.

La premisa habitual es que reforzar los hábitos lectores en niños y jóvenes tendrá efectos en los comportamientos lectores de futuros adultos, es por ello que el grueso de las políticas de promoción de la lectura se centran a partir de la literatura infantil y juvenil. Algunos autores, a partir de investigaciones rigurosas apuntan a que la cuestión no es tan sencilla (Verbood, van Rees, 2003)ⁱ.

Realizando afirmaciones muy genéricas y por tanto poco precisas, podemos afirmar que, en España, el período educativo de niños y jóvenes coincide temporalmente con un proceso de creciente aversión a la práctica lectora que se concreta en la adolescencia con un abandono casi generalizado. En este sentido y por la poca variación de algunos indicadores, podemos aventurar que las políticas de promoción de la lectura son habitualmente poco eficaces y en muchos casos socialmente regresivas.

Ante estas circunstancias hay que profundizar en la búsqueda de modelos de relaciones causales que expliquen con mayor precisión las prácticas lectoras y en este empeño pensamos que las aportaciones de la Economía pueden ser al menos tan útiles como las que puedan aportar la Sociología, la Psicología u otras aproximaciones de otras ciencias sociales.

3. A modo de conclusiones

Que el capitalismo globalizado de principios del siglo XXI está virando hacia entornos donde la centralidad se sitúa en los modos de gestión de la producción simbólica es una cuestión que, desde nuestra perspectiva, requiere ya más discusión sobre cómo nombrarla que sobre el hecho en sí. El hecho cierto es que la generación, producción, transmisión, conservación y reciclaje de la información, el conocimiento, las experiencias y la cultura van a determinar no sólo la configuración de los espacios sino las bases de su competitividad a medio y largo plazo. En este contexto, también la Ciencias Sociales han de prestar más atención a los procesos de generación de capacidades para gestionar la producción simbólica [...] y la observación de sus modos de generación, producción, distribución, consumo y conservación/reciclaje” (Rausell y Carrasco 2002).

Desde esta idea, la Economía como ciencia puede aportar visiones interesantes sobre la realidad de la literatura infantil y juvenil. El libro infantil y juvenil muestra unos atributos y características económicas específicas que determinan sus modelos de creación, producción, distribución y consumo. En el ámbito de la consideración de la lectura como bien preferente, las consideraciones generales que podemos hacer son:

- a) Las sociedades con tasas bajas de lectura funcionan igual de bien/mal que el resto (quizás no sea nada trágico).

- b) Desde el punto de vista del conocimiento, sabemos muy poco sobre la conformación de las preferencias lectoras y las implicaciones individuales y sociales de las mismas.
- c) La lectura no es la única vía del desarrollo cognitivo, las emociones, el entretenimiento.
- d) La sobrevaloración del hecho lector nos induce a numerosos errores y a una perspectiva culpable de los no lectores, y quizás la clave no está en la caída del consumo adolescente (irremediable), sino en la recuperación de los hábitos lectores en los post adolescentes.
- e) Las políticas de promoción de la lectura han mostrado ser bastante ineficaces, y muy pocas veces plantean mecanismos de evaluación, lo que nos induce a incorporar consideraciones en términos de eficacia, eficiencia y equidad.

En definitiva, lo que deseamos apuntar es la capacidad y la oportunidad de la Economía, para profundizar en el análisis de todos aquellos hechos sociales que tengan que ver con la práctica y la difusión de la cultura en general, y con el análisis de la literatura infantil y juvenil en particular.

Bibliografía

- Canoy, M., van der Ploeg, F., van Ours, J. (2005): "The Economics of books". Discussion Paper N° 4892. Center for Economic Policy Research. [HTTP://www.cepr.org/pubs/dps/DP4892.asp](http://www.cepr.org/pubs/dps/DP4892.asp) (consultado febrero de 2006).
- Departamento de Investigación y mercado. (2005): *Anuario sobre el libro infantil y juvenil. La LIJ en movimiento*. Grupo SM
- Frey Bruno S. (1992): *Economics As a Science of Human Behaviour. Towards a New Social Science Paradigm*. Dordrecht, Kluwer Academic Publishers
- Rausell Köster, Pau (1999): *Políticas y sectores culturales en la Comunidad Valenciana*. Edit Tirant lo Blanch. Valencia
- Rausell, Pau y Carrasco, Salvador (2002): "Cultura y Producción Simbólica en la Comunidad Valenciana. Un análisis sectorial e implicaciones territoriales." pp 249-273 *Arxius de Ciències Socials*. N° 7. Novembre 2002. Edit Afers. Facultat de Ciències Socials. Universitat de Valencia

Verboord, Marc, van Rees, Kees (2003): “Do changes in socialization lead to decline in reading level?. How parents, literary education, and popular culture affect the level of books read”. *Poetics*. 31 (2003) 283–300. Elsevier

ⁱ *Literary reading, cultural critics and theorists affirm, is put in jeopardy by social developments like the neglect of classical culture, drastic reformations of the educational system, and the tightening grip of audiovisual media on cultural consumption patterns. The results of this project indicate that the situation is not that simple. First, we found no evidence that the literary background of recent cohorts is inferior to that of their predecessors. Their parents supplied them on average with more literary baggage than did those of earlier cohorts. An important factor underlying this trend appears to be the increase in educational level attained by people in the Netherlands. In addition to this, the bad influence of television is also not clear; other forms of popular culture appear to have no impact at all. Finally, taking account of the types of approach used in literary education does not yield arguments as to why traditional culture-centered lessons should remain the standard. (pág 298)*