



## Los lectores. Feria del libro 2012\*

*\*Este apartado corresponde a la segunda parte del Estudio "El Sector Editorial en Córdoba I 2012", producido por la Subsecretaría de Cultura de la Municipalidad de Córdoba, Área de Investigación.*

*Encontrará la versión completa en la sección "Producción y Empleo Cultural – Producción Cultural" de esta web.*

En esta segunda parte del trabajo vamos a enfocarnos sobre el último eslabón de la cadena del circuito editorial: **el lector**. Sobre él se mueve la oferta en esta industria. Presentaremos, en primer lugar, una breve reseña de cómo comenzaron los estudios relacionados a los hábitos de lectura en nuestro país y datos estadísticos que nos permitan delinear las características del lector argentino.

## El Lector. Hábitos de lectura en Argentina

Según el estudio ya citado “*Valor y símbolo. Dos siglos de industrias culturales en la Argentina*” (2010), a mediados del siglo XIX sólo dos personas de cada diez sabían leer y escribir. A finales del mismo siglo, el analfabetismo era del 53%, y del 35% en 1914, al inicio de la Primera Guerra Mundial. Con el auge de la imprenta se abarataron los costos gráficos lo cual dio lugar a la multiplicación de editoriales y ediciones populares. En 1934 la Editorial Sopena inició la publicación de la revista *Leoplán* que, en su mismo título, aludía a un Plan de Lectura y promovía el consumo de libros.

Según un artículo publicado por Miguel Russo en el sitio *Miradas al Sur*, es a partir de la segunda mitad del siglo XX cuando se comienza a investigar sobre la Historia de la lectura “tanto sobre lo leído en el pasado como en la búsqueda de las distintas formas de apropiación y representación de los textos en el presente y hacia el futuro”<sup>111</sup>. La investigación en la Argentina tuvo como experiencias valiosas los trabajos realizados por Leandro de Sagastizábal y los llevados a cabo por el equipo interdisciplinario dirigido por José Luis de Diego.

Russo cita el trabajo realizado por del Consejo Nacional de Lectura, la Universidad de Tres de Febrero y el SInCA, el cual colaboró en delinear los hábitos de lectura de los argentinos en cuanto a “qué, el por qué y el para qué leen o no leen”. Cabe desatacar que se trató de una encuesta realizada entre octubre y noviembre de 2011 sobre una muestra de 3.568 casos que residieran en localidades del país que superaran los 30.000 habitantes. Los resultados arrojados fueron:

La lectura es casi universal en la Argentina ya que el índice de analfabetismo es bajo (menos del 2% en 2011). En la actualidad, el 90% de las personas lee, como mínimo, un cuarto de hora. El 6% de los que no leen ahora lo hicieron en algún momento de sus vidas y tan sólo el 4% dice que no es ni nunca fue lector.

Los nuevos **formatos digitales** han hecho que se incremente la cantidad de lectores en estos nuevos soportes. De esta manera se registró un incremento de lectores de diarios y libros digitales en los últimos diez años. En cuanto a las revistas digitales el número de lectores cayó levemente.

---

<sup>1</sup> RUSSO, Miguel, (2012). *Argentinos a las Letras. Miradas al Sur*. Recuperado el 2 de septiembre de 2012 de <http://sur.infonews.com/notas/argentinos-las-letras>.

Sin embargo, también se registró un incremento en la **compra de diarios y libros**. La compra de libros digitales es muy marginal, sólo el 1% de los lectores.

Uno de los aspectos que revela la encuesta es que la lectura digital y la de diarios, libros y revistas en papel se refuerzan mutuamente, es decir, aquellos que atraviesan el umbral de la lectura, sea a partir del papel o de la PC, tienden a leer en ambos soportes.

En cuanto a la **edad** de los lectores, entre los 18 y los 60 años la cantidad de lectores es bastante similar. La población mayor de 60 años lee menos, independientemente del formato de lectura. La PC, para esta población es casi inexistente. En cambio la juventud es la que más utiliza este medio: 73%. El grupo siguiente, de 26 a 40 años, disminuye la lectura digital al 62%. Y entre los de 41 a 60 años al 41%.

La lectura sistemática del **diario** es un hábito en lento desuso. La tasa de población que lee el diario entre cinco y siete días, declina de generación en generación. En tanto, la **frecuencia de lectura de libros** es levemente mayor entre los 26 y los 40 años (16 %) que en los demás grupos etareos (entre 11% y 12%). Sobre la **PC** se arrojó que el 68% de los menores de 26 años leen con una frecuencia de entre cinco y siete días. Un condicionante de esta variable es la dificultad económica y de salud de los diferentes estratos.

Con respecto a la **condición socio económica**, el estudio reveló que entre los niveles socioeconómicos medios y altos, la lectura es casi universal: 96% y 99%. En el nivel más bajo, disminuye al 83%. En relación a la lectura de revistas casi no hay diferencias en sectores medios y altos, y apenas cae en los más bajos.

Con respecto al libro tampoco se observan grandes diferencias entre porcentajes de lectores de nivel alto y medio pero sí una importante variación con el nivel bajo (28%). La misma tendencia se da en la lectura digital: es importante en los sectores medios (63%) y altos (77%) y muy poco habitual en el sector bajo (16%). También se encontraron variaciones en la frecuencia de lectura de libros y PC según nivel socioeconómico. Al mismo tiempo, los problemas de vista y monetarios en los niveles socioeconómicos bajos tienen un fuerte impacto en la disminución de lectura de libros pero disminuyen conforme sube el nivel.

**Razones que motivan la lectura.** Entre los encuestados que se reconocen lectores, el 76% dice que lo hace por la necesidad de estar informado y el 47%

por el placer de la lectura. Luego se reconoce como estímulo las ganas de aprender cosas nuevas con un 36% y la costumbre de hacerlo con un 25%. Resulta un dato más que llamativo que sólo el 20% menciona leer por motivos de estudio y el 15% por cuestiones laborales. En el caso de los libros, los lectores afirman que los leen por placer en un 84%. Es importante, además, la mención a “aprender cosas nuevas” y a “ampliar la cultura general”, que llegan al 70%. Por último, un 44% admite leer por costumbre, un 35% por razones de estudio y un 29% por trabajo.

**Razones que no motivan la lectura.** Entre quienes prefieren no leer diarios, revistas o libros, se rastrearon los motivos de la decisión. La mayoría la alcanzó el desinterés en el hábito, aunque también se mencionó significativamente a las dificultades económicas y los problemas de salud para leer (específicamente, de visión). Un 35% señaló que no lee por falta de tiempo o porque ya no estudia. De esto se desprende que algunos incentivos para revertir los hábitos de lectura podrían ser, tener mayor tiempo libre, que los libros cuesten menos, tener mayor tranquilidad para concentrarse y solucionar problemas de vista.

En cuanto a los **temas de interés**, en el caso de las revistas, un 32% de los lectores prefiere las de información general, un 20% las de espectáculos, un 18% las femeninas y un 16% las de moda, cocina y manualidades. Para cerrar el grupo temático de revistas más leídas, las deportivas alcanzan el 12% de menciones. Los lectores de libros, prefieren los cuentos y las novelas (entre el 55% y el 60%) y en menor medida los textos escolares y las biografías (entre el 42% y el 55%). Poesía, historietas, textos científicos y ensayos tienen menos aceptación. Por su parte, para terminar, los usuarios de internet indican como lecturas en pantalla más importantes el correo electrónico (74% de ellos se conecta para leer mails), los diarios y noticias (61%) y las redes sociales (42% frecuentemente y 17% de vez en cuando). Los libros, revistas y textos laborales muestran bajos índices de lectura. Los libros son leídos frecuentemente por el 11% y de vez en cuando por el 23%, mientras que las revistas se leen entre el 8% y el 24%, respectivamente.

Un estudio previo, realizado entre el 2004 y el 2006 por la Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación, revela que son las mujeres más que los hombres las que poseen hábitos de lectura.

## LOS LECTORES DE LA FERIA DEL LIBRO 2012

Para poder definir el perfil del lector cordobés creímos importante, en el marco de este trabajo de relevamiento del sector editorial, acercarnos a él durante la realización de la Feria del Libro 2012.

Una Feria de acceso gratuito implica que los ciudadanos pueden ingresar libremente, en reiteradas oportunidades, esto hace que el dato de cantidad de personas que circulan por las carpas sea poco relevante. En cambio, es de sumo interés conocer más sobre quiénes son los visitantes a la Feria, identificar sus hábitos y preferencias de lectura, el perfil cultural del público asistente. Así se pueden tener precisiones sobre cuáles son las inclinaciones de los asistentes a la hora de comprar un libro, la participación en las actividades programadas, el modo por el que se informan de la Feria y sus actividades, entre otros.

La decisión política de revitalizar la Feria, jerarquizar sus actividades, visibilizar a las editoriales y escritores locales, ha sido la premisa de la Municipalidad de Córdoba, y es fundamental cruzar éstas acciones con los intereses de los ciudadanos que acceden a una propuesta cultural de esta envergadura. Es menester del Estado encontrar el equilibrio entre los intereses de la ciudadanía, el de la comunidad de escritores cordobeses – quienes bregan por el acercamiento con los lectores– y el de las editoriales, librerías y expositores, en general.

Proponemos a continuación, el marco metodológico que nos permitirá definir las características y el perfil del lector que visita la Feria del Libro de la ciudad de Córdoba.

### Marco metodológico

En esta segunda parte del trabajo también definiremos el **tipo de estudio** como **descriptivo** a través del cual se busca definir las características de las personas que visitan la Feria del libro 2012 en la ciudad de Córdoba. El esquema de trabajo para este apartado es:

*Revisión de material bibliográfico* en cuanto a trabajos antecedentes que revelen las características del lector argentino a lo largo de los años.

*Construcción de un diseño metodológico* para lograr definir las características del lector cordobés que visita la Feria del Libro 2012.

*Ejecución del trabajo de campo* a través del relevamiento de 689 casos del 6 al 24 de septiembre de 2012.

*Análisis e interpretación de datos* a partir de la lectura de los datos obtenidos y contraste con trabajos antecedentes.

*Planteo de conclusiones finales.*

## **Unidad de análisis**

Personas mayores de 16 años que visitaron la Feria del Libro 2012 en la ciudad de Córdoba de lunes a viernes durante la mañana y la tarde y los sábados y domingos por la tarde.

## **Selección de la muestra**

El muestreo se realizó en forma *no probabilística*, por conveniencia.

## **Técnica de recolección de datos**

Para poder definir el perfil de los lectores cordobeses que visitaban la Feria del Libro 2012 en la ciudad de Córdoba se optó por la encuesta como técnica de recolección de datos.

El instrumento utilizado fue un cuestionario voluntario y anónimo estructurado a partir de tres ejes:

Datos de clasificación.

Feria del Libro.

Hábitos de Lectura.

Las preguntas fueron cerradas –de elecciones múltiples y dicotómicas– y abiertas –de opinión–. La elección de esta técnica estuvo condicionada por la necesidad de acceder a información variada sobre una muestra grande –en cuanto a número de casos– y en un corto tiempo.

Cabe mencionar que la encuesta fue realizada en forma personalizada, es decir leída y completada por el encuestador con el fin de asegurar la comprensión y contestación de la totalidad de las preguntas.

## **Instrumento. Encuesta a los visitantes de la Feria del Libro 2012**

Las preguntas realizadas en la encuesta versaron sobre:

*Datos de Clasificación:* edad, género, barrio, estudios y situación laboral.

*Feria del Libro:* frecuencia de visita, medios por el que se informa sobre el evento, actividades que prefiere realizar, compra de libros, asistencia a alguna actividad anexa y percepción.

*Hábitos de lectura:* preferencia de soportes, preferencia de géneros en libros y hábitos de lectura en la familia.

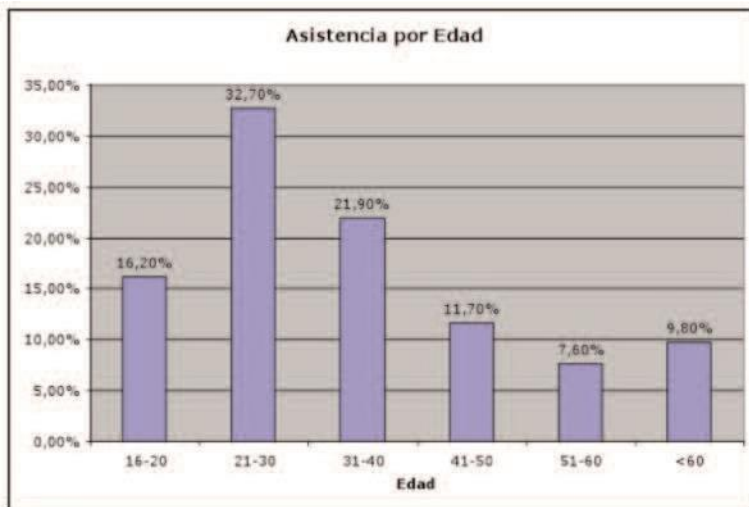
En el anexo se encontrará el instrumento utilizado durante la Feria del Libro 2012 a los visitantes del evento.

## Visitantes de la Feria del Libro 2012. Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas durante los 19 días que duró la Feria, a los asistentes de la misma.

En cuanto a la distribución por género, los resultados arrojaron que, del total de casos relevados, **65,1%** corresponde a **mujeres** y el 34,9% a hombres.

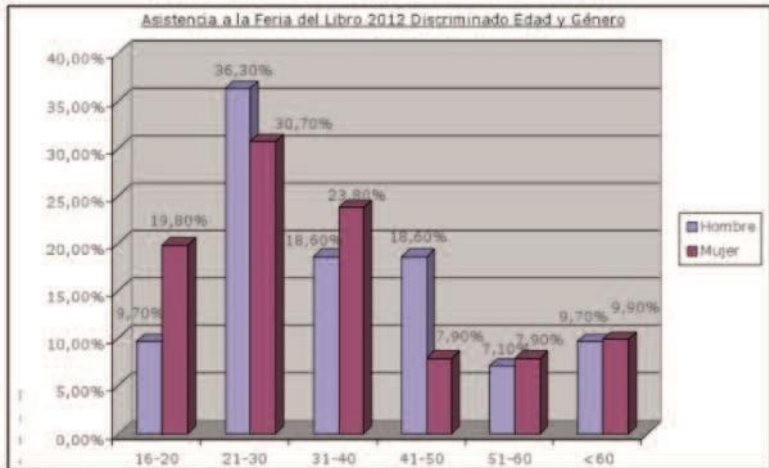
El gráfico a continuación muestra la distribución de encuestados asistentes a la Feria por edad:



La distribución según género y edad puede observarse en el siguiente cuadro.

Edad	Hombres	Mujeres
De 16 a 20 años	9,7%	19,8%
De 21 a 30 años	36,3%	30,7%
De 31 a 40 años	18,6%	23,8%
De 41 a 50 años	18,6%	7,9%
De 51 a 60 años	7,1%	7,9%
Más de 60 años	9,7%	9,9%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

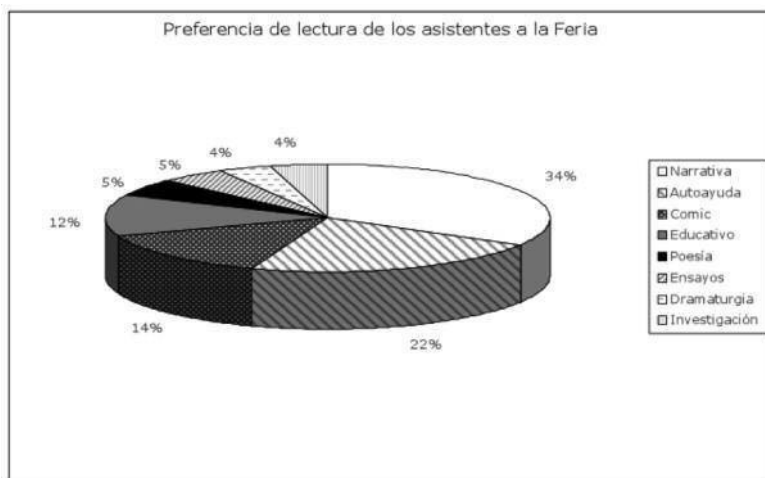




Uno de los interrogantes que forman parte del imaginario popular es que las personas pasan por la Feria sólo por ser el evento más importante de la ciudad. Por esto se preguntó sobre los hábitos de lectura, es decir siempre considerando la percepción que los encuestados tienen sobre sí mismos:



Entre los encuestados que dicen que leen, preguntamos sobre sus preferencias de géneros literarios:



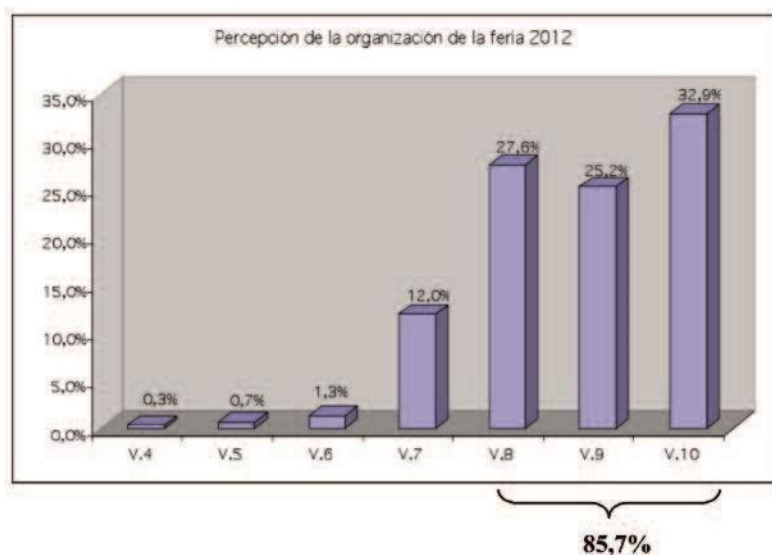
En cuanto al comportamiento de compras en la Feria:

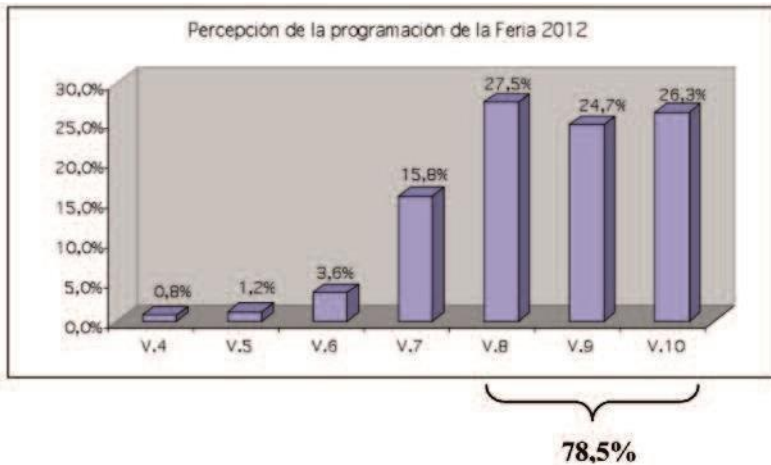
	Porcentaje
Compró Libros en la Feria	40,4%
Todavía no se había decidido al momento de la encuesta	18,0%
No compró por precios altos	10,9%
No compró ni iba a comprar libros	30,7%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>



Es decir que **de cada 10 visitantes, 4 compraron libros en la Feria**. Asimismo, se evidenció en las respuestas de “no compra por precios altos”, que todavía es necesario profundizar el trabajo en dos ejes. El primero tiene que ver con el bajo reconocimiento del público asistente a los autores locales –salvo la mención de algunos escritores locales consagrados– y a los sellos locales, dado que el promedio de precio por ejemplar de un libro de editorial local es entre un 15 y un 40% más barato que un libro de edición nacional. El segundo tiene que ver con las librerías locales que mantienen los mismos precios de libros que en sus locales habituales, no prestando en general en ningún caso precios especiales y/o venta de diferenciales con respecto a la oferta que habitualmente venden en sus locales.

Finalmente, se consultó a los encuestados sobre la percepción de aspectos de la Feria del Libro 2012, como por ejemplo sobre la organización y la programación. Se solicitó que evaluaran del 1 al 10, siendo 1 muy mal y 10 muy bien. La percepción de los encuestados se muestra en los siguientes gráficos:





Como se puede observar, las valoraciones sobre la organización y programación de la Feria fueron del 85,7% y 78,5% respectivamente.

Los resultados obtenidos a partir de esta encuesta son valiosos a la hora de evaluar los resultados de esta Feria y encontrar elementos serios que nos permitan planificar ediciones posteriores con resultados aún mejores a los que se han obtenido este año.

## **A modo de conclusión**

Diseñar políticas públicas involucra más que plasmar un concepto y un contenido. Involucra diseñar estrategias, tácticas y acciones para que estas políticas adquieran, junto a sus instrumentos, verdadero sentido social, acompañen procesos de cambio y cumplan el rol de beneficiar a la población de las que emanan y para las cuales son instrumentadas, sea en calidad de vida, de la cual la cobertura forma parte ineludible; sea para acompañar o facilitar el desarrollo de un sector en particular.

La investigación empírica, desde la perspectiva cuantitativa y cualitativa, es una herramienta que no siempre está presente en las políticas activas del estado. El compromiso de este gobierno es dar un nuevo sentido al rol del estado, como impulsor y promotor del desarrollo cultural, turístico y económico de la ciudad de Córdoba.

En el caso del sector editorial, desde diciembre de 2011 se han diseñado políticas e implementado estrategias, se las ha medido y relevado, se han analizado resultados y discutido y consensado con los sectores sociales involucrados, en pos de corregir y profundizar el desarrollo del sector.

Por lo tanto, esta experiencia se considera necesaria para consolidar el desarrollo del sector editorial, al tiempo que permite utilizar la experiencia para ser aplicada a otros sectores socioculturales.

# Anexo

**Nº:****Fecha:** //**Hora:****Encuestador:**

<b>1- Edad:</b>	años	<b>2- Género:</b>	Varón	Mujer	Alternativo	<b>3-Barrio</b>
-----------------	------	-------------------	-------	-------	-------------	-----------------

<b>4- ¿Qué estudios tiene?</b> (indicar el último alcanzado)	Sin instrucción	Estudios terciarios incompletos
	Estudios primarios incompletos	Estudios terciarios completos
	Estudios primarios completos	Estudios universitarios incompletos
	Estudios secundarios incompletos	Estudios universitarios completos
	Estudios secundarios completos	Estudios de posgrado

**5- Situación laboral:**

¿Trabaja?	Si	No	¿Estudia?	Si	No
En relación de dependencia					
Independiente					

**6- Asiste a la Feria:**

Anualmente	
Ocasionalmente	
Primera vez	

**7- ¿A través de qué medio se informó sobre la Feria del Libro?**

Radio	
Televisión	
Periódicos	
Web	
Otros	

**8- En el marco de la Feria, ¿Cuál es su preferencia?**

Exposición		
Adquisición		
Novedades Editoriales		
Presentación de libros		
Actividades		
Infantiles	Recreativas	Culturales

<b>9- ¿Compró algún libro?</b>	Si	No	¿Por qué?
¿Cuál/Cuáles?			

<b>10- ¿Ud. lee habitualmente?</b>	Si	No
------------------------------------	----	----

Libros	
Diarios	
Revistas	
Folletos	
Web	

<b>11-¿Qué libros prefiere?</b>	
Narrativa (Cuentos, Relatos, Novelas)	
Poesía	
Ensayos (Académicos, Políticos)	
Investigación	
Comic	
Educativos	
Dramaturgia	

<b>12- ¿Su grupo familiar lee?</b>	Si		No	
------------------------------------	----	--	----	--

<b>13- Asistió o asistirá a alguna programación destacada?</b>	Si		No	
Charla				
Debate				
Presentación de libros				
¿Cuál? Cuáles?				

<b>14- Evalúe del 1 al 10 los siguientes aspectos de la Feria del Libro 2012:</b>	
En general	
Organización	
Programación	
Distribución de los stand	
Localización de las actividades especiales	
Selección de invitados	

<b>15- ¿Modificaría algo?</b>	Si		No	
¿Qué?				