

Ministerio de Educación de la Nación
Encuesta nacional de lectura y uso del libro
Principales resultados

documento preliminar

mayo de 2001

Ficha técnica

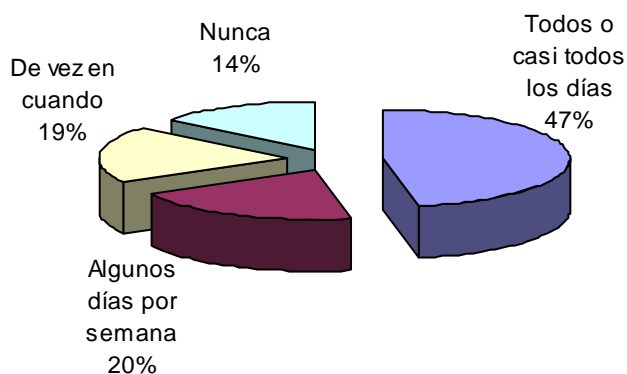
- **UNIVERSO:** POBLACIÓN DEL TERRITORIO ARGENTINO, RESIDENTES EN CENTROS URBANOS DE MÁS DE 30.000 HABITANTES.
- **MÉTODO DE MUESTREO:** POLIETÁPICO, ESTRATIFICADO EN PRIMERA FASE, POR CONGLOMERADOS, CON SELECCIÓN DE LOS PUNTOS MUESTRALES AL AZAR, DE LOS DOMICILIOS POR PROCEDIMIENTOS SISTEMÁTICOS, Y DE LOS INDIVIDUOS DE ACUERDO A CUOTAS DE SEXO Y EDAD SEGÚN PARÁMETROS CENSALES.
- **CRITERIOS DE DISEÑO MUESTRAL:** LA ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA SE REALIZÓ MEDIANTE DOS CRITERIOS: A) LAS REGIONES EN QUE SE DIVIDE EL TERRITORIO NACIONAL –METROPOLITANA, PAMPEANA, CUYO, NORDESTE, NOROESTE Y PATAGONIA– Y B) EL TAMAÑO DE HÁBITAT DE LAS LOCALIDADES, DESAGREGÁNDOLO EN TRES CATEGORÍAS –MÁS DE 500 MIL HABITANTES, DE 100 A 500 MIL Y DE 30 A 100 MIL–.
- **LOCALIDADES:** CIUDAD DE BUENOS AIRES, PARTIDOS DEL GRAN BUENOS AIRES, CÓRDOBA, MAR DEL PLATA, CORRIENTES, RESISTENCIA, TUCUMÁN, MENDOZA, SANTA FE, BARILOCHE, POSADAS, SANTIAGO DEL ESTERO, SAN JUAN, COMODORO RIVADAVIA, CONCEPCIÓN DEL URUGUAY, CLORINDA, TARTAGAL Y VILLA MERCEDES (SAN LUIS).
- **TAMAÑO DE LA MUESTRA :** 2.400 CASOS. ERROR MUESTRAL DE +/- 2,04% PARA UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 95%. CADA REGIÓN ESTÁ REPRESENTADA POR 400 CASOS A FIN DE ASEGURAR LOS REQUISITOS DE CONFIABILIDAD ESTADÍSTICA EXIGIDOS.
- **TIPO DE RELEVAMIENTO:** ENTREVISTAS PERSONALES EN HOGARES, CON APLICACIÓN DE UN CUESTIONARIO DISEÑADO AD HOC.
- **FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO:** 26 DE FEBRERO AL 13 DE MARZO DE 2001.
- **EMPRESA EJECUTORA:** CATTERBERG Y ASOCIADOS
- **DIRECTOR DEL ESTUDIO:** LIC. EDUARDO FIDANZA
- **COORDINACIÓN GENERAL:** LIC. NORA VANOLI

Lectura en general

El 47% de la población de 18 años y más lee diariamente, al menos durante 15 o 20 minutos de manera continua, diarios, revistas, libros u otros materiales. El 20% lee algunos días a la semana. Por su parte, un tercio no lee o lee muy poco: el 19% lee solo “de vez en cuando” y el 14% nunca lo hace ¹.

Gráfico 1

FRECUENCIA DE LECTURA EN GENERAL



Base: Total entrevistados

Fuente: Catterberg y Asociados

No se observan diferencias significativas por edad y género en la frecuencia de lectura. En cambio, es clara la correlación entre lectura y Nivel Económico Social –NES–²: siete de cada diez personas que no leen pertenecen al nivel bajo; entre los que leen “de vez en cuando”, seis de cada diez pertenecen a ese estrato. **En el nivel alto más del 70% lee todos los días; en el nivel bajo lo hace el 34%.**

¹ Esta es la distribución de frecuencias de respuesta a una de las preguntas básicas del cuestionario, cuya formulación fue la siguiente: “¿Con qué frecuencia suele dedicarse, durante 15 o 20 minutos en forma continua, a la lectura en general, ya sea de diarios, revistas, libros u otros materiales?” La intención de esta pregunta fue obtener una primera noción del acceso a una “unidad mínima de lectura” por parte de la población argentina.

² El NES es un índice utilizado para medir la posición de los entrevistados en la escala económico social. Se basa en tres indicadores: nivel educacional del principal sostén del hogar; nivel ocupacional del principal sostén del hogar y patrimonio del hogar, que incluye la posesión de bienes y servicios y de automóvil. La composición del NES es la siguiente: el nivel alto incluye la “clase” Alta (AB) y la Media Alta (C1); el nivel medio incluye la “clase” Media Típica (C2) y la Media Baja (C3); finalmente, el nivel bajo está conformado por la “clase” Baja Superior (D1), la Baja Inferior (D2) y la Marginal (E). De acuerdo con el diseño muestral de esta investigación, el NES alto está representado por el 8% de los hogares, el NES medio por el 44% y el NES bajo por el 48%.

La razón más mencionada para leer es “estar informado”: cinco de cada diez lectores dan esa respuesta. Luego se mencionan, entre las principales razones, la distracción o el entretenimiento (18%), la necesidad de aprender cosas nuevas (12%) y el estudio (10%).

Tabla 1

RAZONES DE LECTURA

	%
ESTAR INFORMADO	49
DISFRUTAR, DISTRAERSE O ENTRETENERSE	18
APRENDER COSAS NUEVAS, MEJORAR LA CULTURA	12
ESTUDIO	10
COSTUMBRE	4
TRABAJO	4
OTRAS RESPUESTAS	3
TOTAL	100

Base: Lectores en general

Fuente: Catterberg y Asociados

La justificación de la lectura en general, centrada mayoritariamente en la información y la distracción, coincide con los resultados de un estudio reciente llevado a cabo en España. En efecto, una encuesta nacional sobre lectura y ocio efectuada en 1998 por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) del estado español, arroja resultados similares: el 45% responde que lee “para estar informado”, y el 30% que lo hace “para distraerse”.³

Nueve de cada diez lectores afirman que leen por gusto. Los inductores de la lectura por gusto que más se mencionan son la familia (40%), luego los profesores y maestros (14%), y otras instituciones –como sindicatos o iglesias– (12%). Casi una quinta parte de los lectores no reconoce ninguna influencia en especial en su gusto por la lectura, mientras que un 6% explica esta inclinación por alguna situación particular ocurrida en su vida.

El interés de los padres y de la familia favorece el hábito y la frecuencia de lectura. Así, el 65% de los lectores sistemáticos –aquellos individuos que

³ “Ocio y lectura”, Estudio CIS 2.280, de marzo de 1998. La comparación con datos internacionales debe hacerse con mucha precaución –evitando sacar conclusiones taxativas– debido a que no existen encuestas internacionales sobre lectura que, utilizando una misma metodología, incluyan a la Argentina. Solo con este requisito podrían desarrollarse comparaciones internacionales fundamentadas sobre el tema en cuestión.

leen todos los días— reconoce que sus padres están interesados en la lectura. En cambio, siete de cada diez no lectores afirman que sus padres tienen poco o ningún interés. No obstante, se observa que una considerable proporción de lectores sistemáticos y habituales desarrollan el hábito más allá de la influencia familiar.

¿Qué factores influyen en el hábito de leer cuando la tradición familiar y la influencia paterna están diluidas o no existen? Aunque las evidencias no sean concluyentes puede adelantarse una hipótesis: el interés personal, la influencia de maestros, profesores, amigos y familiares menos cercanos, junto con la escuela, e instituciones como el club, las iglesias o los sindicatos, suplen las carencias del ambiente familiar y contribuyen a desarrollar el hábito de la lectura.

Las conductas más extendidas asociadas a la lectura en general son previsibles: casi nueve de cada diez lectores leen en su casa; los horarios y la época del año no influyen mayormente en la lectura.

Tipo de lectores

Más allá de las características enumeradas, la lectura en general abarca un fenómeno muy amplio que incluye no solo los diversos materiales de lectura, y las motivaciones que estos suscitan, sino también la frecuencia con que se accede a ellos. A su vez, y este es un factor importante a tener en cuenta, los materiales de lectura tienen una penetración diferente en el conjunto de la sociedad: casi el 80% accede a la lectura de diarios con alguna frecuencia, mientras que alrededor del 60% accede a las revistas y algo más del 50%, a los libros.

Combinando la frecuencia de lectura con el tipo de material leído, es factible construir una tipología que ordene al conjunto de la población. Esta herramienta permite distinguir seis segmentos.

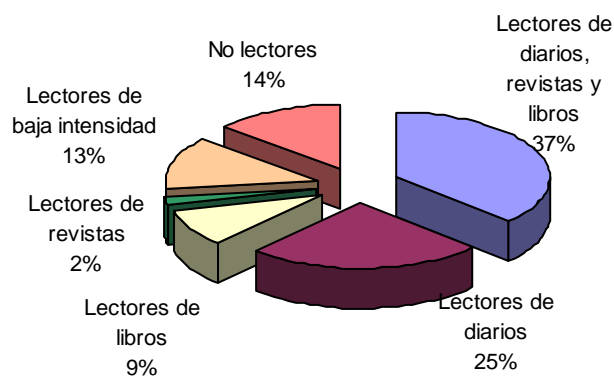
- En primer término, un segmento de 37% de individuos que leen en forma intensiva diarios, revistas y libros indistintamente. Este tipo de lector, caracterizado por la avidez y la sistematicidad, se incrementa a medida que asciende la educación y el nivel de ingresos familiares.
- Luego puede distinguirse un segmento, conformado por el 25% de la población, cuya lectura principal es el diario. Razones pragmáticas y localizadas, como la información y los requerimientos laborales, tienen mayor validez en el interior de este sector, conformado

mayoritariamente por población masculina de edad intermedia (26 a 60 años).

- En contraste con ellos se encuentra el segmento centrado en la lectura de libros, donde son ampliamente mayoritarias las mujeres, la población menor de 40 años, y los individuos de NES medio y alto. El gusto por la lectura, vinculado con una búsqueda personal de mejora, junto a razones de estudio, son claves para este segmento, que incluye al 9% de la población.
- La lectura de revistas, como se verá más adelante, es un fenómeno minoritario. Es congruente con ello que solo un 2% de la población centre sus lecturas únicamente en este material. Este grupo está conformado básicamente por mujeres de nivel económico social bajo.
- Un 13% de la población lee muy poco o casi no lee. Se los puede identificar como lectores de “baja intensidad”. Por su perfil son más cercanos a los no lectores que a los lectores. Predomina relativamente entre ellos la población femenina y los individuos de nivel económico social bajo.
- Finalmente, el 14% de la población que nunca lee.

Gráfico 2

TIPOLOGÍA DE LECTORES



Base: Total entrevistados

Fuente: Catterberg y Asociados

Lectura y tiempo libre

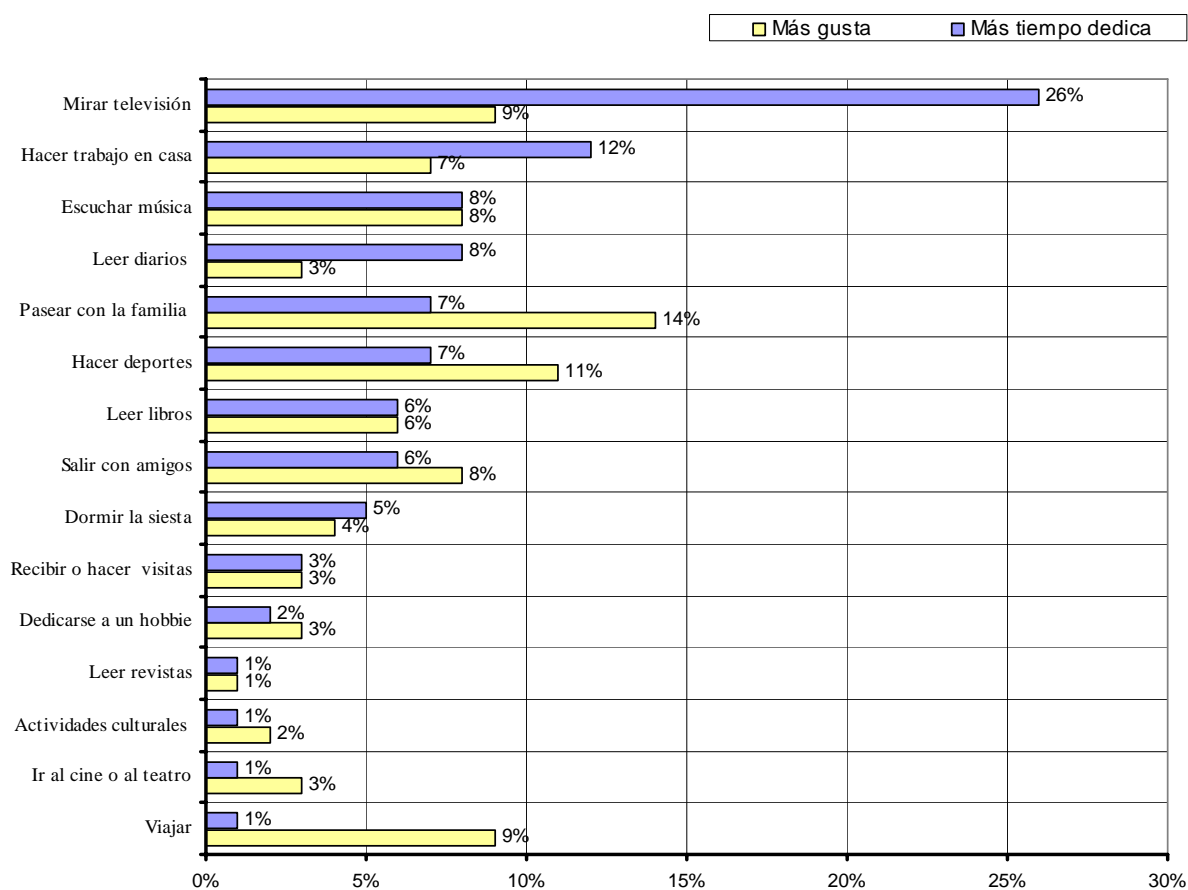
Como sucede en otros países, la lectura no es para la gran mayoría de la población de la Argentina una ocupación prioritaria en los momentos de

tiempo libre. La gente, como es previsible, ve más televisión y ocupa sus horas en actividades en el hogar. La lectura de diarios es la actividad principal del tiempo libre para apenas el 8%, la lectura de libros lo es para el 6%, y la de revistas para el 1%.

La lectura no mejora su posición relativa si se indaga cuál es la actividad que más le gustaría realizar a los entrevistados para ocupar su tiempo de ocio. Solo el 6% piensa en los libros y apenas el 3% en los diarios. La población, antes que la lectura, prefiere “pasear con la familia”, “hacer deportes”, “mirar televisión”, “viajar” o “escuchar música”.

Gráfico 3

ACTIVIDAD A LA QUE SE LE DEDICA MÁS TIEMPO LIBRE Y ACTIVIDAD QUE MÁS LE GUSTA



Base: Total entrevistados

Fuente: Catterberg y Asociados

Razones para no leer

Para el 14% de los individuos que nunca leen, la razón más difundida para no leer es la falta de interés. Esta explicación, cuya dilucidación excede a una investigación cuantitativa, la ofrece casi un tercio de los no lectores. Entre los jóvenes de 18 a 26 años que no leen, el desinterés por la lectura alcanza al 56%.

Los problemas en la vista y la falta de tiempo son las razones más mencionadas, después del desinterés, para justificar la no lectura. En cada caso, casi una quinta parte de los que no leen explica de ese modo su actitud. Otras razones para no leer están asociadas a la ausencia de una contracción persistente y definida hacia la lectura. Los motivos más mencionados son falta de hábito (8%), dificultad –“me cuesta leer”– (9%) y falta de concentración (5%). En general, estas razones son más usuales entre las mujeres, los mayores de 40 años y los individuos de nivel social bajo.

La falta de tiempo, mencionada por casi uno de cada cinco individuos que no leen, presenta una distribución homogénea por género, edad y nivel económico social. Considerando el uso del tiempo en el conjunto de la población no se advierte que esta justificación esté basada en hechos objetivos. Las personas que no leen no disponen, de acuerdo con los datos, de menos tiempo que los que leen. Alegar esta razón parece antes una excusa que encubre el desinterés por la lectura, o bien expresa la creencia de que esta requiere un tiempo o un ámbito especial incompatible con las múltiples actividades que los individuos desarrollan en su vida cotidiana.

En ese contexto, solo el 3% justifica la ausencia de lectura por el hecho de no saber leer. Entre ellos, predominan netamente los varones, la población mayor de 40 años y de estrato social bajo. Otro 3%, finalmente, explica que no lee por no poder comprar o conseguir los materiales de lectura.

Tabla 2

RAZONES PARA NO LEER

	%
NO LE INTERESA LA LECTURA	32
NO DISPONE DE TIEMPO	19
TIENE DIFICULTADES EN LA VISTA	19
NO ESTÁ HABITUADO A LEER	8
LE CUESTA LEER	9
NO SE PUEDE CONCENTRAR EN LA LECTURA	5
NO PUEDE COMPRAR O CONSEGUIR MATERIALES DE LECTURA	3
NO SABE LEER	3
OTRAS RESPUESTAS	3
TOTAL	100

Base: No lectores

Fuente: Catterberg y Asociados

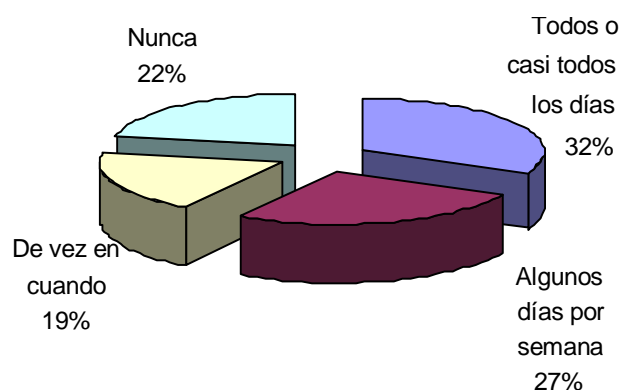
Lectura de diarios

Un tercio de la población lee los diarios todos los días; un 27% los lee algunos días en la semana. Una quinta parte accede a los diarios esporádicamente. El resto, casi una cuarta parte de la población, no lee diarios. Si se comparan estas cifras con resultados recientes obtenidos por el CIS español, puede concluirse que en nuestro país se leen los diarios con frecuencia algo menor que en España.⁴

⁴ De acuerdo con los datos de la encuesta del CIS, ya mencionada, el 45% de los españoles leen diarios “todos los días o casi todos los días”, el 32% lo hace “algunos días por semana”, el 5% “de vez en cuando” y el 18% “nunca”.

Gráfico 4

FRECUENCIA DE LECTURA DE DIARIOS



Base: Total entrevistados

Fuente: Catterberg y Asociados

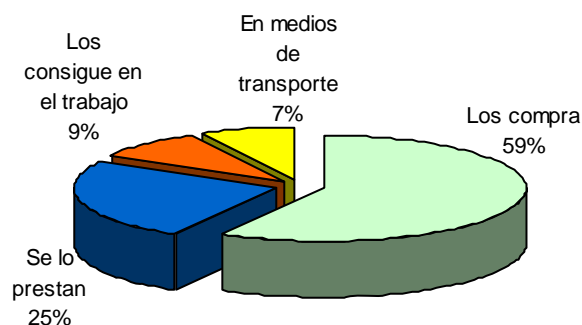
Entre los lectores sistemáticos de diarios –personas que leen todos los días– existe mayor proporción relativa de varones, de población de 26 a 40 años y de individuos de NES alto. Seis de cada diez personas del nivel económico social alto leen diarios todos los días, mientras que tres de cada diez lo hacen en el estrato bajo. Aproximadamente la mitad de los varones leen el diario todos los días, mientras que algo menos de un tercio de las mujeres lo hace. Casi el 40% de las mujeres leen el diario de vez en cuando o nunca. Entre la población menor de 25 años, sólo el 30% lee el diario todos los días.

La explicación más difundida entre los que no leen diarios es que no les interesa: seis de cada diez no lectores dan esta razón. Tres de cada diez, en cambio, afirman que no lo pueden comprar. Esta explicación está más difundida entre las mujeres, los mayores de 40 años y la población de los estratos medio y bajo de la escala socioeconómica.

Seis de cada diez personas que lee diarios los compran. Del resto, que lee diarios sin comprarlos, 9% los consigue en el trabajo, 25 % los obtiene por préstamo y 7% los consigue gratuitamente en los medios de transporte.

Gráfico 5

PROCEDENCIA DE LOS DIARIOS



Base: Lectores de diarios

Fuente: Catterberg y Asociados

Casi el 60% de los lectores de diarios lee solo las secciones que les interesan; solo cuatro de cada diez lee el diario entero. ¿Quiénes son los lectores “parciales”? Predominantemente las mujeres, los menores de 25 años y las personas de nivel económico social bajo. Los lectores del diario completo, por el contrario, son, en mayor proporción, mayores de 60 años, de sexo masculino y de sectores medios y altos.

Entre los lectores “parciales” la sección preferida es la de noticias policiales, que convoca a más de dos terceras partes de ellos. Salud, educación, cultura, avisos clasificados, política nacional y espectáculos también son lecturas mayoritarias.

Tabla 3

SECCIONES O TEMAS DEL DIARIO QUE LEE

	SÍ	NO	TOTAL
POLICIALES	67	33	100
SALUD	64	36	100
EDUCACIÓN	64	36	100
CULTURA	52	48	100
AVISOS CLASIFICADOS	52	48	100
POLÍTICA NACIONAL	51	49	100
ESPECTÁCULOS	51	49	100
MEDIO AMBIENTE	50	50	100
DEPORTES	49	51	100
HISTORIETAS Y CHISTES	49	51	100
INTERNACIONALES	41	59	100
SUPLEMENTOS PARA LA MUJER	37	63	100
TURISMO	33	67	100
ECONOMÍA Y FINANZAS	30	70	100
JUEGOS	30	70	100
INFORMÁTICA	29	71	100
CIENCIA Y TECNOLOGÍA	29	71	100

Base: Lectores de diarios parciales

Fuente: Catterberg y Asociados

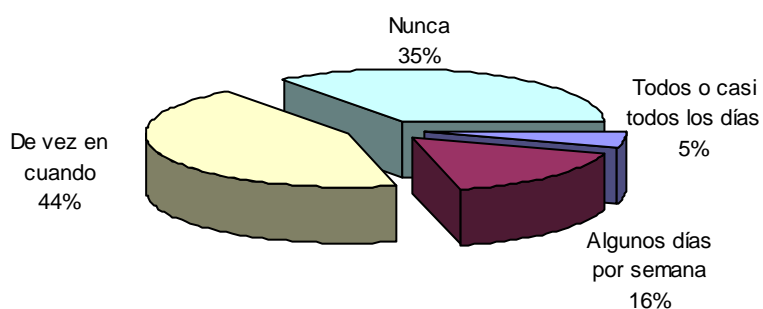
Lectura de revistas

La lectura de revistas es un fenómeno minoritario⁵. Apenas una quinta parte de la población dice leer revistas con cierta frecuencia. El 44%, en cambio, las lee “de vez en cuando” y el 35% nunca lee revistas. Las mujeres leen revistas en mayor proporción que los varones.

⁵ Según los datos obtenidos por el CIS en 1998, la lectura habitual de revistas es también un fenómeno minoritario en España: 5% de los españoles las leen “todos o casi todos los días”, 29% lo hace “algunos días por semana”, 22% “de vez en cuando” y 43% “nunca lee” revistas.

Gráfico 6

FRECUENCIA DE LECTURA DE REVISTAS



Base: Total entrevistados

Fuente: Catterberg y Asociados

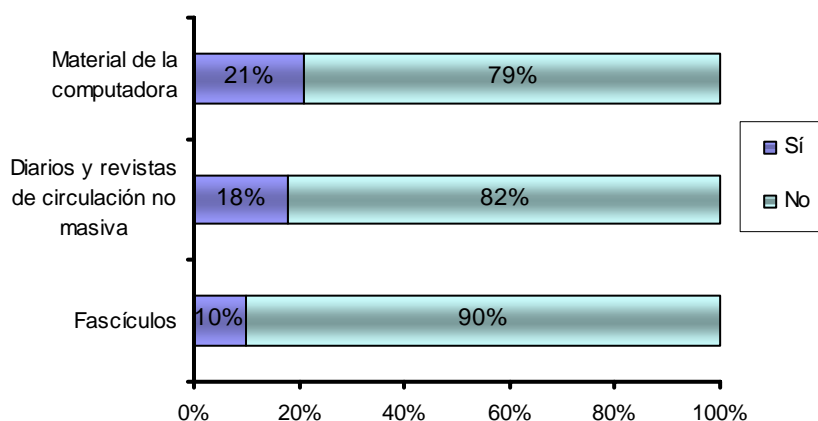
El 70% de las personas que no leen revistas justifican su actitud afirmando que las revistas no les interesan. Un 20% explica que no las lee porque no puede comprarlas. Casi seis de cada diez personas que no pueden comprar revistas pertenecen al nivel económico social bajo.

Aproximadamente la mitad de la población que lee revistas afirma que lee menos revistas que antes. La justificación es falta de interés y cuestiones económicas. Se objeta el precio, pero también se reconoce que bajaron los ingresos.

Lectura de otros materiales

Exceptuando los libros, al resto de los materiales de lectura investigados (revistas y diarios no masivos, fascículos y material de la computadora) la población tiene acceso minoritario. Nueve de cada diez personas no leen fascículos, ocho no leen diarios y revistas no masivos; por su parte, una quinta parte de la población lee material extraído de la computadora.

Gráfico 7

LECTURA DE OTROS MATERIALES

Base: Total entrevistados

Fuente: Catterberg y Asociados

De todos estos materiales, solo las revistas y los diarios de circulación no masiva tienen difusión relativamente homogénea desde el punto de vista socioeconómico. Es decir: aunque minoritarios, se leen independientemente del nivel de ingresos y educación de las personas.

Como es esperable, la lectura de materiales extraídos de la computadora resulta un fenómeno más difundido en los niveles medio y alto de la escala socioeconómica. En efecto, ocho de cada diez lectores de estos materiales pertenecen a esos estratos. Ello guarda correlación, hasta cierto punto, con la posesión de computadora: del conjunto de hogares que la poseen, casi el 90% pertenece al nivel medio o alto y solo el 10% al bajo.

En este contexto es, sin embargo, significativo que el 20% de los lectores de material extraído de la computadora pertenezca al estrato socioeconómico bajo. Se puede inferir entonces, como hipótesis que deberá analizarse, que estas personas acceden a los materiales fuera del ámbito del hogar, ya sea en el trabajo, en instituciones educativas o en casa de amigos o familiares.

Las características de los lectores de material extraído de la computadora se completa con otro rasgo previsible: casi ocho de cada diez son menores de 40 años.

Lectura de textos fotocopiados

El 69% de la población no lee material fotocopiado y el 11% lo hace muy esporádicamente; el resto –20%– lee fotocopias con cierta frecuencia. La lectura intensiva de material fotocopiado es un fenómeno concentrado en los más jóvenes. En efecto, el 55% de los que leen fotocopias “muy frecuentemente” tienen entre 18 y 25 años.

Casi seis de cada diez lectores de material fotocopiado lo hace por razones de estudio, una quinta parte por motivos de trabajo y otra quinta parte por necesidad de actualización, independientemente del trabajo o el estudio.

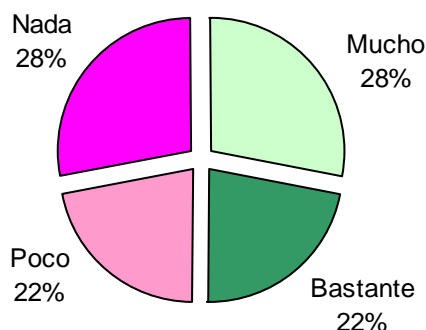
En disonancia con la preocupación de editores y educadores por el perjuicio ocasionado por las fotocopias, una buena parte de la población que las utiliza no encuentra en ellas mayores objeciones. Así, aunque el 60% de los lectores de fotocopias sostiene que preferirían leer los textos originales, un 12% afirma que las fotocopias “son más útiles que los originales”, y un 28% dice que le da lo mismo la copia o el original.

Lectura de libros

Algo más de una cuarta parte de la población –28%– declara tener “mucho” interés en la lectura de libros. Un 22% dice tener “bastante” interés. El restante 50% tiene poco o ningún interés por los libros.

Gráfico 8

INTERÉS POR LECTURA DE LIBROS



Base: Total entrevistados

Fuente: Catterberg y Asociados

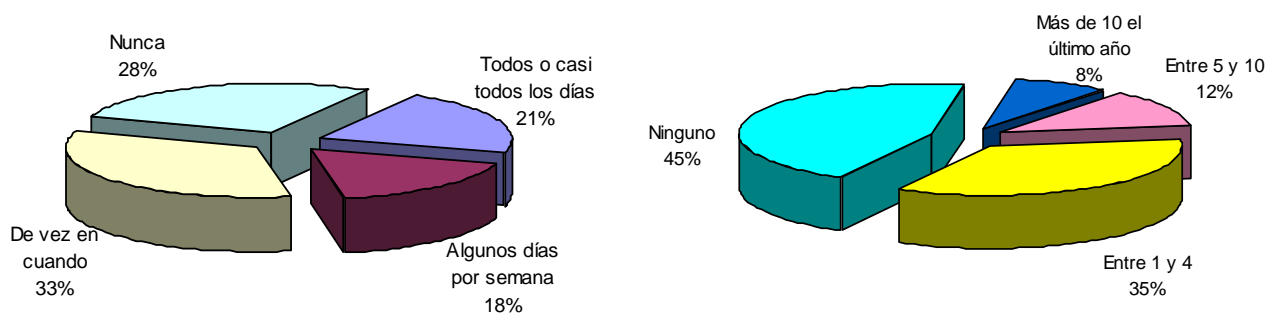
El interés por la lectura de libros y la frecuencia de lectura se incrementan notablemente entre las mujeres y en la población de mayor nivel económico social. Como sucede con la lectura en general, el interés por los libros desciende a medida que disminuyen la educación y los bienes de las personas. Por otra parte, el interés por la lectura no se traslada al libro como objeto. En efecto, casi el 83% de los lectores centran su interés solo en el contenido de los libros.

El 21% de la población dice leer libros todos o casi todos los días. El 18% lo hace con frecuencia semanal. Un 33% lee libros “de vez en cuando” y el resto, un 28%, nunca lee libros.⁶

El 8% de la población leyó más de 10 libros el último año. El 12% leyó entre 5 y 10 libros; 35% afirma haber leído entre 1 y 4 libros y 45% no leyó ningún libro. Por su parte, casi seis de cada diez lectores responden que leyeron un libro el último mes. **Si se considera el total de la población, no solo los lectores, resulta que un tercio de los argentinos accedió a un libro durante los últimos treinta días.**

Gráfico 9

LECTURA DE LIBROS: FRECUENCIA Y CANTIDAD



Base: Total entrevistados

Fuente: Catterberg y Asociados

De los lectores de libros⁷, el 30% lee solo por obligaciones de trabajo o estudio. El 70% restante lo hace por placer, en los momentos de tiempo libre. **El 60% de los lectores “por placer” son mujeres y el 64% tiene menos de cuarenta años.**

⁶ Comparando estos resultados con los datos españoles disponibles surge que en nuestro país leerían libros diariamente menos personas que en España, pero sería más amplia la base de lectores. En efecto, 29% de españoles leen libros “todos o casi todos los días”, pero 39% nunca lo hacen.

⁷ Aquellos que leyeron por lo menos un libro el último año (55%).

Es interesante observar que, comparativamente, en el NES bajo se lee “por placer” en mayor proporción que en los otros estratos de la escala socioeconómica. Así, pareciera que las motivaciones que explican la lectura de libros en los sectores bajos tienen ante todo que ver con el gusto por la lectura –una factor cuya explicación excede a una investigación cuantitativa– y luego, en mucha menor proporción, con el hecho de estar estudiando o por requerimientos profesionales.

Los lectores motivados por razones profesionales tienen un perfil nítido: seis de cada diez son varones, y ocho de cada diez son adultos jóvenes (26 a 40 años) o adultos mayores (41 a 60), y pertenecen a los niveles alto y medio de la escala socioeconómica. También es claro, por cierto, el perfil de los que leen por razones de estudio: el 71% es menor de 26 años y el 64% pertenece a los estratos sociales alto y medio.

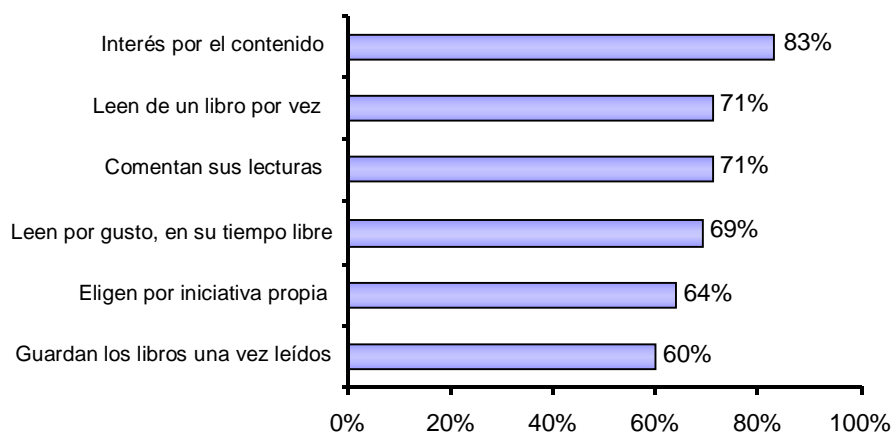
La mayoría de los lectores de libros (64%) los elige por iniciativa propia; a mayor edad más personas eligen los libros por su propia cuenta. Entre los que se dejan guiar por la opinión de otros (18%) resulta decisivo el círculo más cercano –familia, amigos– y luego los docentes.

Siete de cada diez lectores leen los libros de uno por vez. Esta actitud, que responde al canon tradicional de lectura, está más difundida en los estratos medio y bajo de la escala socioeconómica. En el nivel alto, en cambio, se observa mayor propensión a la lectura de varios libros simultáneamente.

Casi la mitad de la población lectora compra los libros que lee. Sin embargo, el acceso a los libros mediante la compra solo es mayoritario en los niveles socioeconómicos alto y medio. En el nivel bajo el acceso más frecuente es el préstamo (35%).

Por otra parte, solo el 7% de los lectores de libros los obtienen en las bibliotecas. La distribución de este segmento por nivel económico social es homogénea; ello muestra que el servicio prestado por las bibliotecas no tiene, al parecer, una incidencia significativa en el segmento de menor poder adquisitivo, que tiene menos posibilidades de comprar libros pero podría acceder a ellos a través de las bibliotecas.

El 60% de la población guarda los libros en su casa después de haberlos leído. Casi un 30% los devuelve a quien se los prestó. La forma de acceso al libro y su destino posterior a la lectura tienen estrecha relación con la situación económico social de los entrevistados. Así, casi cuatro de cada diez lectores devuelven libros en el nivel bajo, contra algo más de uno de cada diez en el alto.

*Gráfico 10***HÁBITOS MÁS FRECUENTES DE LOS LECTORES DE LIBROS**

Base: Lectores de libros

Fuente: Catterberg y Asociados

La mitad de la población tiene menos de 50 libros en su casa. El 10% posee más de 300 libros. La formación de una biblioteca en la casa está asimismo condicionada por el nivel económico social. El círculo “compra - lectura - acopio” funciona más fluidamente entre los que tienen más ingresos y educación. En efecto, casi la mitad de los hogares de mayores recursos poseen más de 200 libros; en cambio, esa condición la cumplen solo el 5% de los hogares de nivel bajo.

¿Qué tipo de género se lee más? En primer lugar libros de texto, después novelas y cuentos. Los temas leídos con mayor frecuencia son “historia”, –que posiblemente englobe en la comprensión de los entrevistados a la novela histórica–, “humanidades y ciencias sociales” y después “religión” y “literatura”.

Siete de cada diez lectores consideran que hay poca o ninguna información sobre libros y autores. Seis de cada diez afirma que la información disponible le sirve “poco” para decidir la lectura o la compra de libros.

Cuatro de cada diez lectores de libros dicen que “leen más que antes”; un tercio, en cambio, afirma lo contrario. Entre los jóvenes se reconoce con mayor frecuencia el aumento de la lectura. En efecto, casi seis de cada diez lectores de libros de entre 18 y 25 años afirman que “leen más que antes”. Por el contrario, casi cinco de cada diez de entre 41 y 60 años dicen leer menos que años atrás.

Los no lectores de libros

Entre la población que no lee libros hay mayor proporción de varones, de personas mayores de 40 años y de individuos pertenecientes al NES bajo. En efecto, de los no lectores de libros, el 55% es población masculina, el 56% tiene más de 40 años y el 60% pertenece al estrato bajo.

Un tercio de los que no leen libros dice, para explicar su actitud, que “no le interesan los libros”. El perfil de los desinteresados por los libros es inequívoco: predominan los varones, la población mayor de 40 años y los individuos pertenecientes al nivel económico social bajo. La segunda razón en importancia para no leer es la falta de tiempo, aunque, como se dijo en relación con la lectura en general, es una explicación cargada de subjetividad.

La tercera razón es la imposibilidad de comprar libros. Aquí, como es previsible, resulta, una vez más, decisivo el nivel económico social: casi ocho de cada diez entrevistados que da esta explicación pertenece al estrato bajo.

Tabla 4

RAZONES DE NO LECTURA DE LIBROS

	%
NO LE INTERESAN	34
NO DISPONE DE TIEMPO	25
NO LOS PUEDE COMPRAR	15
NO ESTÁ HABITUADO A LEER	9
TIENE DIFICULTADES EN LA VISTA U OTROS PROBLEMAS	9
NO SE PUEDE CONCENTRAR EN LA LECTURA	5
NO LOS PUEDE CONSEGUIR	2
OTRAS RAZONES	1
TOTAL	100

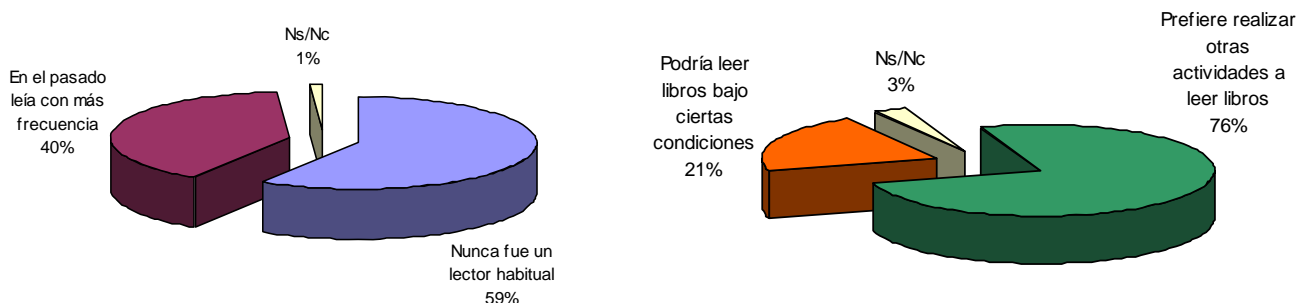
Base: No lectores de libros

Fuente: Catterberg y Asociados

Seis de cada diez no lectores de libros afirman que “nunca fueron lectores habituales de libros” y casi ocho de cada diez dice que “entre leer libros y realizar otras actividades, prefiere otras actividades”.

Gráfico 11

HÁBITOS Y PREFERENCIAS DE LOS NO LECTORES DE LIBROS



Base: No lectores de libros

Fuente: Catterberg y Asociados

Existe un importante sector de la población que no lee libros ni está interesada en ellos. Su magnitud varía de acuerdo con la forma de indagar. Sin embargo, es factible tener una noción de la cantidad de población que cumple estas condiciones. Si se reúnen en un segmento los que nunca leen material escrito (14%) junto a los que no leen libros y prefieren otras actividades a la lectura, resulta que entre el 35 y el 38% de la población mayor de 18 años de la Argentina no lee libros y, de no mediar otras condiciones, es probable que no lo haga en el futuro.

No obstante, algo más de una quinta parte de los no lectores de libros afirma que podría leerlos si se dieran ciertas condiciones o circunstancias. Representan un 7% del total de la población y su identificación es relevante porque son, en principio, los individuos permeables a una política de promoción de la lectura de libros. De ellos, siete de cada diez viven en el interior de país; casi ocho de cada diez tienen entre 26 y 60 años y, prácticamente, todos pertenecen a la clase media o baja.

¿Bajo qué condiciones, según su apreciación, estas personas leerían libros? Casi cuatro de cada diez dicen que necesitarían disponer de más tiempo; una cantidad equivalente se refiere a la situación económica (el precio de los libros, la falta de ingresos familiares), el resto alude a cuestiones personales: problemas en la vista y dificultades en la concentración.

Finalmente, entre las acciones que podrían impulsarse para favorecer la lectura se impone, para los no lectores, rebajar el precio de los libros (42%)

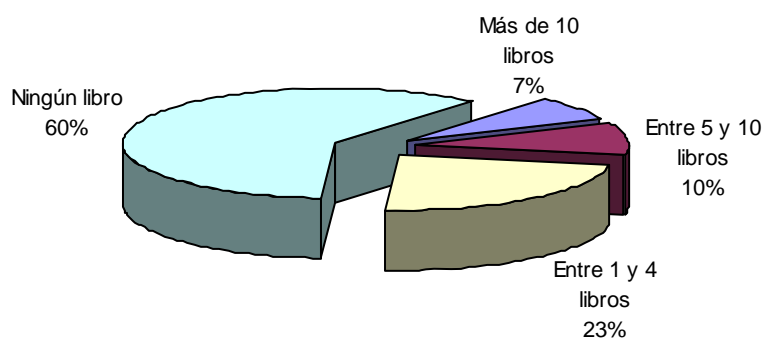
y, en segundo término, impulsar políticas públicas de fomento de la lectura y promoción de las bibliotecas públicas.

Compra de libros

La compra de libros es un fenómeno más restringido que la lectura. Solo el 7% del total de entrevistados son compradores intensivos de libros –compraron más de diez libros el año pasado–. En el otro extremo, el 60% no compró ningún libro. Como compradores “habituales” de libros se definen solo el 12% de los entrevistados.

Gráfico 12

COMPRA DE LIBROS EL ÚLTIMO AÑO



Base: Total entrevistados

Fuente: Catterberg y Asociados

Respecto de la compra de libros, el condicionamiento socioeconómico es crucial. Mientras que en el nivel alto el 51% compró 5 o más libros el último año, en el nivel bajo lo hicieron solo el 7%. Casi ocho de cada diez individuos pertenecientes al nivel bajo no compraron libros en los últimos doce meses.

El 54% de la población de lectores estima que los libros están “caros”. Seis de cada diez reconocen que muchos libros que les interesan son inaccesibles por el precio. El nivel socioeconómico vuelve a ser importante en este punto: la mitad de las personas del estrato alto dice que los libros tienen precios accesibles; en cambio, en el nivel bajo solo una cuarta parte está en condiciones de afirmar lo mismo.

Casi la mitad de los compradores de libros (46%) afirma que compra “menos libros que antes”, mientras que menos de un tercio dice que compra más. Se trata de la tendencia inversa a lo manifestado respecto de la lectura: de acuerdo con las respuestas, habría en la actualidad más lectores y menos compradores que antes. La razón económica –precio de los libros, falta de ingresos suficientes– es la explicación más difundida entre los que compran menos libros.

Entre los compradores de libros existen algunos hábitos predominantes: tres cuartas partes compran libros para leerlos ellos mismos y prefieren comprar los libros de a uno, leerlos completos y luego volver a comprar. En cambio, los compradores se reparten por mitades respecto de la variedad temática: el 50% compra libros sobre “muchos temas distintos”, mientras el 48% solo lo hace sobre unos pocos temas.

Como ocurre con los fenómenos más novedosos asociados a la computación, la compra de material en CD es minoritaria. Casi nueve de cada diez entrevistados nunca compró este tipo de material. Tampoco es frecuente la compra de libros para regalar: más de dos tercios de la población no compró ningún libro para regalar el último año.

Lectura y compra de libros: segmentación del mercado editorial

Dentro del total de la población, solo el 11% es a la vez lector y comprador intensivo de libros. Dentro de este segmento, que denominamos “mercado cautivo de lectores”, más de un tercio son jóvenes menores de 25 años y casi nueve de cada diez pertenecen a los niveles alto y medio de la escala socioeconómica.

Luego puede distinguirse otro grupo conformado por compradores intensivos que son poco lectores. Se los denomina “mercado cautivo de no lectores”⁸. Se trata de individuos más afectos a coleccionar libros que a leerlos. Representan un 7% del total de la población y entre ellos predominan las mujeres y los individuos de edad intermedia (entre 26 y 60 años).

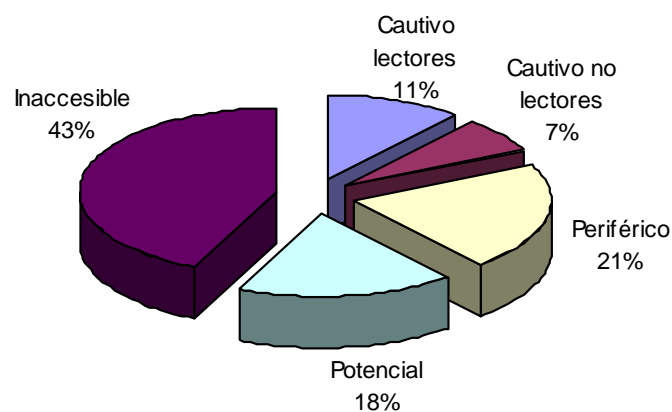
⁸ La denominación de cada uno de estos segmentos no conlleva un juicio valorativo. Se trata de tipologías que destacan los rasgos salientes de los individuos que las conforman. En este caso, cuando se habla de “mercado cautivo de no lectores” no se afirma que sus integrantes sean no lectores natos o que nunca vayan a leer; lo que se hace, simplemente, es acentuar el carácter de compradores más que de lectores que estos individuos exhiben.

Desde el punto de vista de una política de fomento de la lectura y uso de libros, existen dos segmentos particularmente significativos. El primero, que llamamos “mercado periférico”, está compuesto por lectores de mediana intensidad que compran pocos libros. Reúne al 21% de la población y en su composición predominan las mujeres, los menores de 40 años y los individuos del estrato medio de la escala socioeconómica. El otro segmento interesante está conformado por los lectores que no compran libros. Se trata de un “mercado potencial”. Representan el 18% de la población y en su composición predomina relativamente la población femenina, los menores de 25 años y las personas de nivel económico social bajo.

Fuera de los segmentos descritos resta un 43% de la población que no lee ni compra libros. Se le ha llamado “mercado inaccesible”; los que lo integran no leen, ni nunca han sido lectores de libros; la lectura parece no interesarles y nunca compran libros. La composición de este segmento es característica: predominan relativamente los varones, los individuos de más de 40 años y aquellos que pertenecen al nivel económico social bajo.

Gráfico 13

MERCADO DEL LIBRO



Base: Total entrevistados

Fuente: Catterberg y Asociados