



DEL COMPORTAMIENTO LECTOR,  
ACCESO AL LIBRO Y LA LECTURA  
EN VENEZUELA. 2011-2012



© Instituto Autónomo Centro Nacional del libro. CENAL 2013  
Apartado postal 1010  
Centro Simón Bolívar, Torre Norte, piso 20  
El Silencio, Caracas, Venezuela  
Teléfonos: (58-212) 482 2393 / 482 7074  
Fax: 484 2293  
Página web: [www.cenal.gob.ve](http://www.cenal.gob.ve)

Edición a cargo de Lola Lli Albert  
Coordinación  
Simona Rojas

Diseño Gráfico  
Clementina Cortés  
Gráficos, tablas y cuadros  
Amarilys Quintero

Hecho el Depósito de Ley  
Depósito Legal Nº lf69920138002445  
ISBN 978-980-6470-24-8  
Impresión  
Imprenta de la Cultura



DEL COMPORTAMIENTO LECTOR,  
ACCESO AL LIBRO Y LA LECTURA  
EN VENEZUELA. 2011-2012

---

# ÍNDICE

Presentación /9

Introducción /11

## I. Aspectos teórico-metodológicos /13

1. Alcances de la investigación /13
2. Términos y orientaciones conceptuales 14
  - 2.1. Lector
  - 2.2. Lectura
  - 2.3. Comportamiento lector
  - 2.4. Práctica lectora (el acto de leer)
  - 2.5. Perfil sociodemográfico y estratificación social
3. Finalidad y objetivos del estudio de comportamiento lector 16
  - 3.1. Objetivo general
  - 3.2. Objetivo específicos
4. Contenido de la encuesta y estructura del cuestionario 17
  - 4.1. Caracterización y perfil del encuestado
  - 4.2. Tipo, frecuencia y práctica de la lectura
  - 4.3. Motivos y limitaciones para leer
  - 4.4. Acceso a la lectura
  - 4.5. Lectura y tiempo libre
5. Diseño de la muestra 18
  - 5.1. Conceptos y definiciones básicas
  - 5.2. Marco muestral
  - 5.3. Definiciones y conceptos estadísticos
  - 5.4. Tipo y clase de muestreo
  - 5.5. Tamaño de la muestra
  - 5.6. Factores de expansión
6. Dimensiones y variables en estudio 22

7. Organización y ejecución de las operaciones de campo **23**
  - 7.1. Diseño de controles para el desarrollo de las operaciones de campo
  - 7.2. Organigrama de ejecución
  - 7.3. Preparación del personal de campo
  - 7.4. Recolección del dato
  - 7.5. Supervisión del proceso de la operación
  - 7.6. Revisión del cuestionario
  - 7.7. Transcripción de los datos
  - 7.8. Porcentaje de no respuesta

## II. Análisis de resultados /**25**

1. Lectores y lectoras en Venezuela: quiénes y qué leen **25**
  - 1.1. Lectores según tipo de publicación
  - 1.2. Lectura de periódicos y revistas. ¿Qué se lee?
  - 1.3. Características sociodemográficas de los lectores y lectoras
2. La lectura y sus prácticas **35**
  - 2.1. Idioma en que se lee
  - 2.2. Lugares de lectura
  - 2.3. Momento del día en que se lee
  - 2.4. Una mirada a la lectura desde lo cuantitativo
  - 2.5. Una mirada a la lectura desde las preferencias
3. Representación de la lectura y motivaciones **44**
  - 3.1. Finalidad de la lectura
  - 3.2. Criterios personales de selección del material de lectura
  - 3.3. Criterios externos considerados en la selección del material de lectura
  - 3.4. Representación social de la lectura
4. Acceso a la lectura **48**
  - 4.1. Formas de acceso a los materiales de lectura
  - 4.2. Existencia de dificultades o limitaciones en la lectura
  - 4.3. Lugares de compra de libro
  - 4.4. Asistencia y uso de la biblioteca
  - 4.5. Uso de internet
  - 4.6. Tiempo libre

5. Respeto a la política de Estado de promoción del libro y la lectura **55**
  - 5.1. Donación de libros y lectura
  - 5.2. Conocimiento de revistas
  - 5.3. Librerías del Sur
  - 5.4. Opinión sobre política de Estado de edición de libros y distribución gratuita
  - 5.5. Apreciación cuantitativa de cambios en la lectura personal

### **III. Perspectiva multivariable del comportamiento del lector venezolano /63**

1. Análisis de correspondencias múltiples **63**
  - 1.1. Preferencias y práctica lectora
  - 1.2. Valoración social de la lectura
  - 1.3. Acceso a la lectura
2. Análisis de Conglomerado o Cluster (AC) **75**

### **Conclusiones generales /79**

### **Anexos /83**

1. Encuesta sobre el comportamiento del lector, acceso al libro y la lectura 2012-Instructivo del Encuestador o Encuestadora
2. Estudio de comportamiento lector, acceso al libro y la lectura 2011-2012. (Formato de la Encuesta)
3. Equipo Consultor

### **Bibliografía /113**

### **Índice de cuadros /116**

### **Índice de gráficos /117**

### **Índice de tablas /118**

### **Índice de figuras /118**

# PRESENTACIÓN

Un conjunto de signos danzan sobre el papel o la pantalla. A cada signo le atribuimos un sonido que cambia de una lengua a otra. Ordenamos el caos, construimos palabras, frases, oraciones con sentido. Identificamos objetos, expresamos emociones, explicamos procesos. Nos volcamos íntimamente frente a un texto.

No es un simple acto de adivinación, es cultura profunda, dominio de lo humano. Es leer, o, mejor dicho, una de las muchas formas de leer. A través del hecho literario, un autor genera en lectoras y lectores la condición de sentir y pensar más allá del hecho cotidiano concreto. Sin embargo, la lectura trasciende la práctica individual: es un hecho social y un derecho cultural, por lo que se constituye en ámbito de gestión pública.

Las instituciones *competentes* están en la obligación de realizar aproximaciones periódicas para determinar el impacto real de los planes y programas dirigidos, en este caso en particular, a la consolidación del Sistema Social del Libro y la Lectura. Por ello, a partir de 2010 el Instituto Autónomo Centro Nacional del Libro (CENAL), ente adscrito al Ministerio del Poder Popular para la Cultura, inició un debate interno, a los fines de prefigurar un estudio para evaluar la práctica de la lectura en la población venezolana. La Gerencia General Estratégica, a través de la Coordinación del Observatorio Venezolano del Libro y la Lectura, como instancias internas responsables de la construcción de campos de conocimiento vinculados con el ámbito objeto de investigación, así como del análisis comparativo de metodologías e instrumentos de relevo de información empleados en diversos países e instituciones, en el entendido que sólo una valoración del contexto internacional y el uso compartido de parámetros, variables e indicadores permiten ubicarnos en una escala común.

En aras de la imparcialidad se recurrió a una consultora externa, Consultores Goya, integrada por un equipo experto en las distintas especialidades de las ciencias sociales y cuya idoneidad y ética profesional le otorgan al *Estudio del comportamiento lector, acceso al libro y la lectura en Venezuela (2011-2012)*, la seriedad, calidad, credibilidad y honestidad que requiere un estudio de esta índole.

La estadística, resultado de este *Estudio*, expresa en sus cifras a un pueblo que cada vez lee más y mejor, pero también alerta ante situaciones que deben abordarse desde el Estado, mediante la formulación de nuevos proyectos y la definición de estrategias diferenciadas e innovadoras, para priorizar espacios territoriales, intelectuales y cognoscitivos y minimizar vacíos e inconsistencias de la gestión pública.

Los resultados de este *Estudio* llenan al país de orgullo. Expresan logros indiscutibles de la Revolución Bolivariana, en defensa de garantizar los derechos culturales de la población al acercar el libro como bien cultural a las lectoras y los lectores de cualquier edad, condición económica o territorio, permitiéndonos ver el impacto de la lectura como herramienta en el desarrollo de la creatividad, la activación de nuevos espacios de lectura y la demanda del libro.

La invitación es a analizar el *Estudio del comportamiento lector, acceso al libro y la lectura en Venezuela (2011-2012)*, con la mayor acuciosidad y responsabilidad, sin condescendencia ni concesiones. La idea es estimular el debate y la crítica en torno a la práctica lectora desde posiciones constructivas y dignas.

En todo caso hay un aspecto indiscutible en este *Estudio*: sus resultados expresan la existencia de un pueblo lector, de un pueblo feliz.

CHRISTHIAN HELENA VALLES CARABALLO

Presidenta (E) del CENAL

Caracas, noviembre de 2012

# INTRODUCCIÓN

El *Estudio sobre el comportamiento lector, acceso al libro y la lectura en Venezuela 2011-2012*, se realizó con la finalidad de proporcionar información para fortalecer la política cultural del Estado venezolano en el ámbito de la lectura. Esta política está orientada, fundamentalmente, a crear oportunidades que coadyuven a garantizar a toda la población el acceso a la cultura escrita y, en general, a los bienes culturales.

La ejecución de este estudio fue planificada por el Instituto Autónomo Centro Nacional del Libro (CENAL), institución cuya misión es diseñar e implementar las políticas públicas en torno al libro y la lectura; planificar, fomentar, proteger y estimular el área editorial, estableciendo las bases para el desarrollo del sector editorial y gráfico; reconocer y apoyar el Sistema Social del Libro para fortalecer los procesos de creación, transformación, producción y circulación del libro venezolano y en el exterior.

Los aportes que se ofrecen en el siguiente informe son producto del análisis e interpretación de la información recabada a través de la *Encuesta nacional del comportamiento lector, acceso al libro y la lectura en Venezuela 2011-2012*, aplicada a la población alfabetizada de 13 o más años de edad, durante febrero y marzo de 2012, utilizando la metodología de "Encuesta a Hogares por Muestreo". También se consideró el marco conceptual propuesto por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc) y las recomendaciones metodológicas y de contenido de la encuesta para el levantamiento de los datos, generadas en otras experiencias desarrolladas en América Latina y específicamente en Venezuela (CENAL-INE 2006).

Este estudio se suma a otras experiencias en el ámbito internacional y a la existencia de algunos estudios previos realizados en América Latina, España y Portugal que están orientados a construir indicadores para la formulación y evaluación de políticas públicas de fomento a la lectura. Se pretende integrar la exploración y medición del comportamiento lector, aplicado de manera continua y homogénea, para facilitar así las iniciativas de investigación comparadas de los países de América Latina.

Para el Ministerio del Poder Popular para la Cultura es fundamental profundizar en políticas de inclusión social, económica y cultural del pueblo venezolano. Por esta razón, se ha dedicado a crear y consolidar una infraestructura cultural en torno al libro y la lectura, para impulsar la edición, producción, impresión, distribución del libro, así como el fomento y promoción de la lectura y los derechos de autores y autoras. Paralelamente, se editan y se distribuyen materiales impresos de forma masiva y gratuita en todo el territorio nacional.

En el año 2011, las editoriales del Ministerio del Poder Popular para la Cultura publicaron 720 títulos, un total de 5.872.156 ejemplares de libros y 3.122.797 ejemplares de revistas. El programa de distribución se fortaleció con la creación de nuevas Librerías del Sur y la apertura de las Bodegas Culturales; estas últimas concebidas como espacios integrados para la promoción y difusión de la actividad cultural. A este esfuerzo se suma la Feria Internacional del Libro de Venezuela (Filven) que se realiza cada año y que ha contado con una asistencia cada vez más numerosa. Por otra parte, se está desarrollando el formato digital de libros y revistas, considerando su importancia en la preservación y difusión de la cultura.

En el ámbito de la lectura, las políticas culturales del Estado venezolano se orientan cada vez más hacia la creación de nuevas oportunidades y condiciones que faciliten el acceso al libro a toda la población venezolana, lo cual ha determinado de manera positiva la modificación de algunos factores asociados a la práctica de la lectura, como lo son el nivel de instrucción y las condiciones de vida. Según Bourdieu (2011: 256):

La lectura obedece a las mismas leyes que las otras prácticas culturales, con la diferencia de que es transmitida más directamente por el sistema escolar, es decir que el nivel de instrucción será el factor más poderoso en el sistema de los factores explicativos, y el origen social será el segundo factor.

El estudio realizado parte de la premisa de que el libro y la lectura constituyen un factor de vital importancia para profundizar el conocimiento e impulsar la transformación del pueblo. En ese sentido, representa una fase del proceso general del fortalecimiento de las políticas del libro y la lectura en Venezuela, pues los resultados obtenidos permitirán redefinir y orientar las políticas culturales y educativas en la materia. Las conclusiones obtenidas se fundamentan en elementos conceptuales, teóricos y metodológicos integrados al análisis de los datos estadísticos que, tal como se mencionó anteriormente, se obtuvieron por la aplicación de una encuesta por muestreo a un grupo de 8.652 personas en el ámbito nacional, quienes dieron respuesta a las 46 preguntas contenidas en el cuestionario.

# I. Aspectos teórico-metodológicos

## 1. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

---

El estudio del comportamiento lector involucra considerables desafíos que se derivan, en gran medida, de la necesidad de recurrir a miradas diferentes para construir una visión de la lectura lo más amplia e integral posible; de un hecho que, si bien parece ser privado, es a su vez una práctica socio-cultural con efectos educativos, económicos y políticos. No existe un modelo fijo o predeterminado de ser lector; por ello, la comprensión de la diversidad es esencial en la definición de políticas culturales.

La lectura se puede comprender de diversas formas; entre ellas, como un proceso cognitivo complejo e interactivo a través del cual el lector construye activamente una representación del significado de un texto, estableciendo relaciones entre el contenido y sus propios conocimientos y experiencias, por otra parte, la perspectiva histórica y sociológica aborda la lectura como una práctica cultural no estática; por el contrario, esta evoluciona y se transforma de maneras muy diferentes entre los diversos grupos sociales, tal como lo señala Roger Chartier (Bourdieu y Chartier, 2011: 254):

...tanto las capacidades de lectura, empleadas en un momento dado por determinados lectores frente a determinados textos, como las situaciones de lectura, son históricamente variables (...) la lectura debe ser entendida como un espacio de apropiación jamás reductible a lo que se lee.

En el enfoque de la lectura como derecho humano, esta se asume en su contenido político, entendiendo que leer y escribir son prácticas que ayudan a las personas a construir tanto su individualidad como su sociabilización; es decir, a construir el mundo con responsabilidad y solidaridad. Para Paulo Freire (2008: 94), la lectura implica siempre una percepción crítica, interpretación y reescritura de lo leído, pues ella,

... no se agota en la de decodificación pura de la palabra escrita o del lenguaje escrito, sino que se anticipa y se prolonga en la inteligencia del mundo. La lectura del mundo precede a la lectura de la palabra, de ahí que la posterior lectura de ésta no pueda prescindir de la continuidad de la lectura de aquél.

En cuanto a los objetos de la lectura, es decir con aquello que se *lee*, las concepciones y posiciones son diversas. Para algunos, la lectura está asociada con un código particular: el alfabetico; otros, reconocen como objetos de lectura las tradiciones orales, así como a las diferentes expresiones culturales y artísticas, y consideran que la lectura de textos debe propiciarse junto con la de otros códigos estético-culturales. En cuanto a los tipos de textos escritos que deben formar parte de la oferta de los planes de lectura, las posiciones también son diversas.

En esta investigación se definieron distintos *dominios* de estudio en el territorio nacional, lo que permitió caracterizar el comportamiento lector y su práctica. Para la obtención de la información estadística se recogieron los datos a partir de una muestra probabilística en cada uno de los dominios, lo cual permite generalizar los resultados a la población objetivo con un nivel de confiabilidad fijado previamente. Este estudio abarca la totalidad de la población alfabetizada de 13 años y más, residente en el país, excluyendo la población indígena (selvática) y la que habita en las dependencias federales y en colectividades tales como hoteles, hospitales, cuarteles militares, cárceles y conventos. Se consideró la población de 13 años y más, de acuerdo a los criterios establecidos en la propuesta del Cерlalc.

## **2. TÉRMINOS Y ORIENTACIONES CONCEPTUALES**

Tomando como referencia las recomendaciones emanadas del Cерlalc (2011) y las especificaciones en cuanto a la conceptualización asumida, para esta investigación se parte de las siguientes definiciones establecidas en la metodología del Cерlalc, considerándolas en su perspectiva más amplia.

### **2.1 Lector**

Se identificó como *lector* a toda persona que lee cualquier tipo de material escrito. Recordamos que, para efectos de esta investigación, se consideró como población objetivo, aquella que es alfabetizada y cuya edad es de 13 años y más.

### **2.2 Lectura**

Asumimos como propio, el concepto de lectura establecido por el Cерlalc (2011): "La lectura es una práctica sociocultural con efectos educativos, económicos y políticos. Esto significa que es una acción histórica, contextuada, intencionada, optativa, que permite a la persona individualizarla y socializarla".

Aun cuando la lectura implica la interacción del individuo ante un mensaje que puede ser escrito o no, en el marco de la presente investigación nos referiremos estrictamente a las prácticas de lectura que hacen los lectores con los diversos tipos de textos escritos, sin calificar estos últimos previamente.

### **2.3 Comportamiento lector**

El *comportamiento lector* se define como "la expresión social de la forma en que una persona representa y practica la lectura, en el contexto de la cultura escrita que lo acoge" (Álvarez, 2006). En ese sentido, el comportamiento lector es el resultado de la combinación de los siguientes aspectos:

- ◆ La *práctica de la lectura* de libros, periódicos y revistas, y/o materiales en Internet, reconociendo el impacto que han tenido las nuevas tecnologías en el campo de la producción, distribución y lectura de contenidos escritos.
- ◆ La *representación de la lectura* en la vida de las personas: disposición a la lectura, inclinaciones, intereses, sentimientos, valoraciones y demás actitudes que se adoptan frente al texto escrito.

En síntesis, el comportamiento lector determina en gran parte la fuerza que mueve a las personas hacia prácticas de lectura determinadas, intereses particulares, actitudes, conductas y predisposiciones ante el hecho de leer.

El *comportamiento del lector o lectora* y su expresión en la práctica se conforman en relación con las *vías de acceso* a los materiales de lectura: compra, regalo, préstamo bibliotecario, donaciones o intercambio entre amigos y fotocopiado, aspectos que dependen fundamentalmente de la institucionalización y democratización de estas formas de acceso.

## 2.4 Práctica lectora (el acto de leer)

Se parte de las palabras de Álvarez (2006), cuando señala que:

El acto de leer se entenderá como una práctica social que permite a las personas apropiarse de las dimensiones simbólicas de la lectura. Quien practica es el lector, lo que practica es el leer, que sucede dentro de la dimensión de la lectura y del contexto político, social, cultural y económico. Las personas pueden leer desde perspectivas productivas o reproductivas, transformativas o sustentadoras de un cierto orden de cosas.

En la práctica lectora están comprendidos aquellos aspectos actitudinales y de disposición frente a la lectura en sí misma, así como su entorno, los ámbitos en los que se realiza, las temáticas, los géneros y algunos otros elementos que contribuyan a caracterizar esta práctica social.

## 2.5 Perfil sociodemográfico y estratificación social

Para diferenciar a la población estudiada según su perfil sociodemográfico se consideran las variables básicas de:

- ◆ *Edad*: años cumplidos a la fecha de la entrevista.
- ◆ *Alfabetismo*: se consideran alfabetizadas a las personas que declararon saber leer y escribir.
- ◆ *Nivel educativo*: se registró el nivel de educación declarado por la persona según la clasificación del Sistema Educativo: Primaria, Bachillerato, Universitaria, distinguiéndose el nivel alcanzado.
- ◆ *Estrato social*: para su medición se utilizó una adaptación al método Graffar modificado (1994), considerándose todas las variables que este contempla, a excepción del nivel educativo de la madre, el cual fue sustituido por el nivel educativo del jefe o la jefa del hogar.

El método Graffar Modificado considera cuatro variables:

- I. Profesión del jefe de familia.
- II. Nivel de instrucción de la madre. En este estudio se valoró el nivel de instrucción del jefe del hogar (fuese hombre o mujer), pues no se disponía de la información sobre el nivel de instrucción de la madre de cada encuestado.
- III. Principal fuente de ingreso de la familia.
- IV. Condiciones de la vivienda.

Cada una de estas variables se conforma con 5 ítems y a cada uno de ellos corresponde una ponderación decreciente del 1 al 5. La suma de los ítems determina el estrato de la familia de la persona encuestada. Los ítems de cada variable se incluyeron en las preguntas N° 6, 7, 8 y 9 de la **Sección V** "Estratificación Social".

En el **Cuadro 1** se presenta el sistema de clasificación utilizado y las ponderaciones que se contemplan en cada uno de los estratos construidos.

**Cuadro 1.** Ponderaciones del estrato social por el método Graffar modificado

PONDERACIONES	ESTRATO SOCIAL	OBSERVACIÓN
4, 5 y 6	I	Nivel más alto
7, 8 y 9	II	
10, 11 y 12	III	
13, 14, 15 y 16	IV	
17, 18, 19 y 20	V	Nivel más bajo

Fuente: Méndez Castellano

### **3. FINALIDAD Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO LECTOR**

La finalidad de este estudio es proporcionar al CENAL y a los actores del universo del libro, la información que requieren para el diseño, evaluación y políticas de promoción de la lectura y estrategias de producción y distribución de materiales de lectura, sobre la base de los procesos del libro y el plan de lectura en Venezuela.

#### **3.1 Objetivo general**

Caracterizar el comportamiento lector de la población de 13 años de edad y más, alfabetizada y residente en Venezuela, según las prácticas asociadas a la lectura.

#### **3.2 Objetivos específicos**

- ◆ Identificar las características socioeconómicas y demográficas de la población objetivo.
- ◆ Explorar el comportamiento del lector y la lectora, en relación con la frecuencia de lectura, los tipos de publicaciones y preferencias según áreas temáticas.
- ◆ Indagar sobre los motivos por los que se lee, las razones por las que no se lee o no se hace con más frecuencia y su percepción acerca de las limitaciones para la lectura.
- ◆ Determinar los mecanismos de acceso al libro por parte de la población objeto de estudio, canales mediante los cuales se accede a los diversos materiales de lectura y la inversión en libros de carácter no académico.
- ◆ Determinar los indicadores sobre la frecuencia lectora de distintos tipos de textos escritos, las preferencias de lectura, la variación de la lectura en relación con otras épocas y las prácticas lectoras durante la infancia.

- ◆ Determinar la cobertura de la distribución gratuita de materiales impresos por parte del Estado y conocer la percepción de sus beneficiarios.
- ◆ Construir perfiles de lectores.

## **4. CONTENIDO DE LA ENCUESTA Y ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO**

---

En la “Encuesta del comportamiento lector, acceso al libro y la lectura”, se asume una perspectiva amplia de la lectura. El cuestionario abarca diferentes modalidades de acceso a la palabra escrita, partiendo de una definición de lectura que no la restringe a la lectura de libros. Considera como lectores a quienes practican la lectura a través de diferentes tipos de publicaciones y formatos. Estas consideraciones son importantes pues facilitan definir políticas relacionadas con el estímulo a la lectura.

En la encuesta también se indaga sobre la lectura de libros, periódicos y revistas, impresos y en internet, reconociendo el impacto que han tenido las nuevas tecnologías en el campo de la lectura, pues han revolucionado los modos de producir textos, de hacerlos circular y de leerlos. No se contemplan otras expresiones culturales diferentes al código alfabetico. Aún cuando la lectura implica la interacción del individuo ante un mensaje que puede ser escrito o no, en el marco de la presente investigación nos referimos estrictamente a las prácticas de lectura que hacen los lectores con los diversos tipos de textos escritos, sin calificarlos.

Así como no todo lo que se lee son libros, no todos los libros que se venden se leen, ni todos los libros que han sido leídos fueron comprados, por eso se investiga la lectura en sí y las diversas vías de acceso a los materiales de lectura, como compra, regalo, préstamo bibliotecario o entre amigos, fotocopiado, donados por el Estado y otras.

Se pregunta sobre los motivos por los que se lee y no se lee con mayor frecuencia, los lugares dónde se hace y acerca de las limitaciones autopercibidas para hacerlo. Se indaga sobre prácticas pasadas que hagan posible reconstruir, al menos de una manera general y con carácter exploratorio, las trayectorias lectoras. Finalmente, se inquiere acerca de la percepción de la población sobre los programas institucionales de promoción de la lectura y cobertura de estos, en la perspectiva de generar información que permita fortalecerlos.

El cuestionario se organiza en cinco (5) bloques temáticos o dimensiones de estudio.

### **4.1 Caracterización y perfil del encuestado**

En esta dimensión se contemplan todas las variables que servirán de base para la construcción de los perfiles, tipologías y exploración de relaciones: sociodemográficas y características del hogar y vivienda (Secciones II , IV y V), tomando en consideración el Método Graffar de estratificación social.

### **4.2 Tipo, frecuencia y práctica de la lectura**

Desde una concepción amplia de la lectura en la que se consideran no solo los libros, pues se incluyen diversas formas de transmisión de la palabra escrita –periódicos, revistas impresas y digitales– se registra frecuencia y cantidad de lecturas, preferencias por determinado género y temática y práctica de la lectura (Sección VI).

### **4.3 Motivos y limitaciones para leer**

En este bloque se pregunta acerca de las motivaciones para leer o no leer y las representaciones sociales de la lectura. Se explora acerca de las dificultades y razones para no leer (Sección VII).

#### **4.4 Acceso a la lectura**

En este bloque se interroga sobre la compra de libros y textos escolares, si fueron adquiridos por internet; así como sobre la compra y los gastos por estos conceptos, los motivos y lugares de compra. En relación con las bibliotecas, se indaga por la frecuencia de asistencia a estas y el tipo de biblioteca visitada. Finalmente, se investiga sobre la frecuencia de acceso a internet y el tipo de actividades realizadas (Sección VIII).

Se consideran, en forma especial, el Programa de edición y distribución gratuita de libros, el Sistema Masivo de Revistas, las Librerías del Sur (Sistema de Librerías del Estado) y algunas publicaciones que dan cuerpo a la política del Estado sobre la promoción de la lectura.

#### **4.5 Lectura y tiempo libre**

El objetivo de este bloque es conocer cómo se distribuye el tiempo libre de las personas entre la lectura y otras actividades de ocio. Se indaga sobre las prioridades asignadas a las actividades consideradas como tiempo dedicado a la recreación.

### **5. DISEÑO DE LA MUESTRA**

En cualquier encuesta por muestreo, el diseño de la muestra es una etapa muy importante que requiere tener claro algunos conceptos y definiciones fundamentales a partir de los cuales se precisa la clase de muestreo que se va a utilizar y los estimadores. En este apartado se presentan las definiciones y conceptos relevantes para diseñar la muestra.

#### **5.1 Conceptos y definiciones básicas**

##### *5.1.1. Dominios de estudio*

Con la finalidad de hacer comparaciones del comportamiento lector para diferentes espacios geográficos y establecer políticas específicas de lectura, se propuso dar estimaciones para tres *dominios* y a nivel nacional. Los *dominios* son divisiones geográficas definidas bajo criterios de tamaños poblacionales, para los cuales se quiere suministrar resultados.

Para efectos de este estudio, la muestra fue diseñada para dar estimaciones a escala nacional y para los tres *dominios* de estudio que se presentan en el **Cuadro 2**.

**Cuadro 2.** Dominios de estudio

DOMINIO 1	Área Metropolitana de Caracas (AMC) definida según el censo de 2001
DOMINIO 2	Otras ciudades con más de 250.000 habitantes y sus "satélites". Incluye también "satélites" del AMC
DOMINIO 3	Poblaciones con menos de 250.000 habitantes

##### *5.1.2. Cobertura horizontal*

Abarca la totalidad de la población alfabetizada de 13 años y más, residente en el país, excluyendo la población indígena (selvática) y la que habita en las dependencias federales y en colectividades tales como hoteles, hospitales, cuarteles militares y cárceles, conventos, etc.

### **5.1.3. Cobertura vertical**

El nivel de desagregación de los indicadores en el ámbito nacional será principalmente según: sexo, grupos de edad, nivel educativo y estrato social. En los dominios de estudio, los indicadores se obtienen para las variables simples más importantes sin desagregación ni cruces, dependiendo de la magnitud del coeficiente de variación de cada estimación.

## **5.2 Marco muestral**

El marco muestral está conformado por el registro de edificaciones para la zona urbana y las carpetas parroquiales para la zona rural. Este marco se construyó a partir de las bases de datos de información cartográfica y demográfica generada por el XII Censo Nacional de Población y Vivienda 2001.

## **5.3 Definiciones y conceptos estadísticos**

- ◆ *Población*: personas alfabetizadas de 13 años y más, residentes en Venezuela.
- ◆ *Unidad de investigación*: el hogar en el cual se encuentran las personas que proporcionan la información.
- ◆ *Unidad de análisis*: persona alfabetizada de 13 años y más.
- ◆ *Unidad de observación*: para los datos generales del hogar y sus miembros, es cualquier persona de 17 años y más, que esté en capacidad de suministrar la información de todos los miembros del hogar, excluido el servicio doméstico. Para el tema específico de la lectura, la unidad de observación es la persona de 13 años y más, alfabetizada, que puede suministrar la información respecto a su actuación particular como lector.
- ◆ *Unidades de muestreo*: segmentos o sectores y dentro de estos un lote. Los segmentos son las unidades primarias y los lotes las unidades secundarias.

## **5.4 Tipo y clase de muestreo**

- ◆ *Tipo de muestreo*: el tipo de muestreo utilizado para la selección de la muestra es probabilístico, el cual exige que todos los elementos del universo estadístico tengan una probabilidad conocida y distinta de cero de ser seleccionados.
- ◆ *Clase de muestreo*: la clase de muestreo es estratificado por conglomerados sistemático. Los estratos se conforman cruzando los dominios de estudios y las entidades federales. Para cada estrato, se seleccionan los segmentos y los lotes empleando el procedimiento del muestreo sistemático<sup>1</sup>.

## **5.5 Tamaño de la muestra**

- ◆ *Variable clave*: la variable clave utilizada para realizar el cálculo del tamaño de muestra es la proporción de personas de 13 años y más que leen. Esta variable es el resultado de la "Encuesta de comportamiento lector" realizada en Venezuela por el INE en 2006.
- ◆ *Tamaño de muestra*: el procedimiento de cálculo del tamaño de la muestra consiste en obtener el total de personas de la muestra usando muestreo aleatorio simple. Sin embargo, como la clase de muestreo utilizado corresponde a un diseño complejo, se aplica al resultado de la muestra aleatoria simple, el efecto de diseño (2,8) para muestras complejas. A su vez, el tamaño de muestra compleja se aumenta en un porcentaje estimado de acuerdo con investigaciones anteriores, para contemplar la no-respuesta de viviendas (25 %) o el rechazo de personas a la entrevista (20 %). Con estas consideraciones, el tamaño de la muestra por dominio se presenta en el **Cuadro 3**.

<sup>1</sup> Este procedimiento exige numerar todos los elementos de la población, extrayendo el primer elemento de manera aleatoria. Se parte de ese número aleatorio  $i$ , y los segmentos y lotes que integran la muestra son los que ocupan los lugares  $i, i+k, i+2k, i+3k, \dots, i+(n-1)k$ , siendo  $k$  el resultado de dividir el tamaño total de los segmentos de la población entre el tamaño de la muestra:  $k=N/n$ . El número  $i$  que se emplea como punto de partida es un número al azar entre 1 y  $k$ .

**Cuadro 3.** Tamaño de la muestra esperado (controles y viviendas) y ejecutado (controles, viviendas y personas) por dominio

DOMINIO	Nº DE CONTROLES SELECCIONADOS	VIVIENDAS ESPERADAS	Nº DE CONTROLES EJECUTADOS	Nº DE VIVIENDAS EJECUTADAS	MUESTRA DE PERSONAS
AMC	26	834	25	721	2.487
Grandes ciudades	33	1060	32	898	2.778
Localidades con menos de 250.000 habitantes	41	1234	38	1116	3.387
Nacional	100	3128	95	2735	8.652

## 5.6 Factores de expansión

El factor de expansión en una muestra probabilística es el inverso de la probabilidad de selección de los elementos de la muestra. Es decir, es el peso de cada unidad de la muestra en relación con la población a la que representa.

### 5.6.1 Unidades a expandir

Las unidades a expandir en este estudio son las personas de 13 años y más, alfabetizadas y con características lectoras.

### 5.6.2 Tipo de estimador a utilizar

Se utiliza el estimador de razón separado, lo cual significa que se expanden los resultados muestrales en cada *dominio* y se agregan las estimaciones para obtener el total nacional.

### 5.6.3 Variable auxiliar

Las variables auxiliares son aquellas utilizadas por el estimador de razón para expandir los resultados muestrales. En este caso corresponde al valor poblacional que adopta el total de las proyecciones de población al 30 de marzo de 2012 por grupo de edad y sexo.

### 5.6.4 Factor de expansión de personas

La probabilidad de selección de cada persona en la muestra, ajustada por la no respuesta y por las proyecciones de población se calcula mediante la aplicación de la siguiente fórmula compuesta por tres factores:

$$P_{hijk} = \left( n \frac{30}{M_o} \right) \left( \frac{n_h^l v_h^l}{n_h^p v_h^p} \right) \left( \frac{x}{X} \right)$$

Donde:

$P_{hijk}$  = Probabilidad de la persona k, en la vivienda j, el lote i, en el estrato h.

$M_o$  = Total de viviendas en el Censo 2001 en el estrato h.

$n$  = Total de lotes seleccionados en el estrato h.

$n_h^l$  = Total de lotes levantados, en el estrato h.

$n_h^p$  = Total de lotes planificados en el estrato h.

$v_h^l$  = Total de viviendas levantadas en el estrato h.

$V_h^P$  = Total de viviendas planificadas en el estrato h.

$X$  = Total de personas expandidas por grupos de edad y sexo en el estrato h.

$X$  = Total de personas en la proyección por grupos de edad y sexo en el estrato h.

El factor de *Expansión* es el inverso de la *Probabilidad de selección*. Por tanto, para cada persona, dominio y estrato el factor de expansión es:

$$F_{hijk} = \frac{1}{P_{hijk}}$$

#### *Niveles de confiabilidad de las estimaciones*

Las estimaciones obtenidas a partir de investigaciones por muestreo, deben estar acompañadas de los coeficientes de variación correspondientes, los cuales proporcionan el grado de validez de los resultados y permiten obtener intervalos de confianza para las estimaciones.

Dado que en esta investigación utilizamos un muestreo complejo para el diseño de la muestra, los cálculos para obtener varianzas de las estimaciones y su error estándar se complica demasiado, por lo que se utiliza el método abreviado de aproximaciones de Taylor.

Los resultados que se presentan en este informe están acompañados de los coeficientes de variación (CV). Para la interpretación de las estimaciones puntuales, de manera muy sencilla, se utilizan los siguientes criterios:

#### *Un coeficiente de Variación*

- ◆ Menor del 5 %, la estimación es *Muy buena*.
- ◆ Entre 5 y menos de 10 %, la estimación es *Buena*.
- ◆ Entre 10 y menos de 15 %, la estimación es *Aceptable*.
- ◆ Entre 15 y menos de 20 %, la estimación debe ser utilizada con precaución.
- ◆ Mayor o igual de 20 %, la estimación no es buena y solo se tomará como resultado de referencia.

## **6. DIMENSIONES Y VARIABLES EN ESTUDIO**

Las dimensiones y variables se presentan a continuación organizadas según la estructura del cuestionario (Anexo N° 1).

**Cuadro 4.** Dimensiones y variables en estudio

DIMENSIONES	VARIABLES
I. CARACTERIZACIÓN Y PERFIL DEL ENCUESTADO	<ul style="list-style-type: none"><li>• Parentesco con el jefe del hogar</li><li>• Sexo</li><li>• Edad en años cumplidos</li><li>• Alfabetismo</li><li>• Nivel educativo de todos los integrantes del hogar</li><li>• Profesión del jefe del hogar</li><li>• Principal fuente de ingreso</li><li>• Condiciones de la vivienda</li></ul>
II. TIPO, FRECUENCIA Y PRÁCTICA DE LA LECTURA	<ul style="list-style-type: none"><li>• Edad de aprendizaje de la lectura</li><li>• Lectura familiar</li><li>• Lectura y frecuencia de lectura de libros, periódicos, revistas y textos, internet</li><li>• Número de horas dedicadas a la lectura</li><li>• Soporte material de lectura preferido</li><li>• Número de libros leídos en los últimos 12 meses</li><li>• Género literario preferido</li><li>• Temáticas de lectura preferida</li><li>• Tipo de publicación que lee regularmente diferente al libro</li><li>• Idiomas o lenguas en que lee</li><li>• Lugares donde se lee</li><li>• Momento del día en que lee</li></ul>
III. MOTIVOS Y LIMITACIONES PARA LEER	<ul style="list-style-type: none"><li>• Motivos por los cuales una persona se acerca a la palabra escrita</li><li>• Criterios personales para la selección de lecturas</li><li>• Recomendaciones consideradas para la selección de lecturas</li><li>• Representaciones valorativas de la lectura</li><li>• Limitaciones y dificultades para leer</li></ul>
IV. ACCESO A LA LECTURA	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formas de obtención de materiales de lectura</li><li>• Gastos por concepto de compra de libros</li><li>• Lugares de compra</li><li>• Asistencia a bibliotecas, por tipo de biblioteca</li><li>• Tipo de material consultado en bibliotecas</li><li>• Frecuencia de acceso a internet y uso que se da a internet</li><li>• Donación y lectura de libros distribuidos por el Estado</li><li>• Motivo de no lectura de libros donados</li><li>• Conocimiento de cada una de las revistas del Sistema Masivo de Revistas</li><li>• Conocimiento de la existencia de las Librerías del Sur y compra</li><li>• Opinión sobre política de distribución gratuita de libros</li><li>• Participación en las misiones educativas</li></ul>
V. TIEMPO LIBRE Y LECTURA	<ul style="list-style-type: none"><li>• Actividades que realiza en su tiempo libre</li><li>• Cambios en el nivel de lectura actual-anterior</li><li>• Preferencia por un libro</li><li>• Preferencia por un autor</li></ul>

## **7. ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE LAS OPERACIONES DE CAMPO**

Culminado el diseño de la encuesta, se dispuso de instrumentos de recolección de información y de control de todas las operaciones, desde la asignación de la muestra en cada *dominio* y *entidad federal* hasta los demás procesos de recolección y control de calidad del dato.

La capacitación del personal de campo fue otra actividad incluida en esta etapa y estuvo a cargo del equipo que diseñó la encuesta y de los responsables de las operaciones de campo.

Las operaciones de campo para la aplicación de la encuesta involucraron la realización de procesos que permitieron controlar la recolección de los datos, con el fin de asegurar la calidad y oportunidad de obtención de los mismos.

### **7.1 Diseño de controles para el desarrollo de las operaciones de campo**

Para el desarrollo de este estudio se diseñaron los siguientes controles:

- ◆ Control diario de encuestas realizadas por regiones.
- ◆ Control numérico de encuestados por sexo y por grupos de edad.
- ◆ Seguimiento por controles (número de viviendas planificadas para visitar y número de viviendas efectivamente visitadas).
- ◆ Control de la no respuesta y de posibles sustituciones de viviendas por cambios en el uso o modificaciones cartográficas en el terreno.
- ◆ Seguimiento de las revisitadas.
- ◆ Revisión de inconsistencias y verificación de calidad.

### **7.2 Organigrama de ejecución de la investigación**

**Figura 1.** Organigrama de ejecución



### **7.3 Preparación del personal de campo**

Una vez definido el tamaño de la muestra y seleccionadas las unidades primarias de muestreo y su distribución geográfica, se pudo cuantificar la carga de trabajo de encuestadores y supervisores. Acto seguido, se procedió a reclutar y seleccionar el personal requerido.

## **7.4 Recolección del dato**

Los encuestadores fueron los responsables directos de garantizar la recolección del dato en los hogares, mediante la aplicación del cuestionario diseñado para tal fin. Al finalizar cada día, los encuestadores entregaban el material diligenciado al supervisor de campo. Tanto supervisores como encuestadores avalaron la calidad de la recolección del dato y la cobertura de las entrevistas.

## **7.5 Supervisión del proceso de la operación**

La Coordinación Nacional de Campo fue la Unidad encargada de informarse, a través de los supervisores de campo, del proceso de levantamiento de información y –en caso de ser necesario– proponer y comunicar alternativas de mejoras o correctivos.

Los supervisores de campo tuvieron la responsabilidad inmediata sobre el trabajo de los encuestadores e inspeccionaron directamente que las entrevistas se llevaran a cabo conforme a lo planificado, adoptando correctivos, en campo o en oficina, y evaluando la actuación de los encuestadores a su cargo.

## **7.6 Revisión del cuestionario**

Una vez que los encuestadores entregaron los cuestionarios al supervisor, este procedió a revisar que se hubiesen aplicado correctamente y el porcentaje de avance de la carga asignada por cada control respectivo. Cada supervisor llenó los formatos de control correspondientes y los entregó a la Coordinación Nacional de Operaciones de Campo. En caso de que los cuestionarios no cumplieran con los requisitos previamente establecidos, se devolvían al encuestador para que los completara.

Cuando los cuestionarios llegaban a la oficina, junto con sus controles, pasaban por un proceso de revisión y de verificación de calidad.

## **7.7 Transcripción de los datos**

La Unidad de Transcripción recibía cada tres días los cuestionarios aprobados y numerados, procediendo a transcribir la información en un programa de captura de datos diseñado para tal fin.

## **7.8 Porcentaje de No Respuesta**

La No Respuesta del *Estudio del comportamiento lector, acceso al libro y la lectura en Venezuela* se muestra en el Cuadro 5.

**Cuadro 5.** Porcentaje de No Respuesta según dominio

DOMINIO	Nº DE CONTROLES PLANIFICADOS	Nº DE CONTROLES EJECUTADOS	Nº DE VIVIENDAS PLANIFICADAS	Nº DE VIVIENDAS EJECUTADAS	% DE NO RESPUESTA
AMC	26	25	834	721	13,55
Grandes Ciudades	33	32	1.060	898	15,28
Localidades con menos de 250.000 habitantes	41	38	1.234	1.116	9,56
Nacional	100	95	3.128	2.735	12,56

## II. Análisis de resultados

Los resultados que se presentan a continuación se organizan según las dimensiones y variables consideradas en la Encuesta Comportamiento Lector en Venezuela, a saber:

- ◆ Información general sobre la población lectora (proporción poblacional), quiénes y qué leen, el tipo de publicación leída y la relación de este comportamiento con las variables poblacionales de carácter estructural: sexo, edad, nivel educativo y estrato social.
- ◆ Información relativa a la lectura y sus prácticas, que incluye las variables idioma en que se lee, lugares y período del día (dónde y cuándo) se lee, la información cuantitativa sobre el tiempo de lectura y número de libros leídos y sobre las preferencias de género y temática.
- ◆ Información sobre variables relacionadas con las decisiones personales sobre la lectura, materiales seleccionados y factores que la afectan: motivaciones, valoración y representaciones sociales de la lectura.
- ◆ Comportamiento de variables que favorecen o limitan el acceso a la lectura, compra de libros, lugares de compra, información sobre uso de bibliotecas e internet.
- ◆ Información de la percepción que tiene la población encuestada sobre los programas de edición masiva, distribución gratuita de libros y otros.

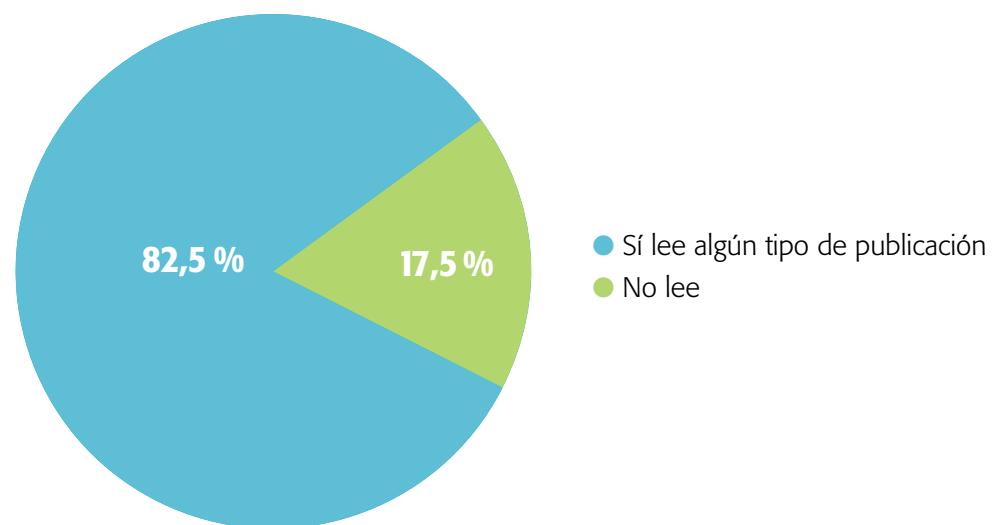
### **1. LECTORES Y LECTORAS EN VENEZUELA: QUIÉNES Y QUÉ LEEN**

En esta investigación se identificó como *lector* a toda persona dentro de la población objetivo, en este caso la población alfabetizada de 13 años de edad y más, que declaró leer cualquier tipo de material escrito (libros, revistas, periódicos, textos escolares, internet, material digital y otros). En el **Cuadro 6** y **Gráfico 1**, se puede observar un alto porcentaje (82,5 %) de lectores y lectoras en el ámbito nacional.

**Cuadro 6.** Población según lectura de algún tipo de publicación

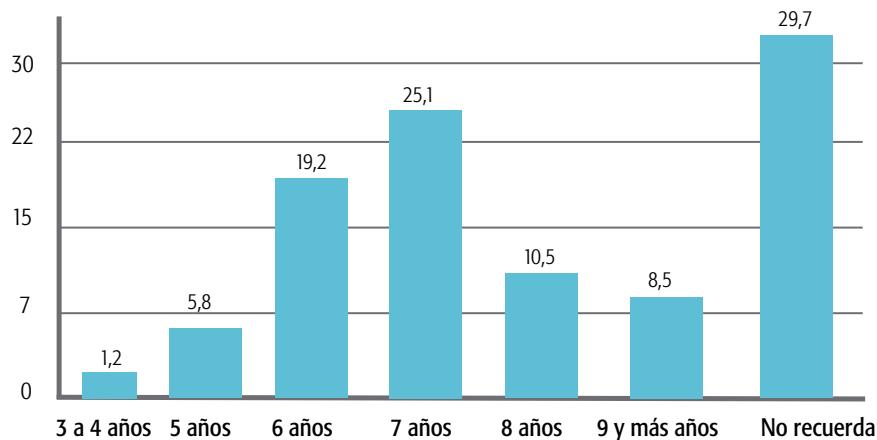
LEE ALGÚN TIPO DE PUBLICACIÓN	POBLACIÓN	PORCENTAJE	C.V. %
Sí	17.268.512	82,5	1,35
No	3.667.583	17,5	6,37
Total	20.936.095	100	

**Gráfico 1.** Población según lectura de algún tipo de publicación



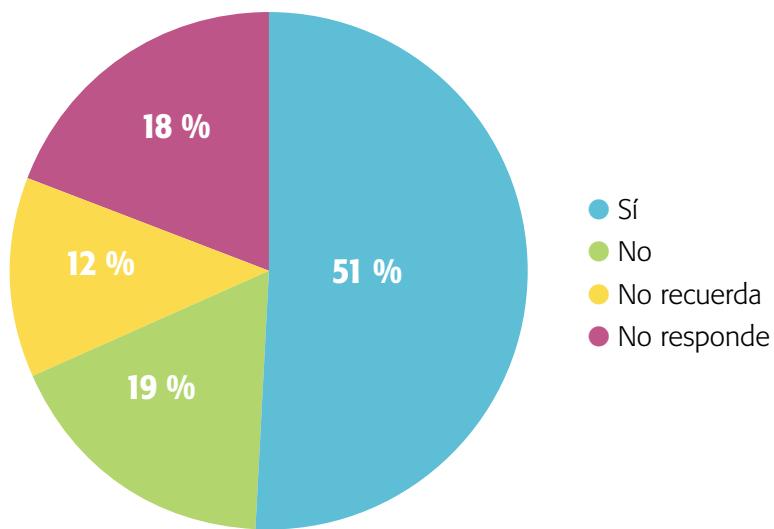
Tal como se puede observar en el **Gráfico 2**, el 25,1 % de las personas declaró haber aprendido a leer a los 7 años.

**Gráfico 2.** Población según edad en la que aprendió a leer

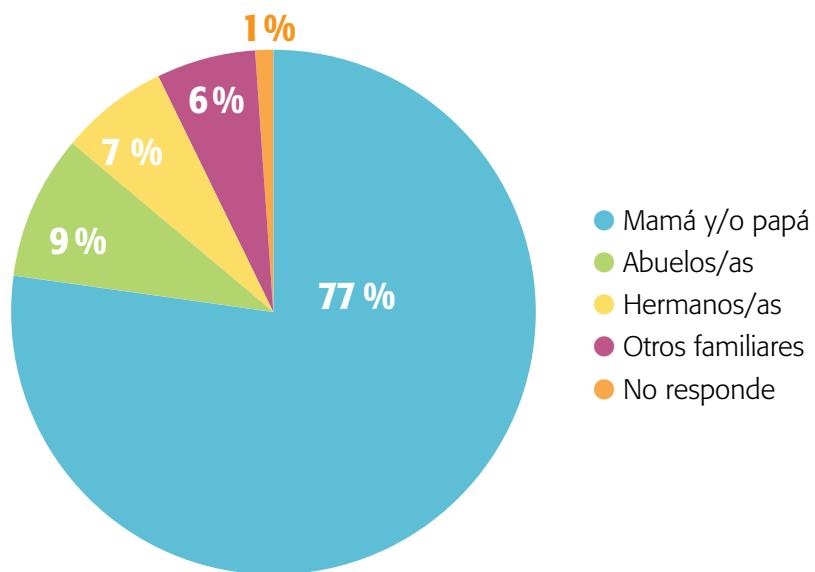


El 51 % de las personas indicaron que algún miembro de su grupo familiar le lee o le leía y en el 77 % de estos casos la persona que le lee o le leía es su mamá o su papá. Información observable en los **Gráficos 3 y 4**.

**Gráfico 3.** Población según si algún miembro de su grupo familiar le lee o le leía



**Gráfico 4.** Población según cuál miembro de su grupo familiar le lee o le leía



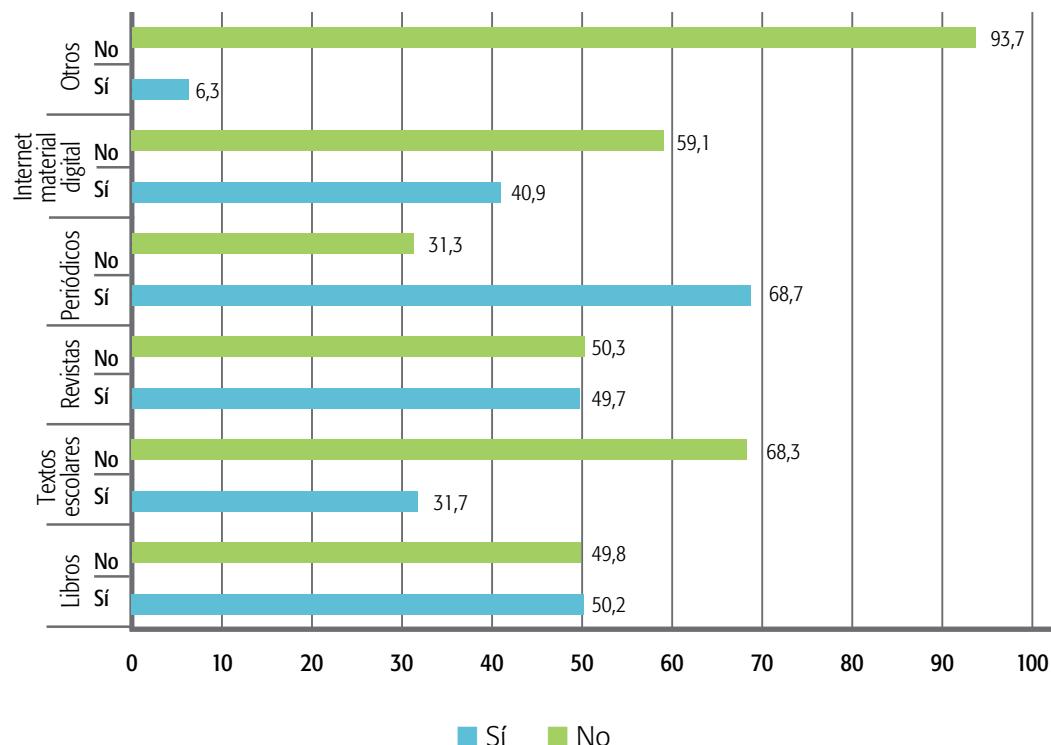
## 1.1 Lectores según el tipo de publicación

Al considerar el comportamiento de la lectura según el tipo de publicación, en el Cuadro 7, se muestra que el 68,70 % de la población encuestada es lectora de periódicos; 50,20 % lee libros; el 49,70 % lee revistas y la lectura por internet es practicada por un 40,90 % de la población.

**Cuadro 7.** Población según tipo de publicación y lectura

TIPO DE PUBLICACIÓN		POBLACIÓN	PORCENTAJE	C.V. %
Libros	Sí	10.503.780	50,20	4,82
	No	10.432.315	49,80	4,86
Textos escolares	Sí	6.632.255	31,70	6,30
	No	14.303.840	68,30	2,92
Revistas	Sí	10.415.394	49,70	3,72
	No	10.520.701	50,30	3,68
Periódicos	Sí	14.391.622	68,70	1,97
	No	6.544.473	31,30	4,33
Internet, material digital	Sí	8.567.975	40,90	8,34
	No	12.368.120	59,10	5,78
Otros	Sí	1.311.369	6,30	16,00
	No	19.624.726	93,70	1,07
<b>Total</b>		<b>20.936.095</b>		

**Gráfico 5.** Población según lectura de algún tipo de publicación



## 1.2 Lectura de periódicos y revistas. ¿Qué se lee?

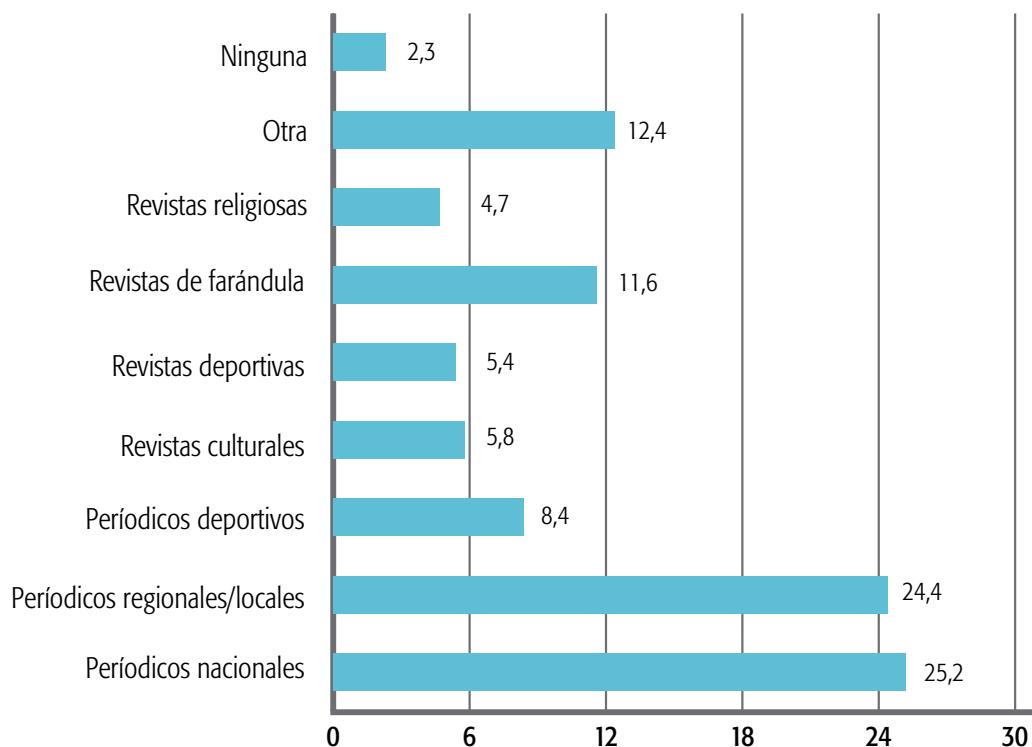
En el Cuadro 8 y Gráfico 6, respectivamente, se presentan los tipos de periódicos y revistas mencionadas por los encuestados entre sus lecturas frecuentes (respuesta múltiple en la que se admitían hasta 4 opciones). En el caso de los periódicos, se indica con mayor frecuencia la prensa general tanto nacional como regional (49,60 %) por encima de las publicaciones periódicas especializadas (8,40 %).

**Cuadro 8.** Población según lectura de periódicos y revistas

PUBLICACIÓN	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Periódicos nacionales	9.388.760	25,20
Periódicos regionales/locales	9.089.663	24,40
Periódicos deportivos	3.125.248	8,40
Revistas culturales	2.156.422	5,80
Revistas deportivas	2.011.270	5,40
Revistas de farándula	4.331.298	11,60
Revistas religiosas	1.750.359	4,70
Otra	4.611.884	12,40
Ninguna	861.915	2,30
<b>Total de respuestas</b>	<b>37.326.819</b>	<b>100</b>

Respuesta múltiple

**Gráfico 6.** Población según lectura de periódicos y revistas



### 1.3 Características sociodemográficas de los lectores y lectoras

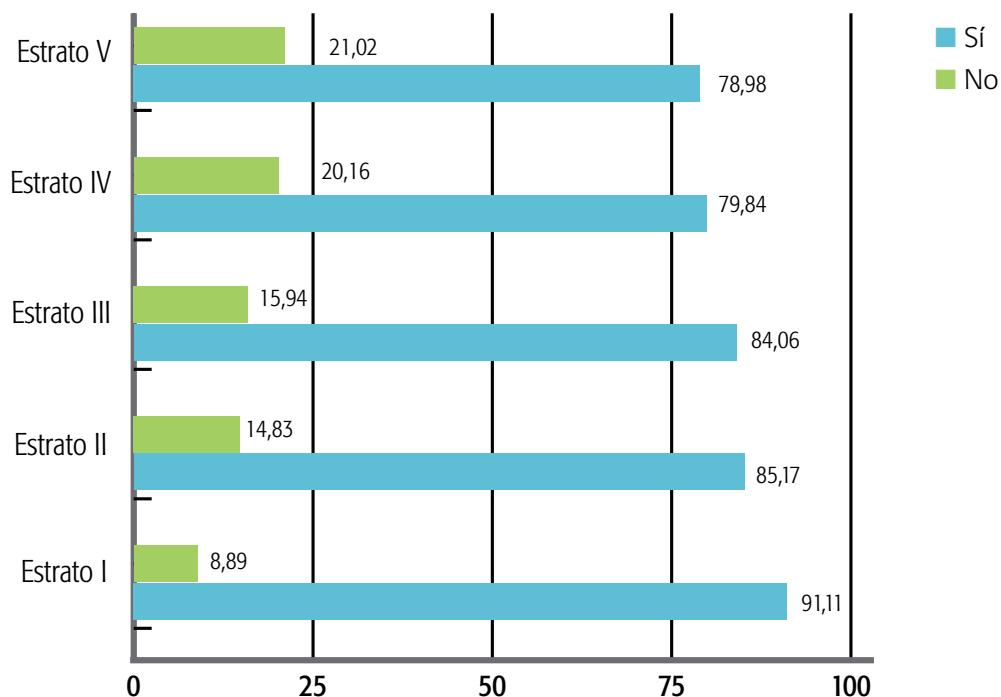
En los Cuadros 9, 10, 11 y 12 se presenta el comportamiento lector por estrato social, edad, nivel educativo y sexo, con el propósito de describirlo en relación con estas variables. En este sentido, se puede destacar que, en general, los porcentajes de lectores no varían mucho según los niveles o categorías consideradas en la clasificación de estas variables.

Los datos agrupados en el **Cuadro 9** indican que el porcentaje de lectura de algún material aumenta en los estratos que tienen mejores condiciones de vida (estratos III a I). Esta información es fácilmente observable en el **Gráfico 7**.

**Cuadro 9.** Población por lectura de algún tipo de publicación según estrato social

ESTRATO	LEE ALGÚN TIPO DE PUBLICACIÓN						
	Sí			No			
	Población	%	C.V. %	Población	%	C.V. %	
Estrato I	852.345	91,11	2,09	83.152	8,89	21,38	935.497
Estrato II	3.557.381	85,17	2,53	619.203	14,83	14,55	4.176.584
Estrato III	4.778.471	84,06	1,78	906.166	15,94	9,40	5.684.637
Estrato IV	6.667.174	79,84	2,15	1.683.043	20,16	8,51	8.350.217
Estrato V	1.413.141	78,98	3,61	376.019	21,02	13,56	1.789.160
Total	17.268.512	82,48	1,35	3.667.583	17,52	6,37	20.936.095

**Gráfico 7.** Población por lectura de algún tipo de publicación según estrato social

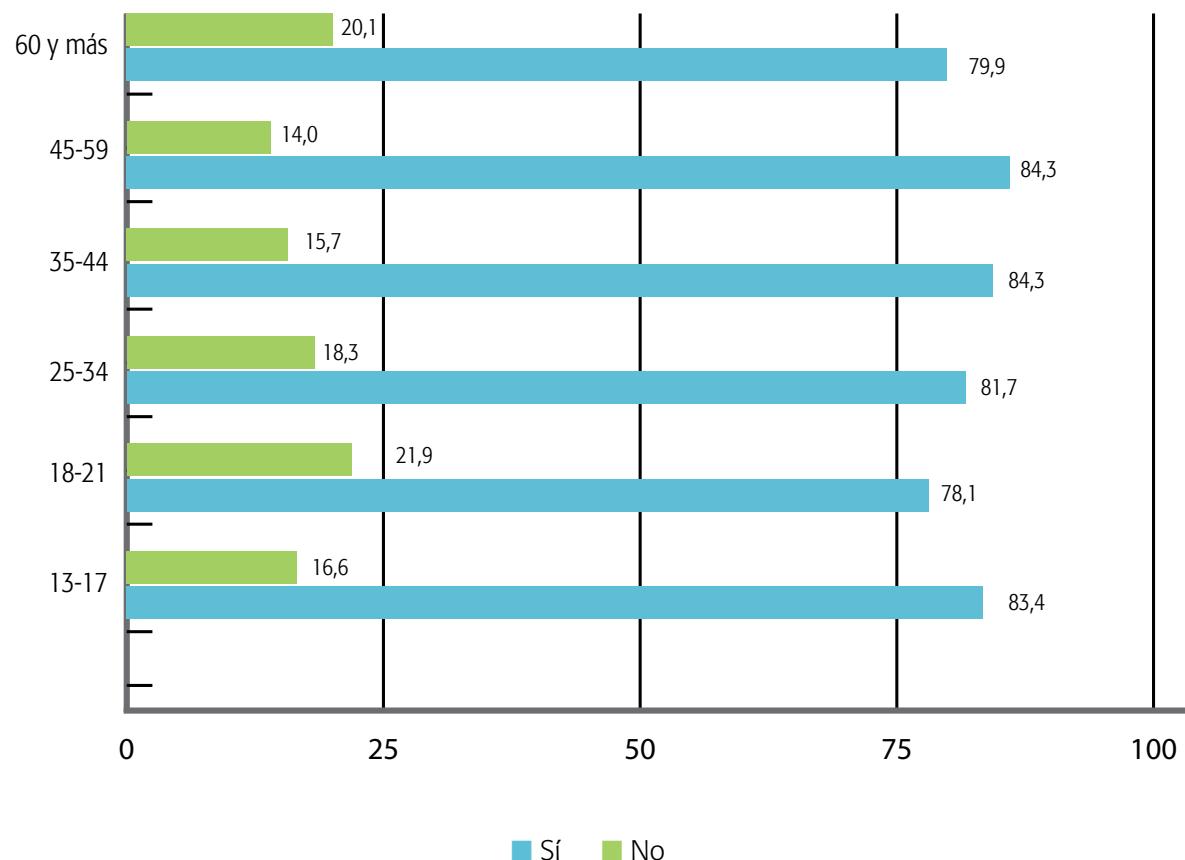


Al examinar el comportamiento de la lectura según la edad en el **Cuadro 10** y **Gráfico 8**, no es posible observar una tendencia marcada en los porcentajes de lectura, solo se muestra un mayor porcentaje de lectores en los adultos de 45 a 59 años, seguidos de la población de 35 a 44 años y en tercer lugar los que se encuentran en edades de 13 a 17 años.

**Cuadro 10.** Población por lectura de algún tipo de publicación según edad

EDAD	LEE ALGÚN TIPO DE PUBLICACIÓN						
	Sí			No			
	Población	%	C.V. %	Población	%	C.V. %	
13-17	2.450.642	83,40	1,44	487.694	16,60	7,23	2.938.336
18-24	2.727.356	78,10	2,07	766.738	21,90	7,37	3.494.094
25-34	3.617.130	81,70	1,79	811.436	18,30	7,97	4.428.566
35-44	3.342.194	84,30	1,65	622.140	15,70	8,88	3.964.334
45-59	3.521.631	86,00	1,77	573.859	14,00	10,89	4.095.490
60 y más	1.609.559	79,90	2,83	405.716	20,10	11,23	2.015.275
Total	17.268.512	82,50		3.667.583	17,50		20.936.095

**Gráfico 8.** Población por lectura de algún tipo de publicación según edad

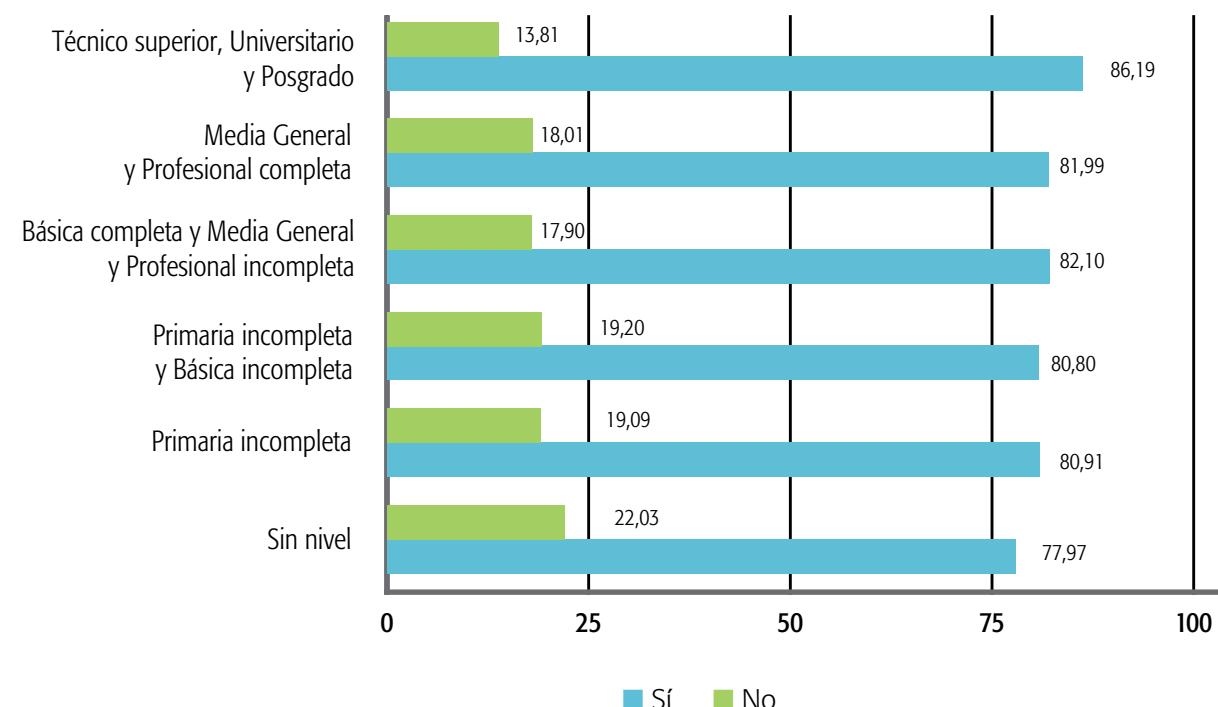


En el **cuadro 11** se representa la población de acuerdo a si lee o no algún tipo de publicación según su nivel educativo. En este se observa que los mayores porcentajes de lectores se encuentran en los niveles de formación superior a la básica completa: el 86,19 % son técnico superior, universitario y con estudios de posgrado, el 82,10 % en básica completa y media general y profesional incompleta y el 81,99 % en media general y profesional completa. Se contabilizaron también 173.108 personas que no suministraron información sobre su nivel educativo, de los cuales declararon leer cualquier tipo de publicación y 42.470 que no leían. Esta misma información se aprecia en el **Gráfico 9**.

**Cuadro 11.** Población por lectura de algún tipo de publicación según nivel educativo

NIVEL EDUCATIVO	LEE ALGÚN TIPO DE PUBLICACIÓN						
	Sí			No			
	Población	%	C.V. %	Población	%	C.V. %	
Sin nivel	164.178	77,97	5,04	46.377	22,03	17,83	210.555
Primaria incompleta	1.274.346	80,91	2,95	300.733	19,09	12,50	1.575.079
Primaria completa y Básica incompleta	3.458.546	80,80	2,08	821.637	19,20	8,77	4.280.183
Básica completa y Media General y Profesional incompleta	4.727.260	82,10	1,48	1.030.539	17,90	6,81	5.757.799
Media General y Profesional completa	3.733.231	81,99	2,01	820.072	18,01	9,14	4.553.303
Técnico superior, Universitario y Posgrado	3.780.313	86,19	1,87	605.755	13,81	11,65	4.386.068
<b>Total</b>	<b>17.137.874</b>	<b>82,54</b>	<b>1,35</b>	<b>3.625.113</b>	<b>17,46</b>	<b>6,36</b>	<b>20.762.987</b>

**Gráfico 9.** Población por lectura de algún tipo de publicación según nivel educativo

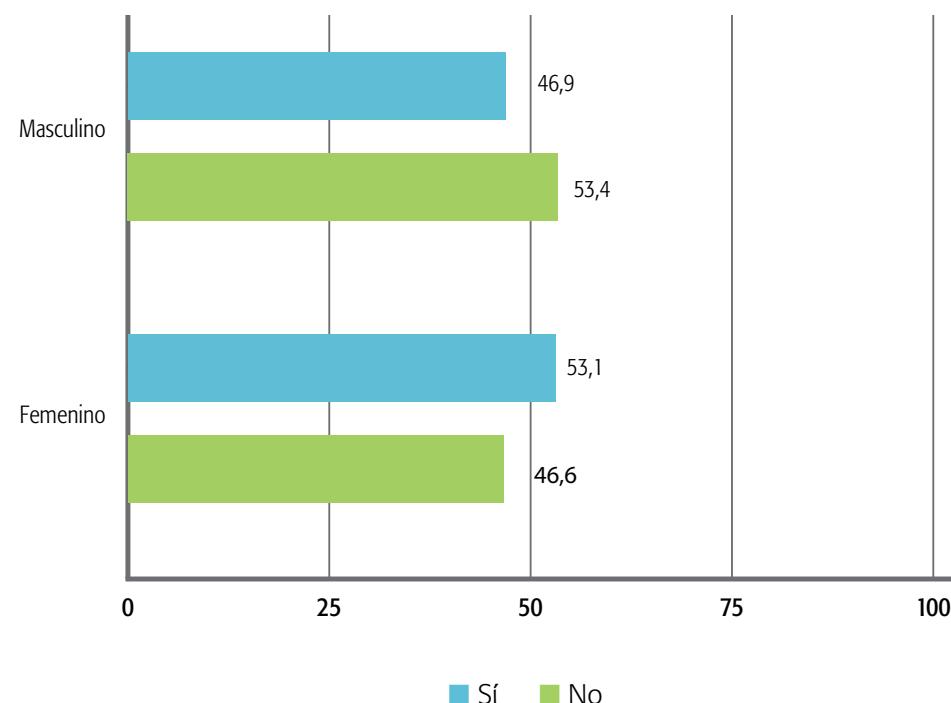


En el **Cuadro 12** así como en el **Gráfico 10** se muestran los datos referidos a la lectura diferenciada por sexo; en ellos se indica que, en porcentaje, las mujeres son un poco más lectoras de algún tipo de publicación que los hombres.

**Cuadro 12.** Población por lectura de algún tipo de publicación según sexo

LEE ALGÚN TIPO DE PUBLICACIÓN	SEXO					
	Masculino		Femenino		Total	
	Población	%	Población	%	Población	%
Sí	8.095.961	46,9	9.172.551	53,1	17.268.512	100,0
No	1.956.798	53,4	1.710.785	46,6	3.667.583	100,0
Total	10.052.759	48	10.883.336	52	20.936.095	100

**Gráfico 10.** Población por lectura de algún tipo de publicación según sexo



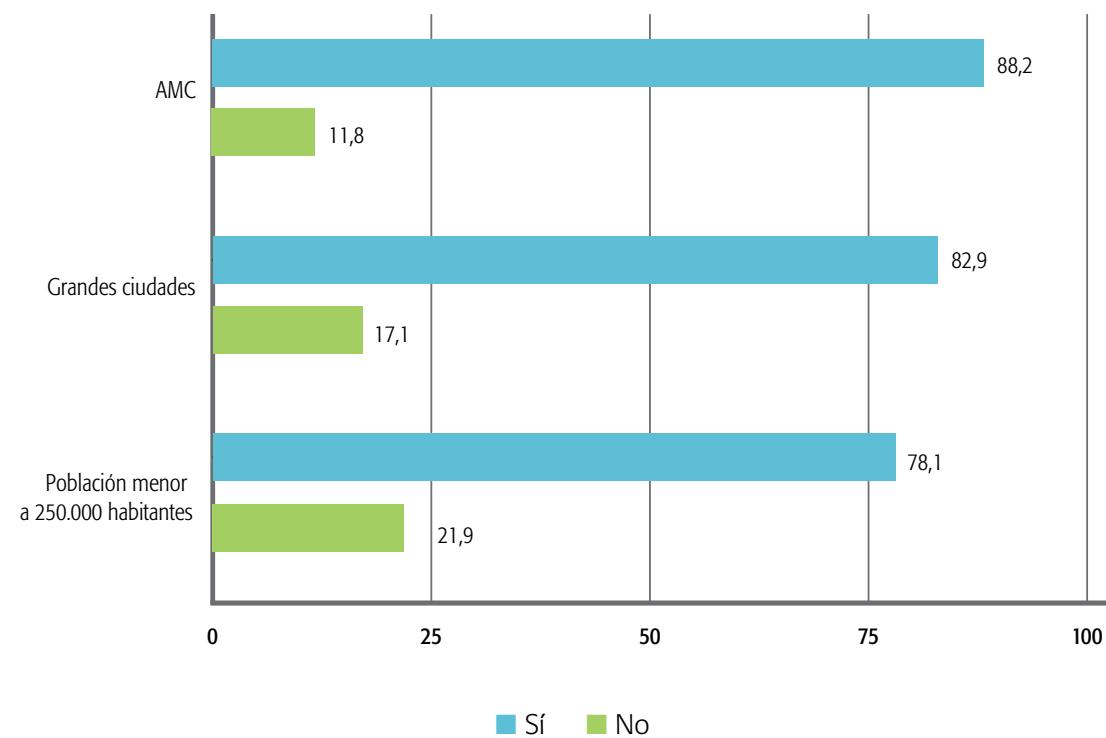
Los **Cuadros 13 y 14**, presentan el comportamiento lector por territorios sociales (dominios). En ellos es posible observar algunas diferencias respecto a los porcentajes de lectura, especialmente en el caso de la lectura de libros. Así, tenemos que el porcentaje de lectores de algún tipo de publicación en el Área Metropolitana de Caracas (AMC) supera a los otros dos dominios, grandes ciudades y resto del país, tal como se muestra en el **Cuadro 13**.

En el caso del comportamiento de la lectura según el tipo de material impreso, en el **Cuadro 14** se aprecia un porcentaje mayor de lectores en el AMC, especialmente en lo referente a la lectura de libros y revistas. Un aspecto importante de resaltar es la gran diferencia de la lectura por internet entre el AMC y los otros dos dominios. Estos datos están representados en el **Gráfico 11**.

**Cuadro 13.** Población por dominio según lectura de algún tipo de publicación

LEE ALGÚN TIPO DE PUBLICACIÓN	DOMINIO										
	AMC			Grandes ciudades			Población menor a 250.000 habitantes			Total	
	Población	%	C.V. %	Población	%	C.V. %	Población	%	C.V. %	Población	%
Sí	4.953.968	88,2	1,55	6.044.950	82,9	2,26	6.269.594	78,1	3,04	17.268.512	82,5
No	662.060	11,8	11,8	1.247.614	17,1	17,1	1.757.909	21,9	10,9	3.667.583	17,5
Total	5.616.028	100		7.292.564	100		8.027.503	100		20.936.095	100

**Gráfico 11.** Población por dominio según lectura de algún tipo de publicación



**Cuadro 14.** Población por dominio según el tipo de publicación que lee

TIPO DE PUBLICACIÓN		DOMINIO							
		AMC		Grandes ciudades		Población menor a 250.000 habitantes		Total	
		Población	%	Población	%	Población	%	Población	%
Libros	Sí	3.494.857	62,2	2.973.428	40,8	4.035.495	50,3	10.503.780	50,2
	No	2.121.171	37,8	4.319.136	59,2	3.992.008	49,7	10.432.315	49,8
Textos	Sí	1.789.885	31,9	2.028.913	27,8	2.813.457	35,0	6.632.255	31,7
	No	3.826.143	68,1	5.263.651	72,2	5.214.046	65,0	14.303.840	68,3
Revistas	Sí	3.335.497	59,4	3.344.271	45,9	3.735.626	46,5	10.415.394	49,7
	No	2.280.531	40,6	3.948.293	54,1	4.291.877	53,5	10.520.701	50,3
Periódicos	Sí	4.103.010	73,1	5.034.449	69,0	5.254.163	65,5	14.391.622	68,7
	No	1.513.018	26,9	2.258.115	31,0	2.773.340	34,5	6.544.473	31,3
Internet, material digital	Sí	3.437.535	61,2	2.792.630	38,3	2.337.810	29,1	8.567.975	40,9
	No	2.178.493	38,8	4.499.934	61,7	5.689.693	70,9	12.368.120	59,1
Otro	Sí	429.125	7,6	370.217	5,1	512.027	6,4	1.311.369	6,3
	No	5.186.903	92,4	6.922.347	94,9	7.515.476	93,6	19.624.726	93,7

## 2. LA LECTURA Y SUS PRÁCTICAS

En la encuesta se indagó sobre algunas prácticas de la lectura referidas al idioma, lugar y período del día en que se realiza, los resultados obtenidos se presentan en los **Cuadros 15, 16 y 17** y en los gráficos siguientes a cada uno de los cuadros.

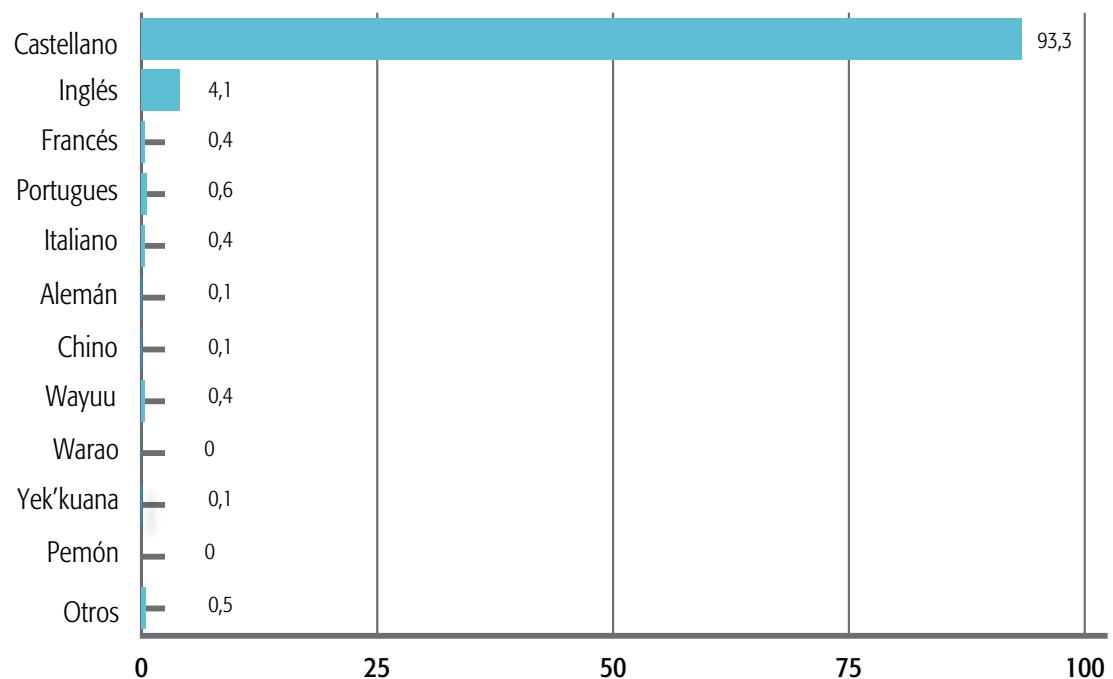
### 2.1 Idioma en que se lee

En el **Cuadro 15** y en el **Gráfico 12**, se aprecia que casi todas las personas leen en idioma castellano; la lectura en idiomas indígenas es muy baja.

**Cuadro 15.** Población según idioma en que lee

IDIOMA	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Castellano	17.155.817	93,3
Idiomas indígenas	184.822	5,7
Otros	1.048.769	1,0
<b>Total</b>	<b>18.389.408</b>	

**Gráfico 12.** Población según idioma en que lee



## 2.2 Lugares de lectura

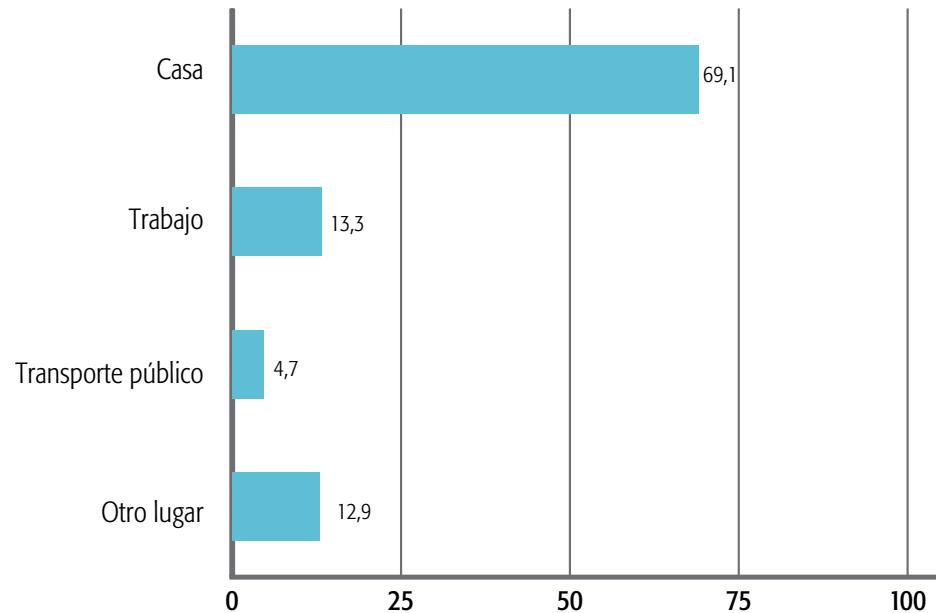
Respecto al lugar en que se practica la lectura, es notable la primacía del hogar: el 69,1 % de las personas señalaron que leían en su hogar, tal como se aprecia en el Cuadro 16 y en el Gráfico 13.

**Cuadro 16.** Población según lugar de lectura

LUGAR DE LECTURA	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Casa	15.873.626	69,1
Trabajo	3.052.308	13,3
Transporte público	1.083.809	4,7
Otro lugar	2.965.114	12,9
<b>Total de respuestas</b>	<b>22.974.857</b>	<b>100</b>

Respuesta múltiple

**Gráfico 13.** Población según lugar de lectura



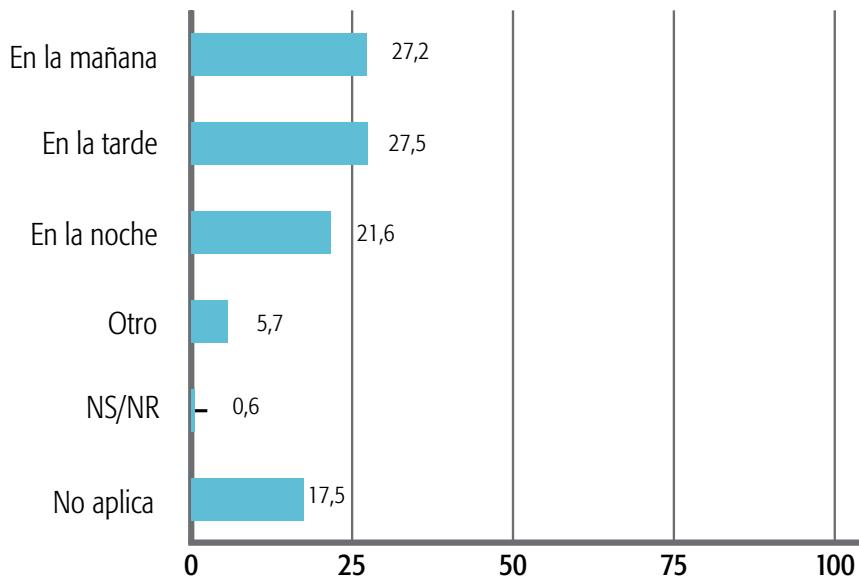
### 2.3 Momento del día en que se lee

En el Cuadro 17 se observa que la distribución de los porcentajes de personas que leen en los distintos lapsos del día es similar, presentándose un mayor porcentaje de personas que leen en la mañana y en la tarde, situación presentada en el Gráfico 14.

**Cuadro 17.** Población según momento del día que dedica a la lectura

MOMENTO	POBLACIÓN	PORCENTAJE	C.V: %
En la mañana	5.685.806	27,2	5,30
En la tarde	5.764.632	27,5	5,22
En la noche	4.512.003	21,6	4,54
Otro	1.188.065	5,7	12,09
NS/NR	118.006	0,6	13,82
No aplica	3.667.583	17,5	6,37
<b>Total</b>	<b>20.936.095</b>	<b>100</b>	

**Gráfico 14.** Población según momento del día que dedica a la lectura



#### 2.4 Una mirada de la lectura desde lo cuantitativo

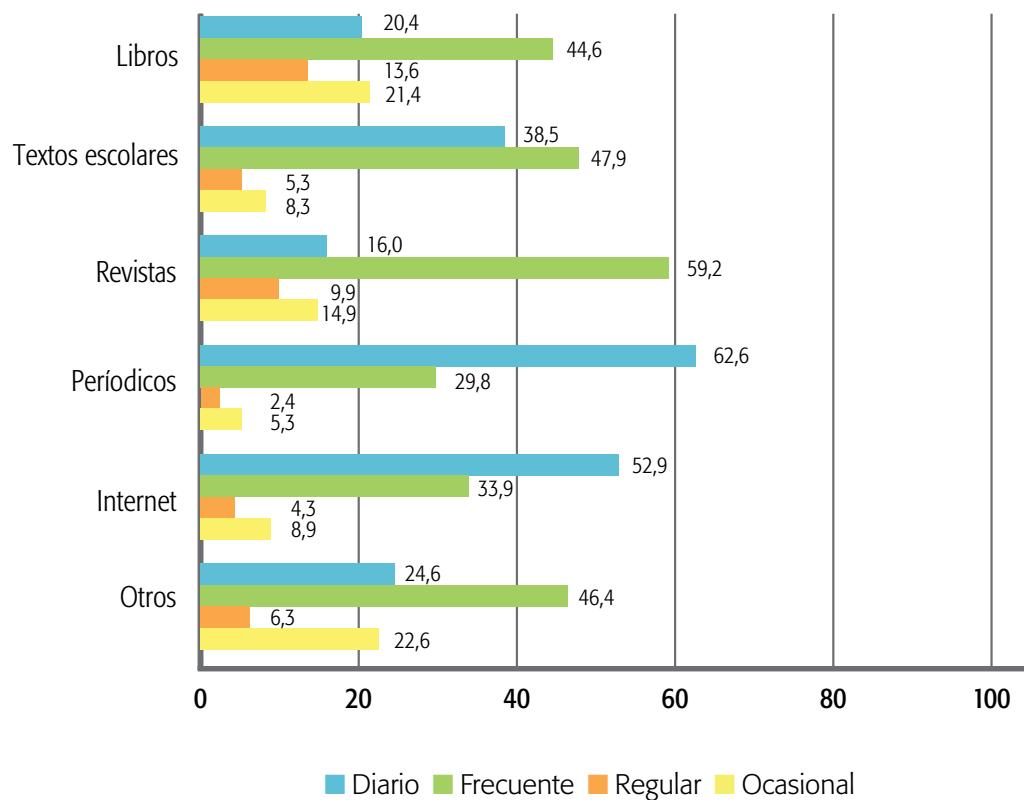
En la encuesta se indaga acerca de algunas características de la práctica lectora de tipo cuantitativo y los resultados correspondientes se presentan en los cuadros **Cuadros 18, 19, 20 y 21**. En ellos se muestra la frecuencia con la que se lee cada uno de los diferentes tipos de publicación, el tiempo dedicado por semana y el número de libros leídos en los últimos 12 meses.

En el caso de la frecuencia de lectura según el tipo de publicación, se observa que la lectura *frecuente* de los diversos tipos de publicación ocurre en una mayor proporción, a excepción de la lectura de periódicos y por internet, en estos la práctica más frecuente es la diaria.

**Cuadro 18.** Población por frecuencia de lectura según tipo de publicación

TIPO DE PUBLICACIÓN	FRECUENCIA DE LECTURA									
	Diario		Frecuente		Regular		Ocasional		Total	
	Población	%	Población	%	Población	%	Población	%	Población	%
Libros	2.141.869	20,4	4.683.551	44,6	1.431.066	13,6	2.243.168	21,4	10.499.654	100
Textos escolares	2.552.310	38,5	3.178.166	47,9	349.521	5,3	550.098	8,3	6.630.095	100
Revistas	1.663.932	16,0	6.162.617	59,2	1.029.911	9,9	1.556.774	14,9	10.413.234	100
Periódicos	9.007.426	62,6	4.282.880	29,8	341.298	2,4	757.858	5,3	14.389.462	100
Internet	4.532.340	52,9	2.902.811	33,9	370.926	4,3	759.738	8,9	8.565.815	100
Otro	323.184	24,6	609.127	46,4	82.342	6,3	296.716	22,6	1.311.369	100

**Gráfico 15.** Población por frecuencia de lectura según tipo de publicación



En cuanto al tiempo dedicado a la lectura, las personas leen diariamente en promedio una hora y veinte minutos; el 75 % de los encuestados lee 120 minutos o menos.

**Cuadro 19.** Medidas de resumen del tiempo de lectura (en minutos)

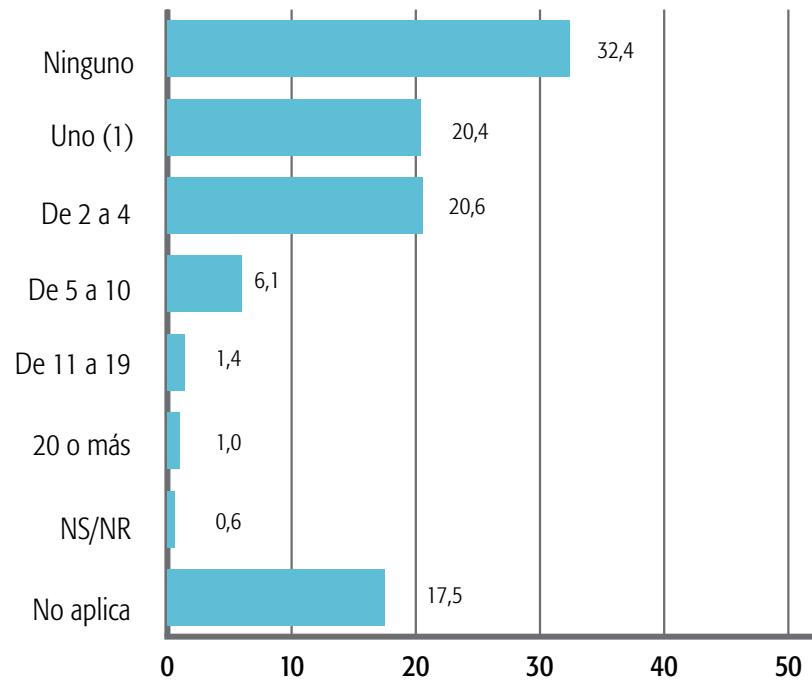
N	VÁLIDOS	17.148.812
	SIN INFORMACIÓN	3.787.283
Media		82,85
Mediana		60,00
Moda		60,00
Desviación típica		60,208
Valor mínimo		0
Valor máximo		1.080
Percentiles	25	60,00
	50	60,00
	75	120,00

La distribución de libros leídos en los últimos 12 meses se muestra en los cuadros siguientes, en ellos se observa que más del 50 % de las personas leyeron un libro o menos y menos del 10 % leyó 5 libros o más. En promedio los venezolanos leyeron 2,01 libros por persona.

**Cuadro 20.** Población según cantidad de libros leídos en los últimos 12 meses

CANTIDAD DE LIBROS LEÍDOS	POBLACIÓN	PORCENTAJE	C.V: %
Ninguno	6.783.373	32,4	7,62
Uno (1)	4.267.993	20,4	6,58
De 2 a 4	4.305.246	20,6	8,78
De 5 a 10	1.279.812	6,1	9,49
De 11 a 19	293.886	1,4	23,76
20 o más	207.504	1,0	22,16
NS/NR	130.698	0,6	20,29
No aplica	3.667.583	17,5	6,37
<b>Total</b>	<b>20.936.095</b>	<b>100</b>	

**Gráfico 16.** Población según cantidad de libros leídos en los últimos 12 meses



**Cuadro 21.** Medidas de resumen de la cantidad de libros leídos en los últimos 12 meses

N	VÁLIDOS	17.920.760
	SIN INFORMACIÓN	4.276.958
Media		2,01
Mediana		1
Moda		0
Desviación típica		3,076
Percentiles	25	0
	50	1
	75	3

## 2.5 Una mirada a la lectura desde las preferencias

Las preferencias por determinados géneros y temáticas son dos aspectos investigados a través de la encuesta. Con ese propósito se preguntó a los lectores sobre los géneros y las temáticas de su preferencia así como sobre el soporte (físico, digital, electrónico y audiolibro) en que leían. En el primer caso, los encuestados tenían la posibilidad de indicar tres opciones y en el segundo, cuatro.

Las respuestas se presentan en los **Cuadros 22, 23 y 24**. En el **Cuadro 22** se observa que la narrativa, los textos de biografía/testimonio y la poesía son los géneros más mencionados.

En cuanto a la preferencia de género literario por sexo. La comparación de los resultados indica que las mujeres muestran mayor preferencia por la poesía y la narrativa que los hombres. Mientras que estos prefieren los libros de biografía/testimonio. El comportamiento preferencial por los otros géneros es similar.

**Cuadro 22.** Población por sexo según preferencia de género literario

PREFERENCIA DE GÉNERO	SEXO				
	Masculino		Femenino		Total
	Población	%	Población	%	Población
Poesía	1.479.945	18,4	2.333.033	25,7	3.812.978
Narrativa (Novela/ Cuento/Crónica)	3.670.172	45,6	4.830.575	53,2	8.500.747
Ensayo	592.786	7,4	720.615	7,9	1.313.401
Teatro/Dramaturgia	590.139	7,3	784.058	8,6	1.374.197
Biografía/Testimonio	2.035.353	25,3	1.935.350	23,3	4.156.332
Otro	1.867.267	23,2	2.120.979	21,3	3.802.617
Ninguno	1.647.208	20,5	1.451.753	16,0	3.098.961
<b>Total de población</b>	<b>8.041.395</b>		<b>9.087.144</b>		<b>17.128.539</b>

Respuesta múltiple: Los porcentajes y totales se basan en el número de encuestados

### 2.5.1 Preferencia temática

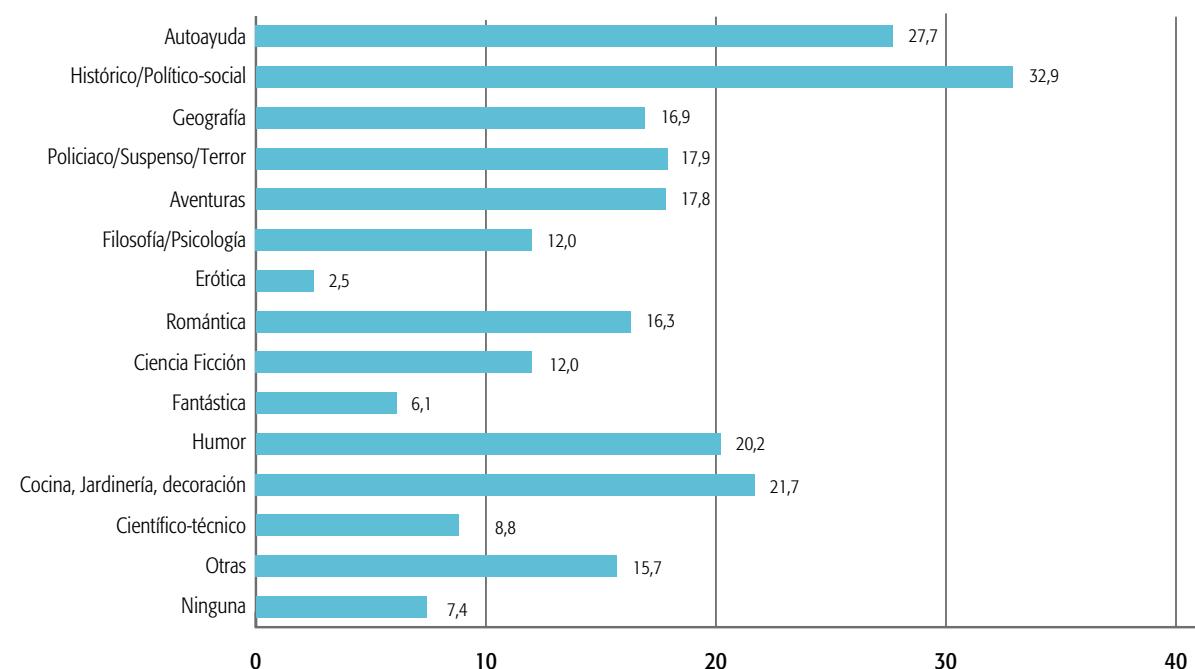
Al analizar la distribución de la población según la preferencia temática se destacan los temas histórico/político-social y la autoayuda entre los de mayor aceptación y luego, cocina y humor. Resultados presentados en el Cuadro 23 y Gráfico 17.

**Cuadro 23.** Población según preferencia temática

PREFERENCIA TEMÁTICA	POBLACIÓN	PORCENTAJE	C.V. %
Autoayuda	4.775.664	27,7	5,23
Histórico/Político-social	5.687.794	32,9	6,93
Geografía	2.925.590	16,9	9,75
Policíaco/suspense/terror	3.086.962	17,9	6,24
Aventuras	3.081.286	17,8	6,60
Filosofía/psicología	2.080.790	12	9,40
Erótica	429.105	2,5	11,30
Romántica	2.812.679	16,3	7,44
Ciencia ficción	2.076.043	12	7,96
Fantástica	1.057.813	6,1	7,98
Humor	3.490.471	20,2	6,35
Cocina, jardinería, manualidades, decoración	3.739.159	21,7	6,01
Científico-técnico	1.518.349	8,8	9,61
Otras	2.706.371	15,7	13,25
Ninguna	1.272.286	7,4	13,21
<b>Total de respuestas</b>	<b>20.936.095</b>		

Respuesta múltiple

**Gráfico 17.** Población según preferencia temática



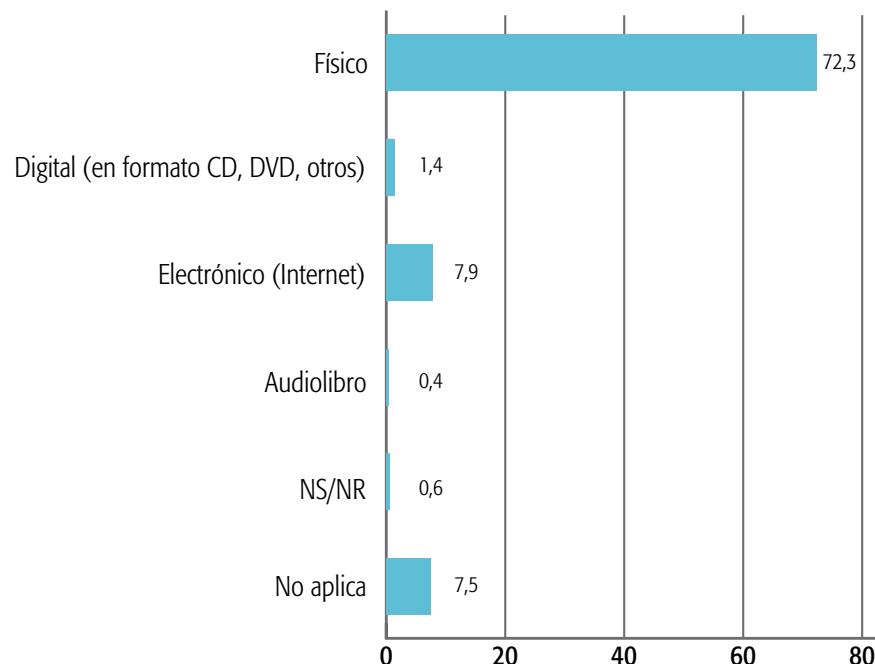
## 2.5.2 Preferencia por soporte para leer

En cuanto al soporte preferido para leer, más del 70 % de los lectores prefiere el soporte físico, tal como se aprecia en el Cuadro 24.

**Cuadro 24.** Población según preferencia por soporte para leer

PREFERENCIA POR SOPORTE	POBLACIÓN	PORCENTAJE	C.V. %
Físico	15.128.854	72,3	2,05
Digital (en formato CD, DVD, otros)	286.082	1,4	15,00
Electrónico (Internet)	1.646.714	7,9	16,03
Audiolibro	80.378	0,4	27,42
NS/NR	126.484	0,6	23,65
No aplica	3.667.583	17,5	6,37
<b>Total</b>	<b>20.936.095</b>	<b>100</b>	

**Gráfico 18.** Población según preferencia por soporte para leer



### **2.5.3. Libro preferido**

Sobre la base de la población, aproximadamente un 40 % se pronunció al consultársele acerca de su preferencia por un libro en particular. Luego de ordenar los títulos de estos libros –según el número de veces que fueron nombrados– se obtuvo como resultado que el mayor número de menciones, aproximadamente el 10 % de ellas, correspondió a la Biblia. Aplicando el mismo criterio, se ordenaron los otros títulos señalados haciendo un corte en el punto en el cual un libro fuese referido al menos por el 1% de los respondientes.

Un dato significativo que resulta de la indagación de este aspecto es la cantidad de títulos de libros mencionados por los encuestados: aproximadamente 1.100 títulos.

A continuación se nombran los títulos de los nueve libros que mencionaron reiteradamente los encuestados:

- 1.- Biblia
- 2.- *Doña Bárbara*
- 3.- *Cien años de soledad*
- 4.- *La culpa es de la vaca*
- 5.- *Don Quijote de La Mancha*
- 6.- *El alquimista*
- 7.- *Casas muertas*
- 8.- *Harry Potter*
- 9.- *El principito*

En relación con los autores preferidos por los encuestados, sólo un 23 % hizo referencia a algún autor como su preferido.

Aplicando el mismo criterio que se empleó para analizar los resultados referentes al libro preferido, se obtuvo un total de siete autores recurrentes; de ellos, el venezolano Rómulo Gallegos obtuvo el 9 % de las menciones. Los encuestados nombraron, aproximadamente un total de 500 autores, de los cuales se mencionan a continuación los siete primeros:

- 1.- Rómulo Gallegos
- 2.- Paulo Coelho
- 3.- Gabriel García Márquez
- 4.- Miguel Otero Silva
- 5.- Miguel de Cervantes
- 6.- Pablo Neruda
- 7.- Isabel Allende

## **3. REPRESENTACIÓN DE LA LECTURA Y MOTIVACIONES**

---

Entre las dimensiones examinadas para la caracterización del comportamiento lector, se encuentran las motivaciones de los lectores para seleccionar determinadas lecturas, la consideración de recomendaciones emanadas de diversos actores y aquellas relacionadas con la significación que tiene la lectura para la persona. La información recogida sobre estos aspectos se presenta en los Cuadros 25, 26, 27 y 28 y en los Gráficos 19, 20, 21.

### **3.1 Finalidad de la lectura**

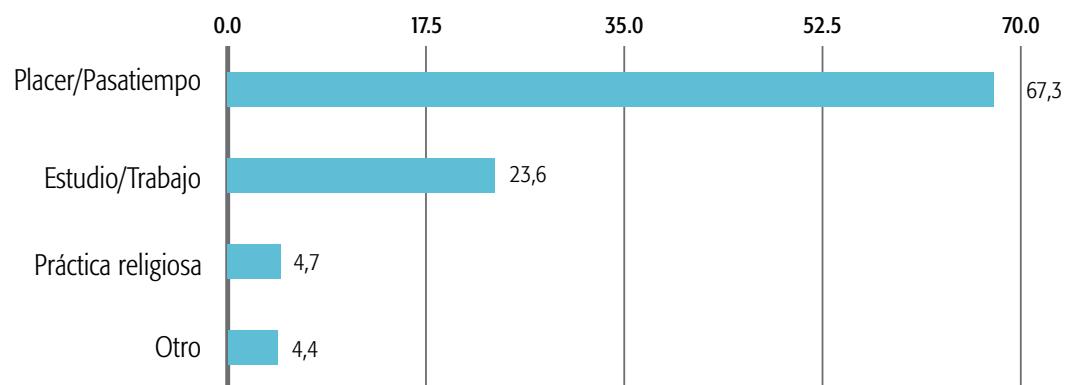
Los resultados de esta indagación evidencia que para la mayoría de los encuestados, la finalidad de la lectura está vinculada al placer o pasatiempo (pregunta de respuestas múltiples hasta 3 opciones) y, en segunda instancia, depende de actividades relacionadas al estudio/trabajo.

**Cuadro 25.** Población según finalidad de la lectura

FINALIDAD DE LA LECTURA	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Placer/Pasatiempo	18.182.155	67,30
Estudio/Trabajo	6.386.396	23,60
Práctica religiosa	1.276.664	4,70
Otro	1.176.721	4,40
<b>Total de respuestas</b>	<b>27.021.936</b>	<b>100</b>

Respuesta múltiple

**Gráfico 19.** Población según finalidad de la lectura



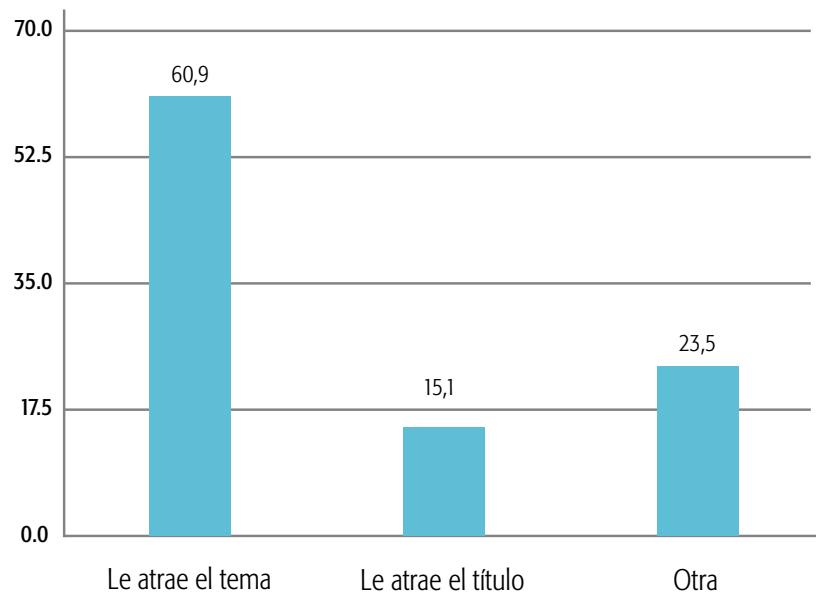
### 3.2 Criterios personales de selección del material de lectura

Como criterio personal en la selección del material de lectura se destaca la atracción por el tema, un 60,9 % de los lectores señalaron este criterio.

**Cuadro 26.** Población según criterio de selección de la lectura

CRITERIO DE SELECCIÓN	POBLACIÓN	PORCENTAJE	C.V. %
Le atrae la temática	10.523.418	60,9	3,25
Le atrae el título	2.594.760	15,1	6,64
Otra	4.037.703	23,5	6,95
<b>Total</b>	<b>17.155.881</b>	<b>99,5</b>	

**Gráfico 20.** Población según criterio de selección de la lectura



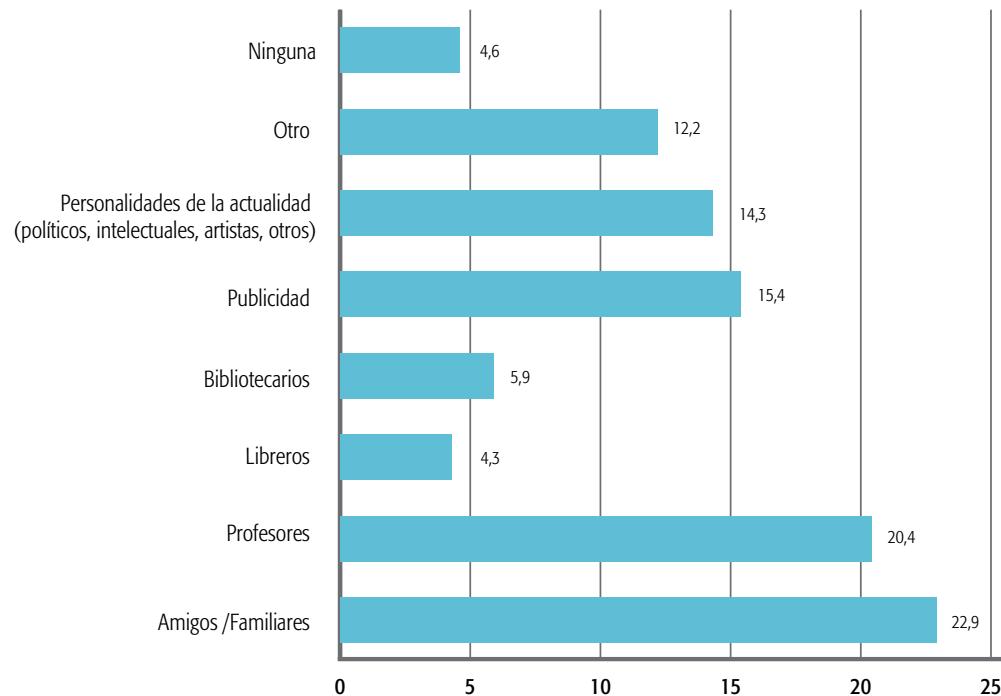
### **3.3 Criterios externos considerados en la selección del material de lectura**

Para evaluar el origen de las recomendaciones para seleccionar del material de lectura (en las cuales tenían la posibilidad de señalar hasta 4 opciones), la mayoría de los encuestados manifestó atender, con mayor frecuencia, las sugerencias hechas por amigos/familiares y profesores.

**Cuadro 27.** Población según criterio externo de selección de la lectura

CRITERIOS EXTERNOS DE SELECCIÓN	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Amigos/familiares	2.859.920	22,90
Profesores	2.547.450	20,40
Publicidad	1.922.529	15,40
Otro	4.578.000	36,70
Ninguna	568.283	4,60
<b>Total de respuestas</b>	<b>12.476.182</b>	<b>100</b>

**Gráfico 21.** Población según criterio externo de selección de la lectura



### 3.4 Representación social de la lectura

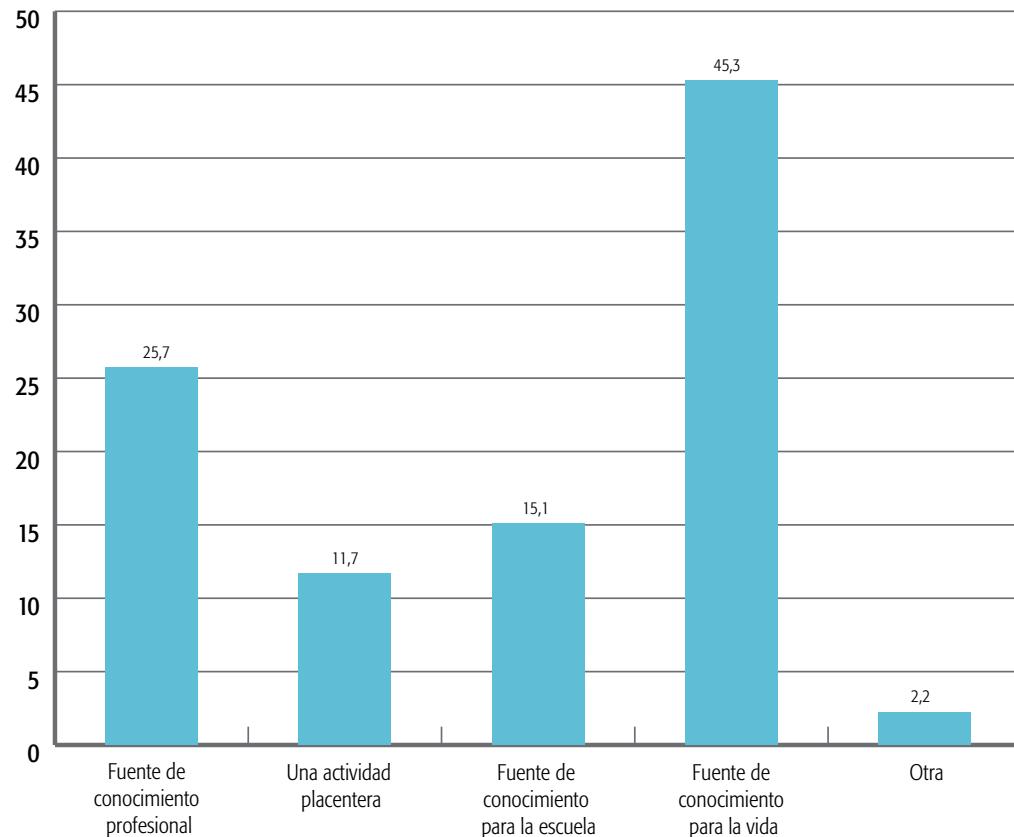
Al examinar el Cuadro 28 y el Gráfico 22, donde se muestran las respuestas dadas por los lectores acerca del significado que tiene para ellos la lectura, se aprecia que las opciones mencionadas con mayor frecuencia son la lectura como una fuente de conocimiento para la vida y, luego, como conocimiento para el estudio/trabajo (pregunta de respuestas múltiples con 3 opciones de selección posibles).

**Cuadro 28.** Población según representación social de la lectura

REPRESENTACIÓN SOCIAL DE LA LECTURA	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Fuente de conocimiento profesional	7.109.370	25,70
Una actividad placentera	3.225.145	11,70
Fuente de conocimiento para la escuela	4.181.438	15,10
Fuente de conocimiento para la vida	12.519.175	45,30
Otra	612.087	2,20
<b>Total de respuestas</b>	<b>27.647.215</b>	<b>100</b>

Respuesta múltiple

**Gráfico 22.** Población según representación social de la lectura



## **4. ACCESO A LA LECTURA**

El acceso a la lectura es uno de los factores determinantes para su promoción. Por ello es necesario investigar acerca de algunos factores tales como: formas de acceso (compra, obsequio, préstamo) a los libros y otros materiales de lectura, las limitaciones existentes (personales, temporales) en el acceso a la lectura, los lugares utilizados para la compra de libros (librerías, ferias, venta de libros usados), gasto anual en libros y también, la asistencia y el uso de las bibliotecas o de internet como medios que facilitan o pueden facilitar el acceso a los libros y a su lectura. Los resultados al respecto se presentan en los Cuadros 29 al 34.

### **4.1 Formas de acceso a los materiales de lectura**

En el Cuadro 29 se observa que la compra es la forma de acceso mayoritaria a todos los materiales de lectura, seguida de regalos y préstamo. La donación del Estado se presenta en un porcentaje apreciable en los libros y textos.

**Cuadro 29.** Población según formas de acceso a los materiales de la lectura

FORMAS DE ACCESO A LOS MATERIALES DE LECTURA	LIBRO		TEXTOS ESCOLARES		REVISTA		PERIÓDICO		INTERNET		OTRO	
	Población	%	Población	%	Población	%	Población	%	Población	%	Población	%
Compras	8.002.402	44,3	5.257.097	48,8	8.370.910	61,9	13.074.448	74,6	4.621.082	55,1	631.680	44,4
Regalos	2.905.856	16,1	1.130.758	10,5	2.134.155	15,8	1.238.549	7,1	261.681	3,1	313.884	22,1
Intercambios	812.718	4,5	662.336	6,1	610.818	4,5	247.919	1,4	66.666	0,8	77.778	5,5
Préstamos	4.062.254	22,5	1.764.978	16,4	2.031.559	15	1.973.067	11,3	383.309	4,6	245.676	17,3
Bibliotecas	449.130	2,5	651.507	6	53.348	0,4	29.851	0,2	127.505	1,5	14.622	1
Internet	741.486	4,1	147.810	1,4	243.550	1,8	450.077	2,6	2.793.128	33,3	74.300	5,2
Donado por el Estado	1.095.713	6,1	1.157.437	10,7	78.617	0,6	501.615	2,9	133.174	1,6	63.355	4,5
<b>Total</b>	<b>18.069.559</b>	<b>100</b>	<b>10.771.923</b>	<b>100</b>	<b>13.522.957</b>	<b>100</b>	<b>17.515.526</b>	<b>100</b>	<b>8.386.545</b>	<b>100</b>	<b>1.421.295</b>	<b>100</b>

#### 4.2 Existencia de dificultades o limitaciones en la lectura

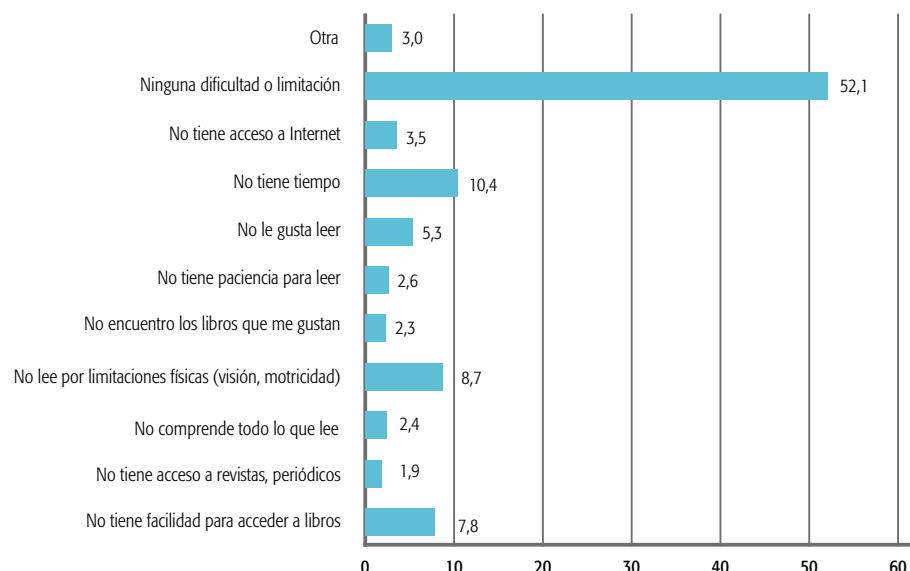
En el caso de las limitaciones la mayor frecuencia de respuestas se encuentra en las limitaciones físicas, falta de tiempo y paciencia.

**Cuadro 30.** Población según existencia de dificultades o limitaciones en la lectura

DIFICULTAD O LIMITACIÓN	POBLACIÓN	PORCENTAJE
No tiene facilidad para acceder a libros	1.634.495	7,8
No lee por limitaciones físicas (visión, motricidad, otra)	1.819.570	8,7
No tiene tiempo	2.173.249	10,4
No tiene acceso	1.603.617	7,7
No tiene paciencia, no le gusta, no comprende lo que lee	2.136.414	10,3
Otra	618.608	3,0
Ninguna	10.851.229	52,1
<b>Total de respuestas</b>	<b>20.837.182</b>	<b>100</b>

Respuesta múltiple

**Gráfico 23.** Población según existencia de dificultades o limitaciones en la lectura



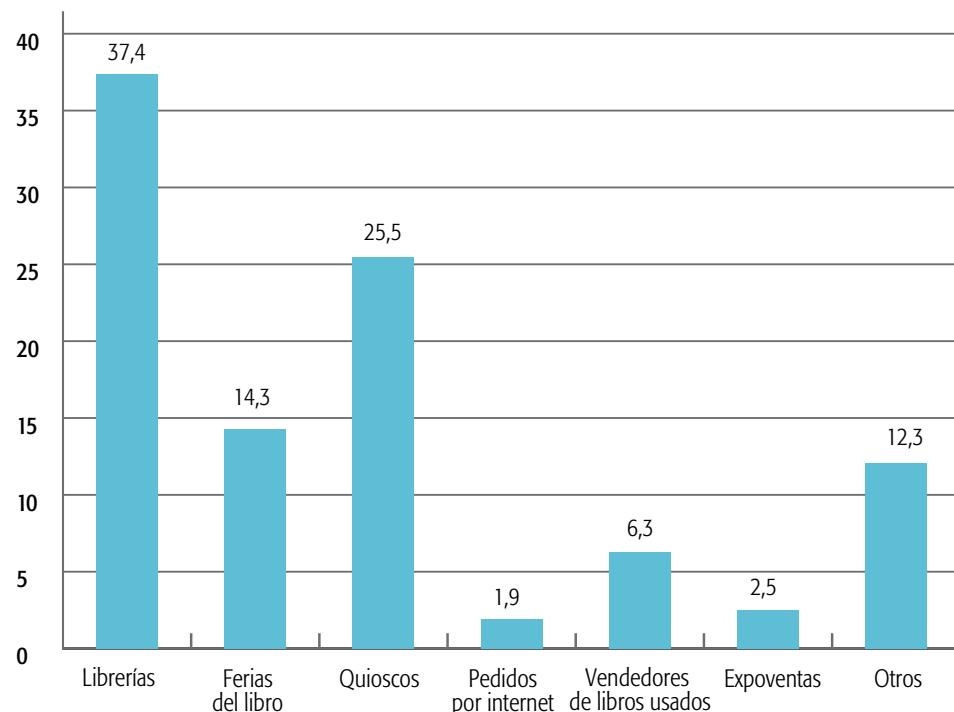
#### 4.3 Lugares de compra de libro

Las librerías y los quioscos son los lugares donde, con mayor frecuencia, los encuestados compran los libros. Las compras en ferias de libros o expoventas son mencionadas en un 16,90 % de las respuestas y por un 26,20 % de las personas.

Cuadro 31. Población según lugar de compra de libros

LUGAR DE COMPRA	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Librerías	8.703.947	37,40
Ferias del libro	3.331.715	14,30
Quioscos	5.925.139	25,50
Pedidos por Internet	437.065	1,90
Vendedores de libros usados	1.455.353	6,30
Expoventas	588.334	2,50
Otro	2.816.447	12,10
Total de respuestas	23.258.000	100

Gráfico 24. Población según lugar de compra de libros



En relación con el monto en bolívares que invierten anualmente en la compra de libros que no sean textos escolares o de carácter académico, se encontró que el gasto promedio es de Bs. 485,60 con un error de muestreo de 10,68 %. El gasto anual en libros es relativamente bajo, el 50 % de las personas gasta Bs. 250 o menos y en promedio el gasto anual es de Bs. 486,00 por persona.

**Cuadro 32.** Medidas de resumen del monto en bolívares invertido en la compra de libros

<b>N</b>	<b>Válidos</b>	<b>5.959.418</b>
	<b>Sin información</b>	<b>14.976.677</b>
Media		485,89
Mediana		250
Moda		0
Desviación típica		732,785
Percentiles	25	50
	50	250
	75	550

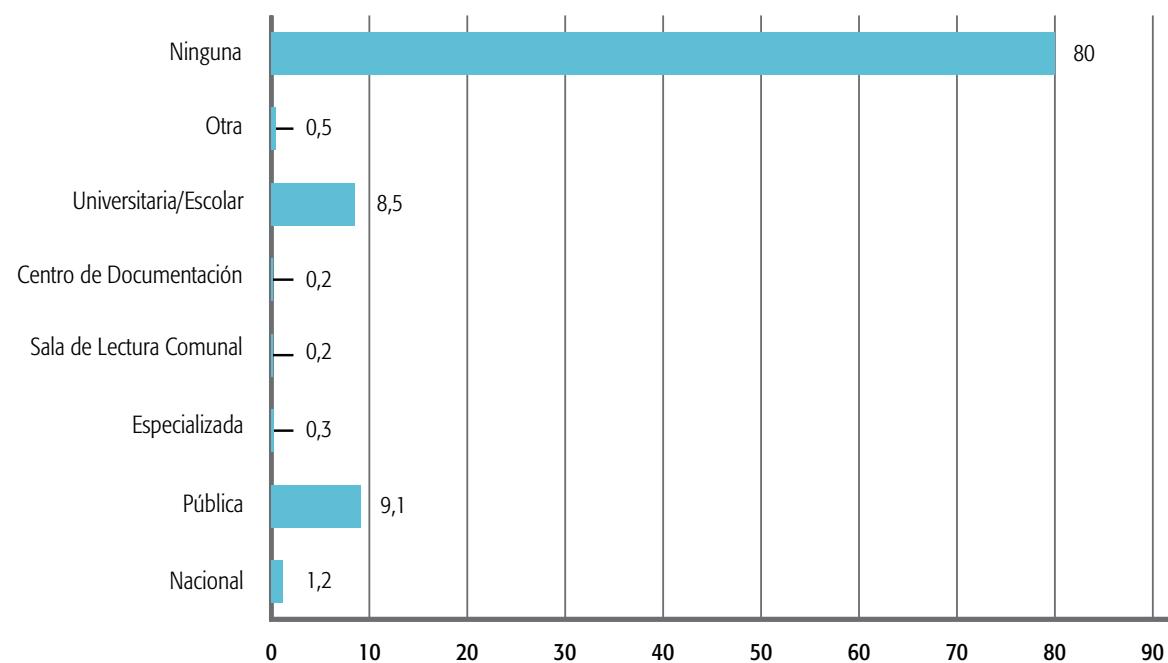
#### **4.4 Asistencia y uso de la biblioteca**

En la descripción de los factores relacionados con el acceso a la lectura se consideró la asistencia a bibliotecas públicas y el tipo de consulta que se realiza, así como el uso de internet. El análisis de ambos aspectos reviste un carácter importante en función de la incidencia que estos datos pueden tener en la formulación de programas orientados a la democratización del acceso a la lectura. Estos resultados se presentan en los **Cuadros 33 y 34**. Al examinar la asistencia a las bibliotecas se evidencia el bajo porcentaje de personas que asisten, pues el 80 % de los encuestados declararon no asistir. Entre las personas que asisten, el 8,5 % lo hace a bibliotecas escolares y universitarias y el 0,2 % a las salas de lectura comunal.

**Cuadro 33.** Población según tipo de biblioteca a la que asiste

<b>TIPO DE BIBLIOTECA</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>C.V. %</b>
Nacional	243.782	1,2	20,90
Pública	1.915.509	9,1	10,89
Especializada	64.073	0,3	29,38
Sala de Lectura Comunal	44.141	0,2	34,83
Centro de Documentación	39.739	0,2	26,10
Universitaria/Escolar	1.780.822	8,5	9,82
Otra	109.427	0,5	21,63
Ninguna	16.738.602	80	1,55
<b>Total</b>	<b>20.936.095</b>	<b>100</b>	

**Gráfico 25.** Población según tipo de biblioteca a la que asiste



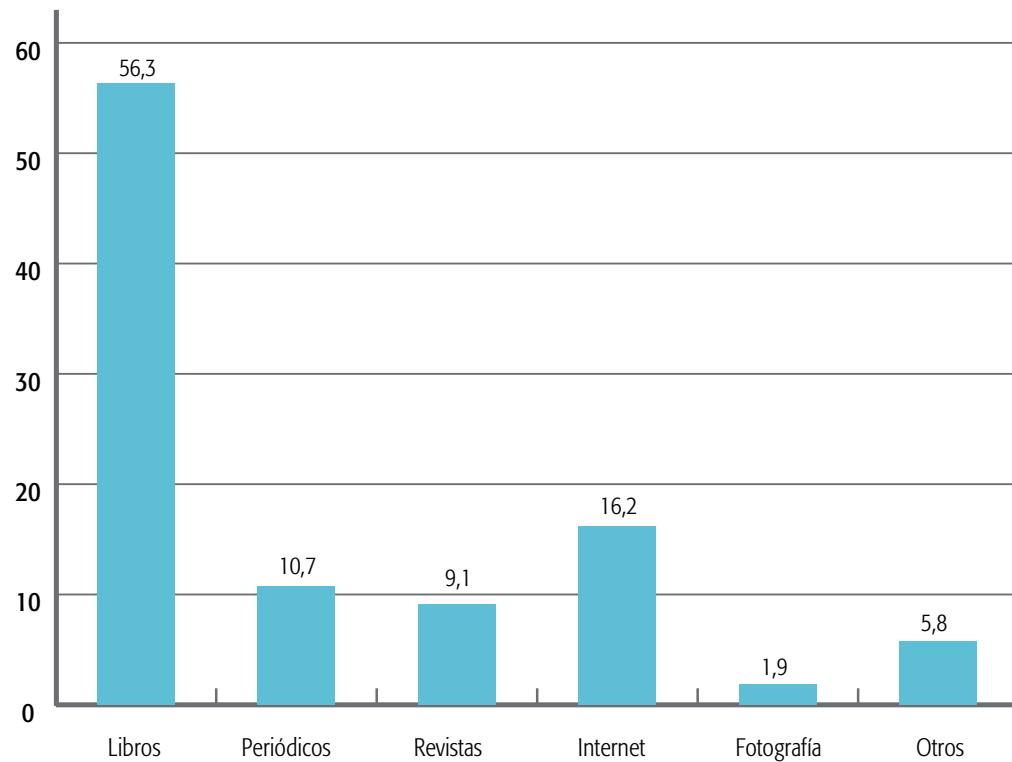
Respecto al uso que hacen de las bibliotecas, se destacan entre las respuestas (múltiples de 3 opciones de respuesta), la consulta de libros y el uso de internet.

**Cuadro 34.** Población que asiste a la biblioteca según consulta

CONSULTA EN BIBLIOTECA	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Libros	3.509.711	56,30
Periódicos	663.899	10,70
Revistas	569.071	9,10
Internet	1.008.674	16,20
Fotografía	118.914	1,90
Otro	359.489	5,80
<b>Total de respuestas</b>	<b>6.229.758</b>	<b>100</b>

Respuesta múltiple

**Gráfico 26.** Población que asiste a la biblioteca según consulta



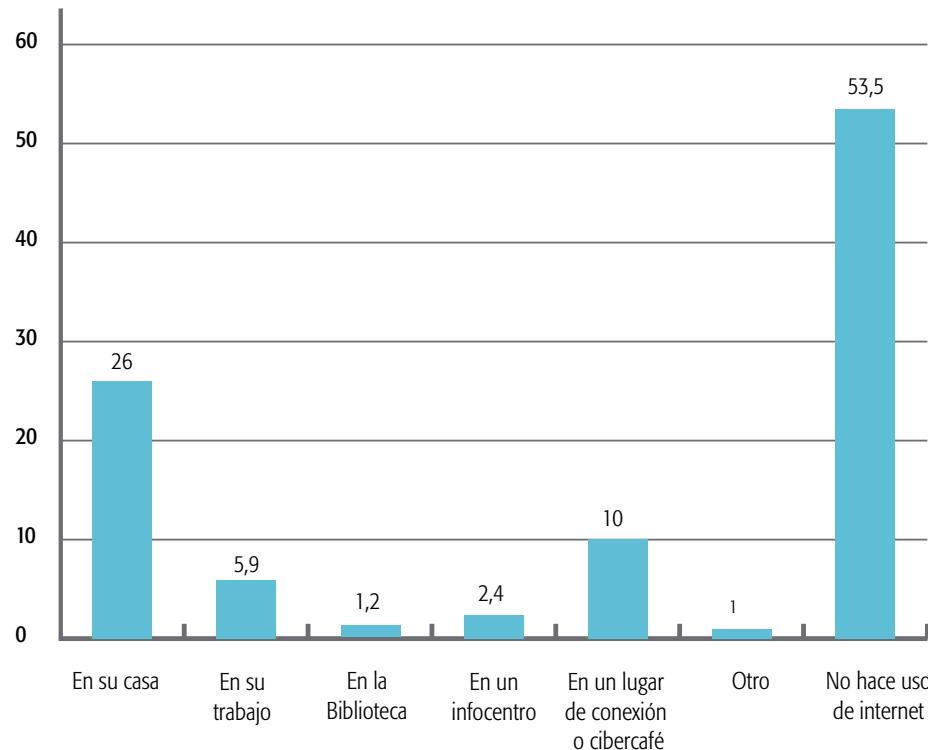
#### 4.5 Uso de internet

El uso internet como un importante medio de comunicación y acceso al conocimiento evidencia una desigualdad significativa en la población. Los datos recabados permiten señalar que el 53,5 % de las personas no usa internet y que el 26 % hace uso de esta herramienta en su casa.

**Cuadro 35.** Población según lugar de uso de internet

LUGAR DE USO DE INTERNET	POBLACIÓN	PORCENTAJE	C.V. %
En su casa	5.442.716	26,0	10,14
En su trabajo	1.230.082	5,9	17,53
En la biblioteca	251.109	1,2	27,24
En un Infocentro	503.248	2,4	26,43
En un lugar de conexión o cibercafé	2.103.493	10,0	9,63
Otro	204.750	1,0	14,21
No hace uso de internet	11.200.697	53,5	6,09
<b>Total</b>	<b>20.936.095</b>	<b>100</b>	

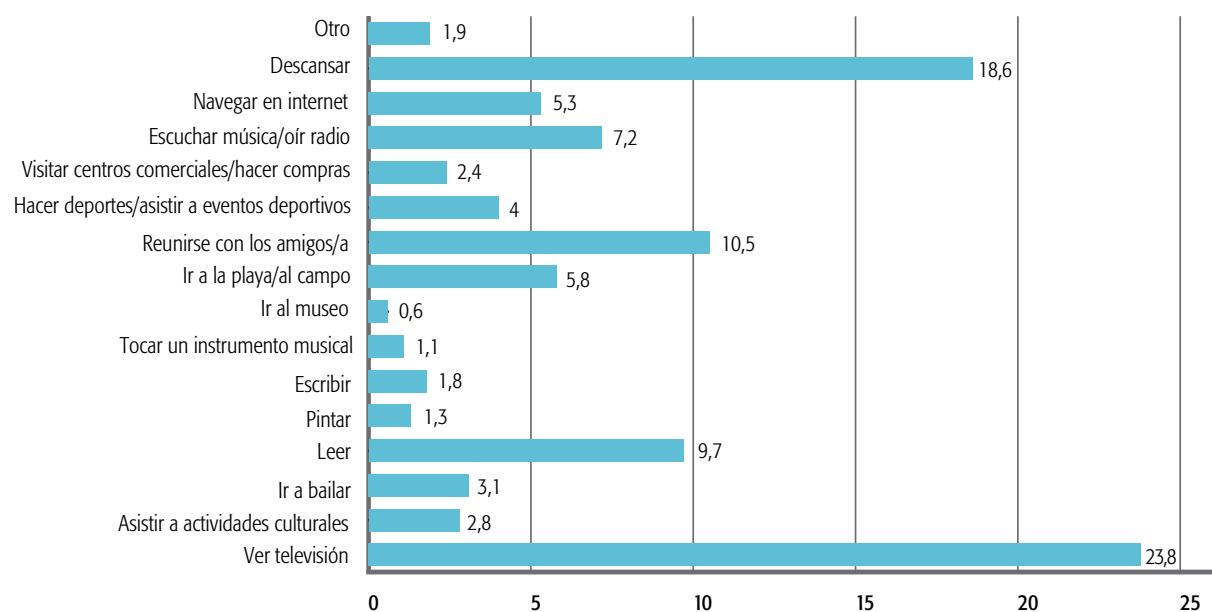
**Gráfico 27.** Población según lugar de uso de internet



#### 4.6 Tiempo libre

En el Gráfico 28 se presenta la distribución del tiempo libre de las personas. Ver televisión es la actividad que, con mayor frecuencia se realiza en el tiempo libre. A ella le siguen, el tiempo dedicado a descansar y a las reuniones con amigos. El tiempo libre dedicado a la lectura se ubica en el cuarto lugar.

**Gráfico 28.** Población según uso del tiempo libre



## **5. RESPECTO A LA POLÍTICA DE ESTADO DE PROMOCIÓN DEL LIBRO Y LA LECTURA**

En el marco de la política de Estado en materia de promoción de la lectura se han ejecutado diversos programas orientados a la democratización de la lectura y a la inclusión de toda la población, especialmente aquellos grupos con menos oportunidades de acceder al libro y a la lectura. Entre los programas desarrollados se destaca la edición masiva de libros y su distribución gratuita.

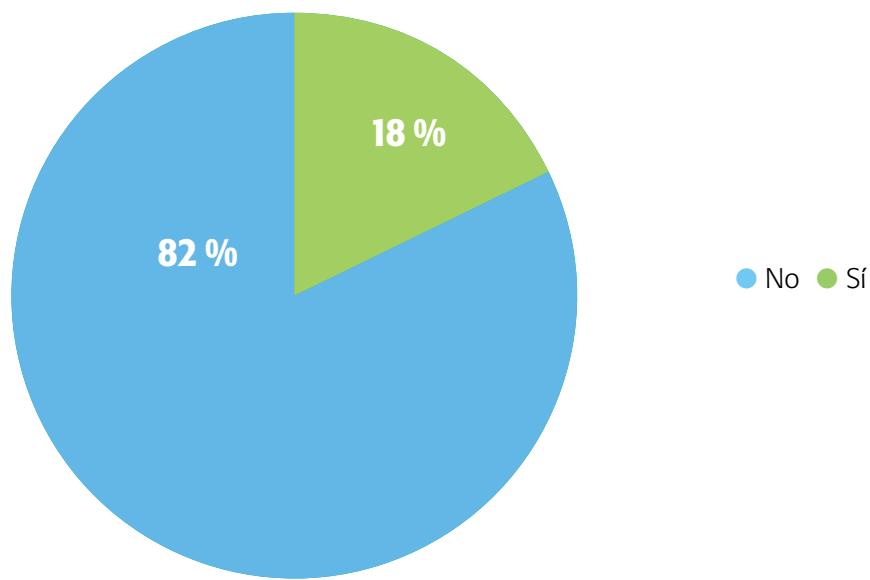
### **1.1 Donación de libros y lectura**

En los Cuadros 36 y 37 se presentan los resultados obtenidos como respuesta a la pregunta sobre la recepción de libros; luego se indaga acerca de los motivos que aducen aquellas personas que declararon haberlos recibido pero no haberlos leído. Al respecto, se determinó que el 18,2 % de la población ha recibido estos libros; esta proporción es considerable si se toma en cuenta la magnitud poblacional y, por ello, a este porcentaje se le ha denominado cobertura del programa.

**Cuadro 36.** Población según si ha recibido libro donado por el Estado

RECIBIÓ LIBRO DONADO	POBLACIÓN	PORCENTAJE	C.V. %
Sí	3.807.196	18,2	11,36
No	17.128.899	81,8	2,53
Total	20.936.095	100	

**Gráfico 29.** Población según si ha recibido libro donado por el Estado

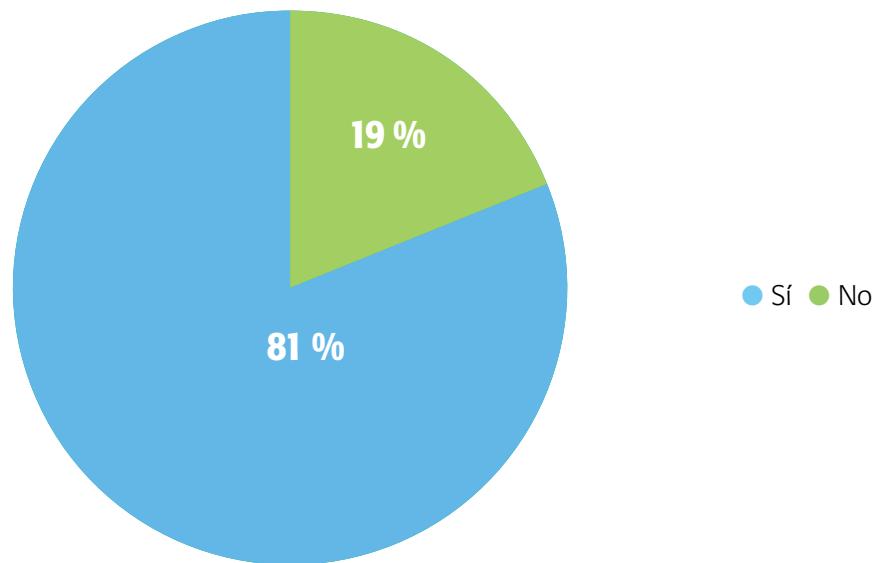


Al examinar la lectura de los libros recibidos, apreciamos que un alto porcentaje (81,3 %) los ha leído. Entre las razones de no lectura se destacan la falta de tiempo y la falta de interés por el tema, como las de mayor frecuencia.

**Cuadro 37.** Población que ha leído libros donados por el Estado

LECTURA	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Sí	3.095.716	81,3
No	705.078	18,5
NS/NR	6.402	0,2
Total	3.807.196	100

**Gráfico 30.** Población que ha leído el libro donado por el Estado

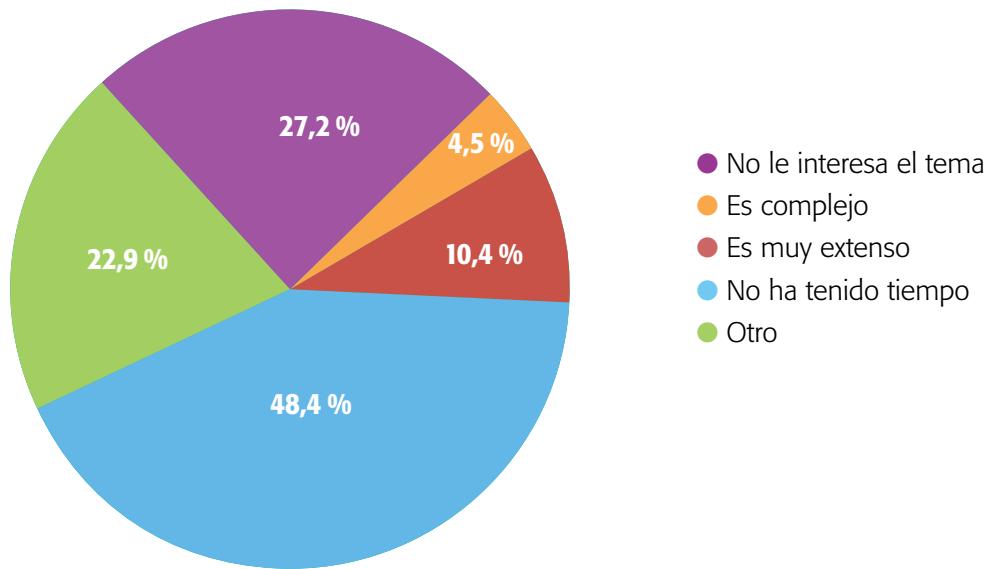


**Cuadro 38.** Población según la razón por la que no ha leído el libro donado por el Estado

RAZÓN	POBLACIÓN	PORCENTAJE
No le interesa el tema	191.906	27,20
Es complejo	31.506	4,50
Es muy extenso	73.179	10,40
No ha tenido tiempo	341.606	48,40
Otro	157.920	22,90
<b>Total de respuestas</b>	<b>796.117</b>	<b>100</b>

Respuesta múltiple

**Gráfico 31.** Población según la razón por la que no ha leído el libro donado por el Estado



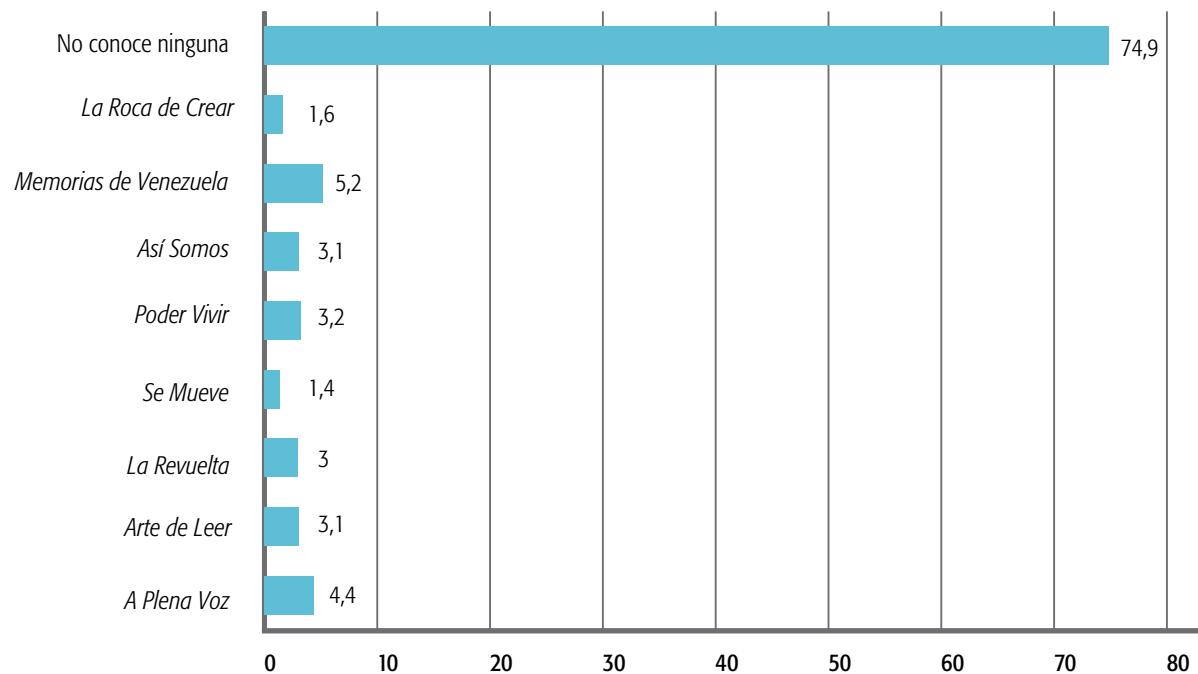
## 5.2 Conocimiento de revistas

Un programa importante adelantado por el Ministerio del Poder Popular para la Cultura corresponde a la edición de una serie de revistas de distribución gratuita que tocan temas de distintos ámbitos culturales. Con la finalidad de tener información acerca del conocimiento de estas publicaciones, se preguntó a los lectores cuáles de ellas conocían mediante una pregunta de respuesta múltiple en la que podían responder hasta 3 opciones. En el **Cuadro 39** se puede apreciar que la opción “no conoce ninguna” fue la de mayor frecuencia (74,9 %). Estos datos se muestran igualmente en el **Gráfico 32**.

**Cuadro 39.** Población que tiene conocimiento de las revistas que integran el Sistema Masivo de Revistas

CONOCIMIENTO DE REVISTA	POBLACIÓN	PORCENTAJE
<i>A Plena Voz</i>	857.628	4,40
<i>Arte de Leer</i>	615.834	3,10
<i>La Revuelta</i>	581.608	3,00
<i>Se Mueve</i>	271.122	1,40
<i>Poder Vivir</i>	629.662	3,20
<i>Así somos</i>	605.459	3,10
<i>Memorias de Venezuela</i>	1.023.622	5,20
<i>La Roca de Crear</i>	320.730	1,60
<i>No conoce ninguna</i>	14.660.694	74,90
<b>Total de respuestas</b>	<b>19.566.359</b>	<b>100</b>

**Gráfico 32.** Población que tiene conocimiento de las revistas que integran el Sistema Masivo de Revistas



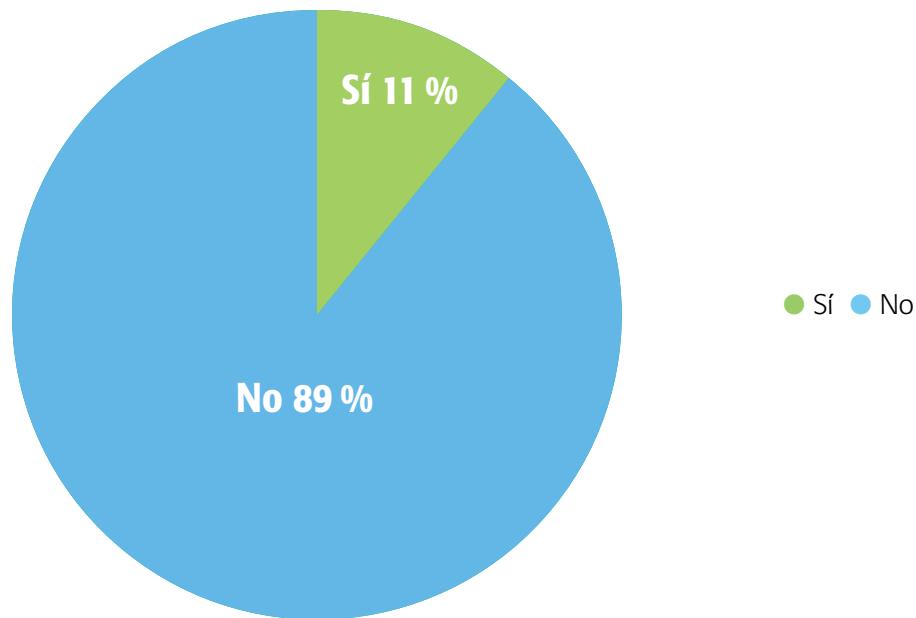
### 5.3 Librerías del Sur

La creación de las Librerías del Sur es otro de los programas importantes de promoción del libro y el acceso a la lectura que ha implementado el MPPC. Con la finalidad de disponer de alguna información al respecto, se preguntó a los lectores si conocían estas librerías y si habían comprado en ellas. En los **Cuadros 40 y 41** se aprecia que el 11,3 % de la población las conoce y que de estos, el 40,9 % ha realizado compras en ellas. Información representada en los **Gráficos 33 y 34**.

**Cuadro 40.** Población según conocimiento de las Librerías del Sur

CONOCE LAS LIBRERÍAS DEL SUR	POBLACIÓN	PORCENTAJE	C.V. %
Sí	2.005.920	11,3	13,38
No	15.762.454	88,7	1,70
Total	<b>17.768.374</b>	<b>100</b>	

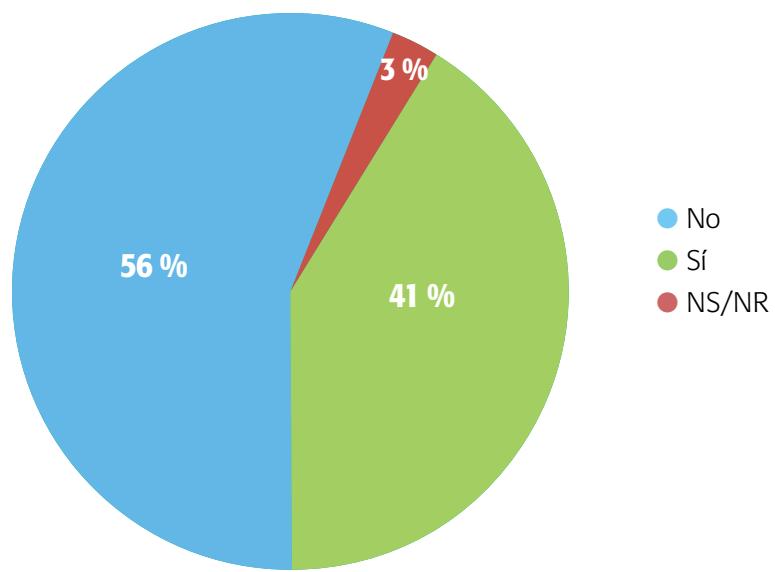
**Gráfico 33.** Población según conocimiento de las Librerías del Sur



**Cuadro 41.** Población que conoce las Librerías del Sur según si ha comprado

COMPRA EN LAS LIBRERÍAS DEL SUR	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Sí	819.584	40,9
No	1.119.087	55,8
NS/NR	67.249	3,3
Total	2.005.920	100

**Gráfico 34.** Población que conoce las Librerías del Sur según si ha comprado



#### **5.4 Opinión sobre la política de Estado de edición de libros y distribución gratuita**

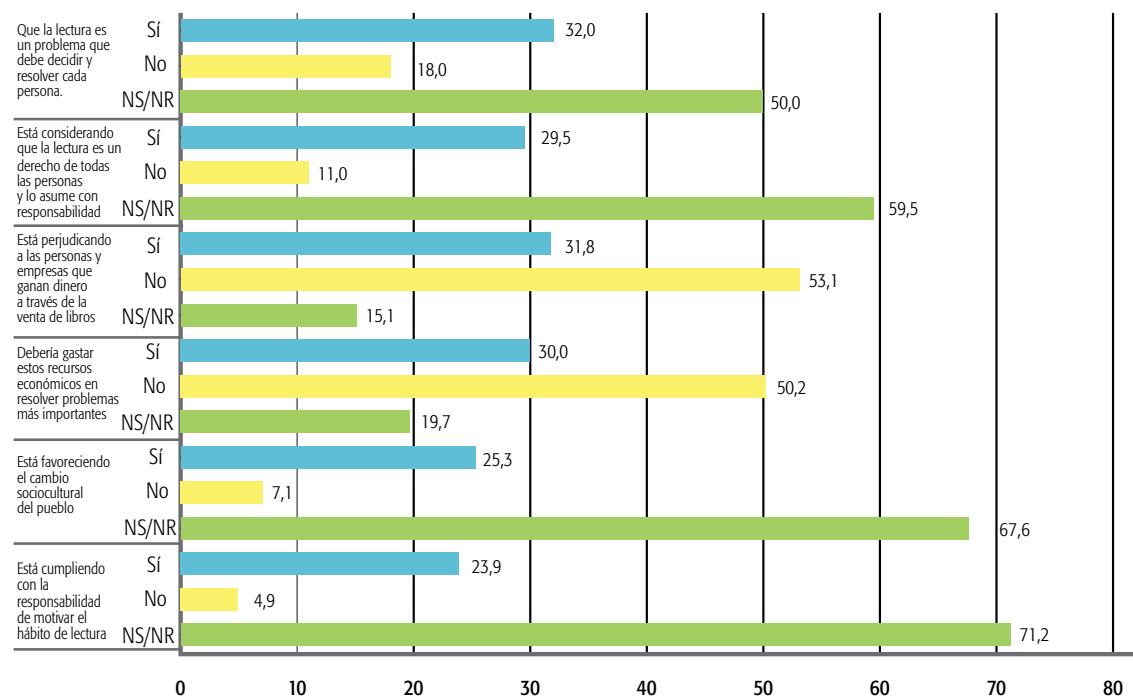
Con la finalidad de conocer la opinión de las personas respecto a la política de Estado destinada a la edición y distribución gratuita de libros, se incluyó en el cuestionario una serie de 6 preguntas, cuyas respuestas se presentan en el **Cuadro 42** y **Gráfico 35**. En ellos se observa que la gran mayoría de las personas considera que el Estado está cumpliendo con su responsabilidad de motivar el hábito de la lectura, favoreciendo el cambio cultural del pueblo y considerando la lectura como un derecho humano de todos y todas.

Por otra parte, los encuestados no consideran que esta política esté afectando a las personas y empresas privadas que trabajan en el área. Respecto a la pregunta referida a la autonomía de la persona para resolver y decidir sobre el problema de la lectura, observamos que el 50 % respondió afirmativamente.

**Cuadro 42.** Población según opinión acerca de la política de distribución gratuita de libros

OPINIÓN ACERCA DE LA POLÍTICA DE ESTADO		POBLACIÓN	%	C.V. %
Está cumpliendo con la responsabilidad de motivar el hábito de la lectura	Sí	14.901.131	71,20	2,40
	No	1.026.601	4,90	16,09
	NS/NR	5.008.363	23,90	5,90
Está favoreciendo el cambio sociocultural del pueblo	Sí	14.142.073	67,55	2,70
	No	1.490.114	7,12	16,11
	NS/NR	5.303.908	25,33	5,3
Debería gastar estos recursos económicos en resolver problemas más importantes	Sí	4.130.545	19,73	9,80
	No	10.517.991	50,24	3,69
	NS/NR	6.287.559	30,03	6,18
Está perjudicando a las personas y empresas que ganan dinero a través de la venta de libros	Sí	3.162.395	15,10	9,10
	No	11.118.658	53,10	3,42
	NS/NR	6.655.042	31,80	6,63
Está considerando que la lectura es un derecho de todas las personas y lo asume con responsabilidad	Sí	12.454.161	59,50	2,63
	No	2.296.842	11,00	14,23
	NS/NR	6.185.092	29,50	5,75
Que la lectura es un problema que debe decidir y resolver cada persona	Sí	10.478.439	50,00	4,67
	No	3.762.879	18,00	11,61
	NS/NR	6.694.777	32,00	6,86

**Gráfico 35.** Población según opinión acerca de la política de distribución gratuita de libros



■ No ■ Sí ■ No sabe/No responde

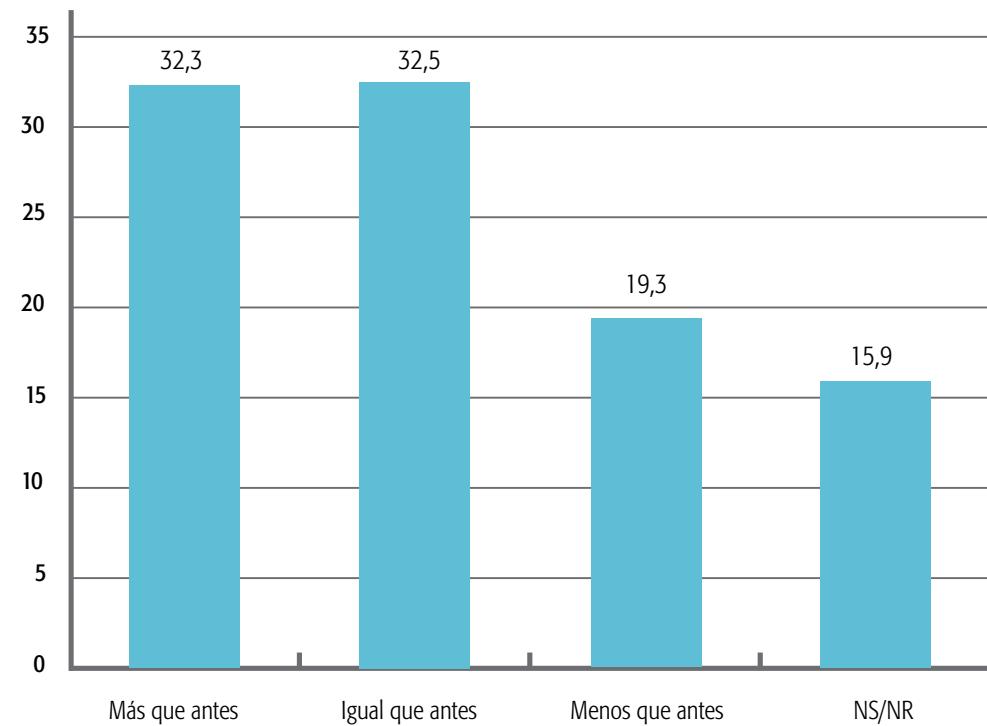
## **5.5 Apreciación cuantitativa de cambios en la lectura personal**

Finalmente se interrogó a los lectores sobre su apreciación de los cambios ocurridos en la lectura personal en comparación con tres años atrás. La mayoría de las personas respondió que leían igual o más que antes (64,8 %). Sólo 19,3 % reconoció leer menos que antes.

**Cuadro 43.** Población según percepción de cambios en el hábito de lectura durante los últimos tres años

APRECIACIÓN CUANTITATIVA DE CAMBIOS	POBLACIÓN	PORCENTAJE	C.V. %
Más que antes	6.752.570	32,3	7,32
Igual que antes	6.796.817	32,5	5,06
Menos que antes	4.048.971	19,3	6,87
NS/NR	3.337.737	15,9	6,42
Total	20.936.095	100	

**Gráfico 36.** Población según percepción de cambios en el hábito de lectura durante los últimos tres años



# III. Perspectiva multivariable del comportamiento del lector venezolano

Con la finalidad de encontrar información adicional descriptiva, se aplicaron técnicas multivariadas a la población lectora de libros. Las técnicas multivariadas van más allá de la información que ofrece un análisis descriptivo, pues proporcionan una visión multidimensional destacando la información más relevante desde el punto de vista de la variabilidad y de la estructura de intercorrelaciones entre variables. De esta manera se destacan perfiles específicos del fenómeno en estudio.

La naturaleza del análisis multivariable reside en identificar las complejas relaciones que se presentan en un fenómeno. Por medio de ellas se pueden obtener diversas combinaciones de variables y una mejor comprensión de las múltiples relaciones en estudio. Por una parte, se pueden preservar las correlaciones naturales entre las variables, y por otra, estudiar estadísticamente los efectos aislados sin provocar el típico aislamiento de individuos o variables. En este sentido, las técnicas multivariadas consiguen examinar las relaciones que subyacen en el comportamiento del lector y permiten una comprensión más completa.

## **1. ANÁLISIS DE CORRESPONDENCIAS MÚLTIPLES**

Dado que variables del presente estudio son, en su gran mayoría, variables no métricas con niveles de medida nominal u ordinal, el análisis factorial resulta el más apropiado. En particular, el Análisis Factorial de Correspondencias Múltiples (ACM). Se ha seleccionado el ACM porque destaca la información más relevante desde el punto de vista de las intercorrelaciones entre más de dos variables. Así, se obtienen perfiles particulares que quedan ocultos con un análisis simple. En este tipo de análisis ninguna variable (o grupos de variables) es clasificada como independiente o dependiente; más bien, el procedimiento implica analizarlas todas simultáneamente. La idea es encontrar una estructura subyacente para el conjunto total de variables, lo que lleva a la aplicación de un análisis de interdependencia.

A continuación se presentan tres ACM. El primero define los perfiles de los lectores según las características sociodemográficas, las preferencias y práctica lectora. El segundo, trata sobre la valoración social de la lectura y, por último, el tercero analiza el acceso de los venezolanos a la lectura.

## 1.1 Preferencias y práctica lectora

Para lograr los objetivos del ACM, se proyectan tanto los individuos como las modalidades de las variables<sup>2</sup> sobre espacios de representación óptima, obteniéndose así la matriz de coordenadas de proyección. Las columnas de la matriz de coordenadas de proyección de modalidades fila y columna constituyen nuevas variables denominados "factores". El proceso de extracción de los factores tiene como objetivo reducir la dimensión de la matriz de datos inicial. La medida global del parecido de los individuos con su centro de gravedad se conoce como variabilidad total. El porcentaje de variabilidad es uno de los criterios utilizados en la selección del número de factores con los cuales se trabaja. También, se calcula la tasa de inercia de un factor que indica la importancia relativa de cada uno de ellos. La tasa de inercia de un eje factorial representa una parte porcentual (proporción de asociación captada) del índice y mide el conjunto de relaciones existente entre las variables consideradas.

**Tabla 1.** Histograma de autovalores. ACM 1. Perfiles de los lectores según sus características sociodemográficas

Nro	Autovalores	Porcentaje	Porcentaje acumulado	
1	0.2880	9.23	9.23	*****
2	0.1733	7.75	16.98	*****
3	0.1718	6.71	23.69	*****
4	0.1619	5.50	29.19	*****
5	0.1594	4.45	33.64	*****
6	0.1506	4.26	37.90	*****

La tabla anterior recoge los valores propios y los porcentajes de inercia explicada por cada uno de los factores. El primer autovalor que se observa es 0.2880 y recoge el 9.23 % de la inercia, es decir, el primer factor explica casi 10 % de las tendencias arrojadas por la encuesta, lo cual permite determinar las dimensiones más importantes e influyentes en la discriminación de los lectores. El segundo autovalor que se observa es 0.1733 y recoge el 7.75 %, el tercer autovalor es 0.1718 y captura el 6.71 %. Los tres factores seleccionados explican propiamente una cuarta parte de la variabilidad o inercia total.

Para la selección de las variables y categorías más importantes se tomaron en consideración:

1. Las *contribuciones*: variables y categorías con las más altas contribuciones.
2. Las *coordenadas*: variables y categorías con valores de coordenadas más alejadas de cero.
3. Los *valores test*: variables y categorías determinantes en el estudio (mayores valores test). Los valores test deben ser significativos por lo menos al 5 % ( $<-1.96$  y  $>1.96$ ), ya que ello garantiza que las coordenadas promedio de los individuos son significativamente diferentes del promedio de los puntajes definidos por el factor.

<sup>2</sup> En el análisis de correspondencias múltiples se ordenan los datos en una tabla Z denominada tabla disyuntiva completa que consta de un conjunto de individuos  $I=1,...,i,...n$  (en filas), un conjunto de variables o caracteres cualitativos  $J_1,...,J_k,...J_Q$  (en columnas) y un conjunto de modalidades excluyentes  $1,...,m_k$  para cada carácter cualitativo.

**Tabla 2.** Coordenadas, contribuciones y cosenos cuadrados de las categorías activas (Preferencias y práctica lectora)

Categorías	P REL.	DISTO	Coordenadas					Contribuciones					Cosenos cuadrados				
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
IDEN - LABEL																	
2 . <b>Sexo</b>																	
SS01 - Masculino	5.50	1.27	-0.08	0.79	-0.15	0.01	-0.08	0.1	19.9	0.7	0.0	0.2	0.00	0.49	0.02	0.00	0.00
SS02 - Femenino	7.00	0.79	0.06	-0.62	0.11	-0.01	0.06	0.1	15.6	0.5	0.0	0.2	0.00	0.49	0.02	0.00	0.00
									CUMULATED CONTRIBUTION								
12 . <b>¿Cuántos libros leyó en los últimos doce (12) meses?</b>																	
NU01 - Uno (1)	3.68	2.40	0.15	0.03	0.17	-0.68	0.25	0.3	0.0	0.6	10.4	1.4	0.01	0.00	0.01	0.19	0.03
NU02 - De 2 a 4	4.67	1.68	-0.41	0.04	-0.54	0.08	-0.07	2.8	0.0	0.8	0.2	0.2	0.10	0.00	0.17	0.00	0.00
NU03 - De 5 a 10	1.56	7.04	-0.77	-0.15	0.47	0.79	-0.18	3.2	0.2	2.0	6.0	0.3	0.09	0.00	0.03	0.09	0.00
NU04 - De 11 a 19	0.39	30.80	-0.37	0.00	0.93	2.48	1.48	0.2	0.0	2.0	15.0	5.4	0.00	0.00	0.03	0.20	0.07
NU06 - Ninguno	2.20	4.67	1.25	-0.02	0.36	-0.03	-0.40	11.9	0.0	3.7	0.0	2.2	0.1	0.33	0.00	0.03	0.00
									Contribución acumulada								
13 . <b>¿Qué género le gusta leer a usted?</b>																	
GB01 - Poesía	3.37	2.71	-0.37	-0.53	-0.04	0.57	-0.18	1.6	5.4	0.0	6.7	0.7	0.05	0.10	0.00	0.12	0.01
GB02 - Narrativa (Novela/Cu	5.05	1.48	-0.11	0.05	-0.35	-0.29	-0.12	0.2	0.1	3.6	2.7	0.5	0.01	0.00	0.08	0.06	0.01
GB03 - Ensayo	0.34	35.27	-0.46	0.27	0.81	-0.09	0.70	0.3	0.1	1.3	0.0	1.1	0.01	0.00	0.02	0.00	0.01
GB04 - Teatro/Dramaturgia	0.34	35.57	0.15	0.35	-0.37	0.19	0.51	0.0	0.2	0.3	0.1	0.6	0.0	0.00	0.00	0.00	0.01
GB05 - Biografía/Testimonio	1.46	7.56	0.22	0.53	-0.20	0.26	-0.21	0.3	2.4	0.3	0.6	0.4	0.01	0.04	0.01	0.01	0.01
GB06 - Otro	1.21	9.35	0.34	0.44	1.05	-0.49	1.16	0.5	1.3	7.8	1.8	10.2	1	0.01	0.02	0.12	0.03
GB07 - Ninguno	0.72	16.28	1.66	0.03	1.02	-0.34	-0.41	6.9	0.0	4.4	0.5	0.8	0.1	0.17	0.00	0.06	0.01
									Contribución acumulada								
16 . <b>Sobre cuales temáticas le gusta leer?</b>																	
TE01 - Autoayuda	3.91	2.20	-0.44	-0.71	0.07	0.01	0.00	2.7	11.3	0.1	0.0	0.0	0.09	0.23	0.00	0.00	0.00
TE02 - Histórico/Político-S	3.36	2.72	-0.25	0.71	-0.36	0.19	-0.42	0.7	9.8	2.5	0.7	3.8	0.02	0.19	0.05	0.01	0.07
TE03 - Geografía	0.68	17.29	0.58	-0.11	0.07	1.06	-0.47	0.8	0.1	0.0	4.7	0.9	0.0	0.02	0.00	0.00	0.06
TE04 - Policial/Suspense/7	0.82	14.19	1.00	0.98	-0.51	-0.52	-0.06	0.0	4.5	1.2	1.4	0.0	0.00	0.07	0.02	0.02	0.00
TE05 - Aventuras	0.93	12.42	0.04	0.24	-0.25	0.06	1.02	0.0	0.3	0.3	0.0	6.1	0.0	0.00	0.00	0.00	0.08
TE06 - Filosofía/psicología	0.39	30.80	0.03	0.09	0.69	0.23	0.20	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.0	0.00	0.02	0.00	0.00
TE08 - Romántica	0.60	19.90	0.37	-0.76	-0.01	-0.40	0.37	0.3	2.0	0.0	0.6	0.5	0.1	0.01	0.03	0.00	0.01
TE11 - Humor	0.43	27.88	0.82	0.19	0.02	-1.02	-0.15	1.0	0.1	0.0	2.8	0.1	0.02	0.00	0.00	0.04	0.00
TE12 - Cocina, jardinería,	0.80	14.62	1.22	-1.00	0.37	-0.27	-0.19	4.2	4.6	0.7	0.4	0.2	0.1	0.10	0.07	0.01	0.01
TE14 - Otras	0.57	21.06	1.02	1.01	1.68	-0.35	1.32	2.1	3.3	9.3	0.4	6.2	1	0.05	0.05	0.13	0.01
									Contribución acumulada								
42 . <b>Nivel educativo</b>																	
NI02 - Primaria incompleta	0.77	15.14	0.88	0.42	0.01	0.68	-0.64	2.1	0.8	0.0	2.2	2.0	1	0.05	0.01	0.00	0.03
NI03 - Primaria completa y me	2.30	4.45	0.79	0.02	0.00	0.54	-0.23	5.0	0.0	0.0	4.1	0.9	1	0.14	0.00	0.00	0.07
NI04 - Básica completa y me	3.28	2.82	0.15	0.10	-0.37	0.01	0.57	0.3	0.2	2.7	0.0	6.6	1	0.01	0.00	0.05	0.00
NI05 - Media diversificada	2.67	3.68	-0.05	-0.33	-0.63	-0.20	0.25	0.0	1.7	6.2	0.6	1.1	1	0.00	0.03	0.11	0.01
NI06 - Universitaria	3.48	2.59	1	-0.82	0.05	0.83	-0.36	0.4	0	0.1	14.0	2.9	4.1	1	0.26	0.00	0.27
									Contribución acumulada								
71 . <b>Tipo de publicación</b>																	
VT01 - Periódicos nacionales	7.44	0.68	-0.44	0.02	-0.05	-0.07	-0.12	4.9	0.0	0.1	0.2	0.7	1	0.28	0.00	0.00	0.01
VT02 - Periódicos regionales	3.14	2.98	0.79	-0.22	0.01	0.05	-0.38	6.9	0.9	0.0	0.0	2.8	1	0.21	0.02	0.06	0.00
VT03 - Periódicos deportivos	0.37	32.76	0.68	1.55	-0.36	0.75	0.78	0.6	5.1	0.3	1.3	1.4	1	0.01	0.07	0.00	0.02
VT06 - Revistas de farándul	0.49	24.37	0.36	-1.28	0.07	-0.26	1.49	0.2	4.7	0.0	0.2	6.8	1	0.01	0.07	0.00	0.09
VT08 - Otra	0.45	26.78	0.13	0.55	0.37	0.25	1.72	0	0.0	0.8	0.4	0.2	8.4	1	0.00	0.01	0.00
VT09 - Ninguna	0.61	19.61	0.45	0.52	0.43	0.14	0.47	0.4	1.0	0.7	0.1	0.8	1	0.01	0.01	0.01	0.00
									Contribución acumulada								
74 . <b>Tiempo de lectura diaria</b>																	
TI01 - De 0 a 30 minutos	1.54	7.14	1.06	-0.10	-0.02	-0.08	-0.28	6.0	0.1	0.0	0.1	0.8	1	0.16	0.00	0.00	0.01
TI02 - De 30 a 60 minutos	5.62	1.22	0.23	0.05	-0.07	-0.38	0.04	1.0	0.1	0.1	5.1	0.0	1	0.04	0.00	0.00	0.12
TI03 - De 60 a 90 minutos	0.33	36.84	-0.57	-0.14	-0.27	0.02	-1.35	0.4	0.0	0.1	0.0	3.8	1	0.01	0.00	0.00	0.05
TI04 - De 90 a 120 minutos	3.29	2.80	-0.49	-0.15	-0.19	0.01	-0.08	2.8	0.4	0.7	0.0	0.1	1	0.09	0.01	0.01	0.00
TI05 - Más de 120 minutos	1.72	6.25	1	-0.63	0.23	0.65	1.30	0.55	2.4	0.5	4.3	17.9	3.3	1	0.06	0.01	0.07
									Contribución acumulada								
75 . <b>Estrato</b>																	
ES01 - Estrato I	0.72	16.28	-1.12	0.64	0.96	-0.45	-0.57	3.1	1.7	3.9	0.9	1.5	1	0.08	0.03	0.06	0.01
ES02 - Estrato II	3.02	3.14	-0.76	0.03	0.67	-0.39	-0.24	6.0	0.0	0.0	2.9	1.1	1	0.18	0.00	0.14	0.05
ES03 - Estrato III	3.41	2.67	1	-0.17	-0.16	-0.59	0.01	0.62	0.3	0.5	6.8	0.0	8.2	1	0.01	0.01	0.13
ES04 - Estrato IV	4.41	1.83	0.59	-0.01	-0.27	0.12	-0.05	5.3	0.0	1.9	0.4	0.1	1	0.19	0.00	0.04	0.01
ES05 - Estrato V	0.94	12.30	1.14	0.05	0.50	1.00	-0.79	4.2	0.0	1.4	5.8	3.6	1	0.11	0.00	0.02	0.05
									Contribución acumulada								

■ Número azul representa la contribución de la variable a la formación del factor

■ Número rojo representa la contribución de la modalidad a la formación del factor

Las variables que contribuyen mayormente a la formación del 1º factor son:

- ◆ Estrato social
- ◆ Número de libros leídos en los últimos doce meses
- ◆ Nivel educativo

Las variables que contribuyen fundamentalmente a la formación del 2º factor son:

- ◆ Tipo de temática preferida
- ◆ Sexo
- ◆ Tipo de publicación

En la tabla anterior se muestran las variables activas con sus respectivas modalidades. La columna denominada P. REL, representa el peso relativo de la frecuencia de una categoría específica en relación con la suma de las frecuencias de todas las categorías. En la columna siguiente, se presenta la distancia (DISTO) de la modalidad al centro de gravedad. Cuanto mayor sea este valor, más alejada se encuentra la categoría del centro de gravedad y mayor será la inercia de la categoría. Para cada categoría se puede calcular este valor sumando los cuadrados de las coordenadas de los diferentes factores.

A los tres primeros factores se le identifican las coordenadas de cada una de las categorías. Las coordenadas<sup>3</sup> permiten representar las categorías en cada eje, tal como se observa en las representaciones gráficas que se muestran más adelante.

Con las *contribuciones absolutas* se conocen las variables y modalidades que son responsables de la formación del factor, señalan la posibilidad de la variable o categoría en la variabilidad explicada por el factor. Una alta contribución absoluta por parte de una variable significa que es una participación alta en la inercia asumida por el eje, y por ende, una representación importante en su interpretación.

Finalmente, se presenta el Coseno Cuadrado; esta última columna indica un índice de calidad de representación de las modalidades en estudio sobre un eje factorial. Para Crivisqui (1999: 241) "no es posible utilizar este índice como instrumento de ayuda a la interpretación de resultados de un Análisis Factorial de Correspondencias Múltiples". Tal como señala el autor, "las modalidades de una misma variable no pueden estar bien representadas sobre un mismo eje factorial, el índice de calidad de representación es poco pertinente en este tipo de análisis". Basados en este argumento, se prescindió de los cosenos cuadrados en el presente análisis.

Es importante tener en cuenta que no todos los ejes acumulan el mismo porcentaje de inercia (de información). Por esta razón se identifican en cada uno de ellos los porcentajes de inercia de los valores propios. En una primera instancia se analizan las modalidades más importantes o más contributivas a la formación de cada eje por separado; luego, se muestra el plano factorial.

---

<sup>3</sup> Las coordenadas con respecto a cada eje (tanto en los puntos categoría fila como los puntos categoría columna) vienen dadas por las proyecciones de la matriz de coordenadas de las filas o de las columnas en los vectores propios correspondientes.

**Tabla 3.** Factor 1. Categorías activas (Preferencias y práctica lectora)

IDEN.	Val	Test	CATEGORIA	VARIABLE	Peso	Número
V701	-35.15		Periódicos nacionales	Tipo de publicación	2585.00	1
NI06	-33.56		Universitaria	Nivel educativo	1210.00	2
ES02	-28.31		Estrato II	Estrato	1059.00	3
NU02	-21.05		De 2 a 4	¿Cuántos libros leyó en los últimos doce (12) meses?	1628.00	4
TE01	-20.34		Autoayuda	Sobre cuáles temáticas le gusta leer:	1338.00	5
TI04	-19.50		De 90 a 120 minutos	Tiempo de lectura diaria	1153.00	6
NU03	-19.01		De 5 a 10	¿Cuántos libros leyó en los últimos doce (12) meses?	525.00	7
ES01	-18.31		Estrato I	Estrato	254.00	8
TI05	-16.62		Más de 120 minutos	Tiempo de lectura diaria	603.00	9
GEO1	-14.92		Poesía	Qué género le gusta leer a usted:	1183.00	10
TE02	-10.57		Histórico/Político-S	Sobre cuáles temáticas le gusta leer:	1153.00	11
ES03	-6.79		Estrato III	Estrato	1196.00	12
GEO2	-6.36		Narrativa (Novela/Cu	Qué género le gusta leer a usted:	1770.00	13
TI03	-6.30		De 60 a 90 minutos	Tiempo de lectura diaria	114.00	14
GEO3	-5.30		Ensayo	Qué género le gusta leer a usted:	120.00	15
NU04	-4.66		De 11 a 19	¿Cuántos libros leyó en los últimos doce (12) meses?	120.00	16
SE01	-4.63		Masculino	Sexo	1931.00	17

### A R E A      C E N T R A L

IDEN.	Val	Test	CATEGORIA	VARIABLE	Peso	Número
V709	6.95		Ninguna	Tipo de publicación	180.00	55
GEO6	7.34		Otro	Qué género le gusta leer a usted:	421.00	56
V707	7.63		Revistas religiosas	Tipo de publicación	75.00	57
TE03	8.36		Geografía	Sobre cuáles temáticas le gusta leer:	213.00	58
TE11	9.67		Humor	Sobre cuáles temáticas le gusta leer:	125.00	59
TE15	12.35		Ninguna	Sobre cuáles temáticas le gusta leer:	78.00	60
TI02	13.52		De 30 a 60 minutos	Tiempo de lectura diaria	1975.00	61
TE14	13.69		Otras	Sobre cuáles temáticas le gusta leer:	173.00	62
NI02	14.94		Primaria incompleta	Nivel educativo	260.00	63
TE12	20.64		Cocina, jardinería,	Sobre cuáles temáticas le gusta leer:	254.00	64
ES05	21.50		Estrato V	Estrato	330.00	65
NI03	24.78		Primaria completa y	Nivel educativo	788.00	66
TI01	26.25		De 0 a 30 minutos	Tiempo de lectura diaria	537.00	67
GEO7	27.38		Ninguno	Qué género le gusta leer a usted:	250.00	68
ES04	28.75		Estrato IV	Estrato	1550.00	69
V702	29.97		Periodicos regionales	Tipo de publicación	1064.00	70
NU06	38.37		Ninguno	¿Cuántos libros leyó en los últimos doce (12) meses?	751.00	71

**Tabla 4.** Factor 2. Categorías activas (Preferencias y práctica lectora)

IDEN.	Val	Test	CATEGORIA	VARIABLE	Peso	Número
SE02	-46.51		PERIODICO	SEXO	2458.00	1
TE01	-31.40		Autoayuda	Sobre cuáles temáticas le gusta leer:	1338.00	2
GEO1	-21.18		Poesía	Qué género le gusta leer a usted:	1183.00	3
TE12	-17.32		Cocina, jardinería,	Sobre cuáles temáticas le gusta leer:	254.00	4
V706	-16.02		Revistas de farándul	Tipo de publicación	131.00	5
TR08	-11.88		Romántica	Sobre cuáles temáticas le gusta leer:	168.00	6
NI05	-11.43		Media General y Prof	Nivel educativo	926.00	7
V702	-8.46		Periódicos regionale	Tipo de publicación	1064.00	8
ES03	-6.41		Estrato III	Estrato	1196.00	9
TI04	-5.84		De 90 a 120 minutos	Tiempo de lectura diaria	1153.00	10
NU03	-3.67		De 5 a 10	¿Cuántos libros leyó en los últimos doce (12) meses?	525.00	11
TI01	-2.50		De 0 a 30 minutos	Tiempo de lectura diaria	537.00	12
TE03	-2.27		Geografía	Sobre cuáles temáticas le gusta leer:	213.00	13

### A R E A      C E N T R A L

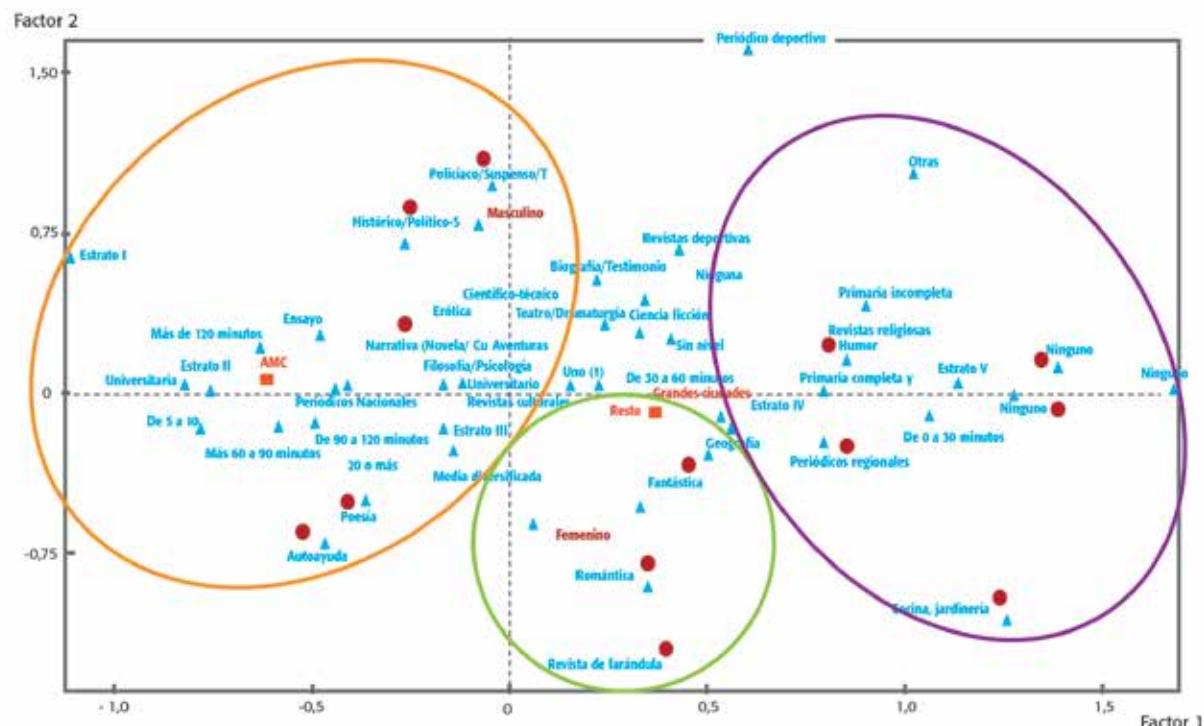
IDEN.	Val	Test	CATEGORIA	VARIABLE	Peso	Número
V705	4.90		Revistas deportivas	Tipo de publicación	52.00	59
TI05	6.09		Más de 120 minutos	Tiempo de lectura diaria	603.00	60
V708	6.16		Otra	Tipo de publicación redefinida	122.00	61
V709	6.91		Ninguna	Tipo de publicación redefinida	180.00	62
NI02	6.94		Primaria incompleta	Tiempo de lectura diaria	260.00	63
GEO6	9.58		Otro	Qué género le gusta leer a usted:	421.00	64
ES01	10.57		Estrato I	Estrato	254.00	65
GEO5	12.82		Biografía/Testimonio	Qué género le gusta leer a usted:	512.00	66
TE14	13.83		Otras	Sobre cuáles temáticas le gusta leer:	173.00	67
V703	15.38		Periódicos deportivo	Tipo de publicación	89.00	68
TE04	16.31		Policiaco/Suspensos/T	Sobre cuáles temáticas le gusta leer:	262.00	69
TE02	28.08		Histórico/Político-S	Sobre cuáles temáticas le gusta leer:	1153.00	70
SE01	46.51		Masculino	Sexo	1931.00	71

Las categorías del factor uno y dos presentadas en las tablas anteriores muestran dos grupos de lectores que se contraponen a partir de los valores test. En el primer factor se posicionan modalidades del lado negativo que caracterizan a un grupo que prefiere los periódicos nacionales, su temática elegida es la autoayuda, han leído entre dos y cuatro libros en los últimos doce meses y leen diariamente entre una y dos horas. Son lectores de clase media y alta, con nivel educativo universitario. A este grupo se le contrapone un grupo poco lector. Por el lado positivo se encuentran personas que no han leído ningún libro los últimos doce meses y no tienen género de lectura. Sin embargo, seleccionan leer periódicos regionales e indican que su temática preferida es la cocina, jardinería y manualidades, entre otras. Es un grupo interesante para la planificación y toma de decisiones en cuanto a políticas lectoras. Es importante añadir que el sexo y la edad de este grupo poco lector no contribuye en la formación del factor y, por tanto, son variables que no discriminan. Contrariamente, la condición de pertenecer a los estratos sociales más bajos (IV y V) y poseer nivel educativo bajo (primaria completa/incompleta) son indicadores relevantes.

El factor dos recoge las preferencias según sexo. Por el lado negativo se muestra que las mujeres eligen temáticas de autoayuda, cocina, jardinería y romántica. El tipo de publicación que prefieren son las revistas de farándula, y el género que les gusta leer es la poesía. Opuesto a esta configuración de preferencia femenina en la lectura se encuentra la masculina. La temática de los hombres se concentra en histórico/político, policiaco/suspense. El género que prefieren este grupo de hombres es la biografía/testimonio y el tipo de publicación preferido es el periódico deportivo.

La representación de los dos factores antes descritos se pueden observar en el plano factorial siguiente.

**Gráfico 37.** Plano factorial sobre preferencias y práctica lectora



El gráfico anterior condensa la información aportada por los dos primeros ejes factoriales. El arreglo de las modalidades en el plano factorial ofrece una visión más completa, el entrecruzamiento de los dos factores permite agrupar visualmente información relevante que exhibe los rasgos más característicos de los lectores venezolanos. De conformidad con lo anterior, se recomienda retomar las evidencias encontradas en las modalidades de mayor contribución absoluta para la formación de los ejes I y II por separado.

Al considerar las proyecciones de las modalidades más significativas sobre el primer y el cuarto cuadrante se establece una clara contraposición entre perfiles de lectores y poco lectores. Los primeros prefieren los periódicos nacionales, poseen nivel educativo universitario, estrato social II-I y han leído entre dos y diez libros los últimos doce meses. Las temáticas que prefieren estos lectores son autoayuda, histórico-político, ensayo, narrativa y poesía, invirtiendo más de noventa minutos diarios en la lectura. Este grupo se identifica en el Área Metropolitana de Caracas<sup>4</sup>.

El segundo grupo es de lectores poco frecuentes, leen menos de treinta minutos diarios, el material de lectura seleccionado es periódico regional y revistas religiosas, en ningún caso han leído algún libro en los últimos doce meses. Es un grupo que no tiene preferencia de género en la lectura pero consideran que su temática preferida es jardinería, cocina y manualidades. En cuanto a las características socioeconómicas, este grupo de lectores poco frecuente se clasifica en el estrato social más bajo (estrato V), poseen primaria incompleta o en algunos casos completa. Es un grupo de venezolanos que debe ser considerado en las políticas del Estado para mejorar la práctica lectora.

## 1.2 Valoración social de la lectura

Con la idea de caracterizar la apreciación sobre la lectura que tienen los venezolanos se muestra a continuación un análisis de correspondencias múltiples que considera las variables claves relacionadas con el tema.

En la tabla siguiente se observan los valores propios y los porcentajes de inercia explicada para cada uno de los factores. El primer autovalor es 0.2324 y explica el 9.84 % de las tendencias arrojadas por la encuesta. El segundo que se observa es 0.2078 y recoge el 9.11 % de la variabilidad, el tercero es 0.1417 y captura el 6.17 %. Las tasas de inercia consideradas por los dos factores expresan de forma acumulada el 19 % de la variabilidad total.

**Tabla 5.** Histograma de autovalores. ACM 2. Perfiles de los lectores según la valoración social de la lectura

Nro	Autovalores	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	0.2324	9.84	9.84   *****
2	0.2078	9.11	18.95   *****
3	0.1417	6.17	25.12   *****
4	0.1326	5.90	31.02   *****
5	0.1314	4.66	35.88   *****

Las coordenadas y contribuciones de los dos primeros factores que son considerados en el plano factorial se presentan en el Anexo.

<sup>4</sup> En algunos casos se tiene información suplementaria que complementa la matriz de datos, bien sea porque se tienen variables adicionales o porque se tiene un nuevo grupo de individuos para los cuales se desea investigar las mismas variables. Las modalidades que son centro de gravedad de los individuos que las componen se pueden asociar a las modalidades ilustrativas mediante el criterio de Valor test, que evalúa en cada eje la distancia al centro de gravedad en número de desviaciones. Esto permite conocer si un subgrupo de individuos tiene una localización significativa en una dirección factorial. En nuestro caso, la variable Dominio ha sido empleada como variable ilustrativa.

Las variables que contribuyen mayormente a la formación del 1º factor son:

- ◆ Nivel educativo
- ◆ Estrato social
- ◆ Dominio
- ◆ Edad
- ◆ Recomendación para seleccionar la lectura y motivo de lectura

Las variables que contribuyen fundamentalmente a la formación del 2º factor son:

- ◆ Recomendación para seleccionar la lectura
- ◆ Razón por la que lee
- ◆ Edad
- ◆ Valorización de la lectura

De forma más clara se muestra con los valores test la distinción entre las categorías. El primer factor recoge en el lado negativo a un grupo de jóvenes entre 13 y 17 años de edad que leen por recomendación de sus profesores. Las lecturas que realizan están vinculadas a sus estudios y consideran que leer es una fuente de conocimiento para la escuela. Son jóvenes que se clasifican en el estrato IV y geográficamente se ubican en el tercer domino (grandes ciudades y ciudades con menos de 250.000 habitantes).

Por otro lado, se posicionan las personas que consideran la lectura como un placer, un pasatiempo, una fuente de conocimiento para la vida. Al momento de elegir el material de lectura, este grupo de individuos se orienta según las recomendaciones de amigos y familiares. En este mismo lado positivo se ubican las personas que viven en el Área Metropolitana de Caracas y poseen un nivel educativo universitario, además están clasificados en el estrato social II.

**Tabla 6.** Factor 1. Categorías activas (Valoración social de la lectura)

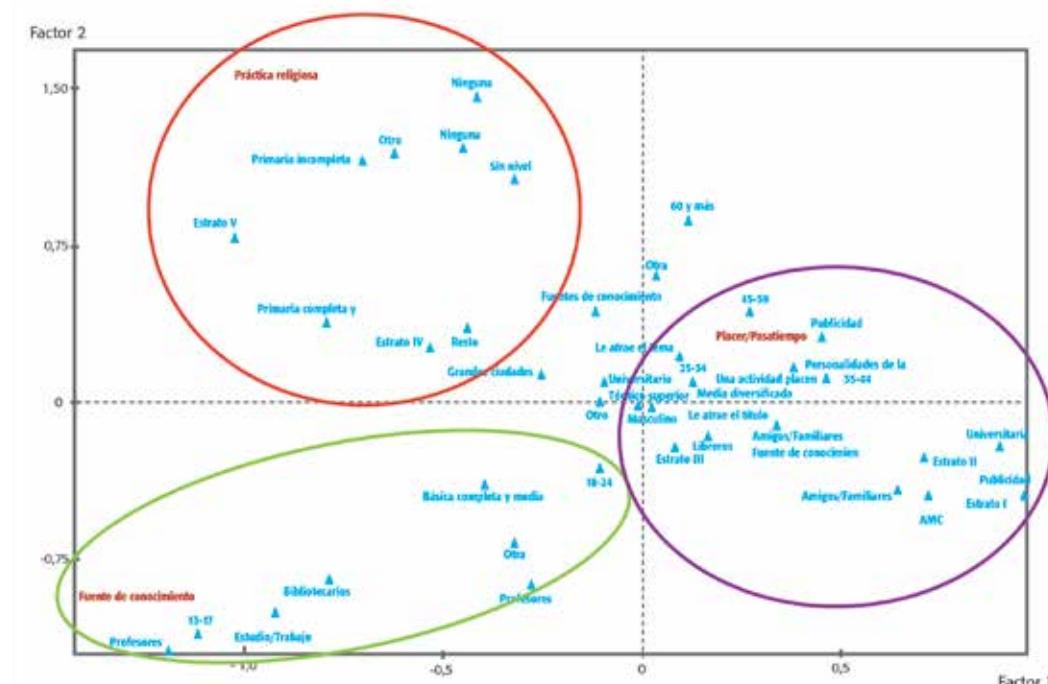
IDEN.	Val Test	CATEGORÍA	VARIABLE	Peso	Número
ED01	-30.78	13-17	Grupos de edad	646.00	1
V602	-30.02	Profesores	Recomendación	552.00	2
QH03	-29.01	Fuente de conocimien	Qué es para usted la lectura:	378.00	3
LE02	-28.87	Estudio	Lee por	798.00	4
ES04	-26.17	Estrato IV	Estrato	1550.00	5
DO03	-24.90	Resto	Dominio	1721.00	6
NI03	-24.54	Primaria completa y	Nivel educativo	788.00	7
ES05	-19.28	Estrato V	Estrato	330.00	8
RE09	-19.06	NS/NR	Al momento de elegir el material de lectura, usted toma en	1683.00	9
NI04	-15.48	Básica completa y me	Nivel educativo	1137.00	10
V605	-11.85	Ninguna	Recomendación	604.00	11
NI02	-11.69	Primaria incompleta	Nivel educativo	260.00	12
EL03	-11.05	Otra	Elije material porque.....	955.00	13
LE03	-10.76	Práctica religiosa	Lee por	131.00	14
DO02	-9.85	Grandes ciudades	Dominio	1155.00	15
<b>ÁREA CENTRAL</b>					
QH02	5.29	Una actividad placen	Qué es para usted la lectura:	327.00	48
NI05	5.54	Media diversificada	Nivel educativo	926.00	49
RE06	5.78	Personalidades de la	Al momento de elegir el material de lectura, usted toma en	214.00	50
EL01	8.55	Le atrae el tema	Elije material porque.....	2803.00	51
ED05	9.25	45-59	Grupos de edad	895.00	52
RE05	12.76	Publicidad	Al momento de elegir el material de lectura, usted toma en	228.00	53
ED04	14.96	35-44	Grupos de edad	836.00	54
ES01	15.86	Estrato I	Estrato	254.00	55
QH01	20.44	Fuente de conocimien	Qué es para usted la lectura:	1900.00	56
RE01	23.14	Amigos/Familiares	Al momento de elegir el material de lectura, usted toma en	987.00	57
ES02	28.77	Estrato II	Estrato	1059.00	58
V601	29.56	Amigos/Familiares	Recomendación	2739.00	59
LE01	32.78	Placer/Pasatiempo	Lee por	3346.00	60
DO01	34.70	AMC	Dominio	1513.00	61
NI06	37.09	Universitaria	Nivel educativo	1210.00	62

**Tabla 7.** Factor 2. Categorías activas (Valoración social de la lectura)

IDEN.	Val Test	CATEGORIA	VARIABLE	Peso	Número
LE02	-31.43	Estudio/Trabajo	Lee por Grupos de edad	796.00	1
ED01	-29.89	13-17	Recomendación	646.00	2
V602	-29.73	Profesores	Al momento de elegir el material de lectura, usted toma en	552.00	3
RE02	-25.01	Profesores	Qué es para usted la lectura:	674.00	4
Q003	-24.02	Fuente de conocimien	Elige material porque.....	378.00	5
EL03	-23.58	Otra	....	955.00	6
DO01	-21.56	AMC	Dominio	1513.00	7
NI04	-15.53	Básica completa y me	Nivel educativo	1137.00	8
RE01	-14.99	Amigos/Familiares	Al momento de elegir el material de lectura, usted toma en	987.00	9
Q001	-10.94	Fuente de conocimien	Qué es para usted la lectura:	1900.00	10
ES02	-9.91	Estrato II	Estrato	1059.00	11
ED02	-9.71	18-24	Grupos de edad	722.00	12
V601	-9.53	Amigos/Familiares	Recomendación	2739.00	13
ES03	-9.15	Estrato III	Estrato	1196.00	14
NI06	-7.82	Universitaria	Nivel educativo	1210.00	15
<b>ÁREA CENTRAL</b>					
LE04	11.70	Otro	Lee por Nivel educativo	94.00	48
NI03	12.04	Primaria completa y	Estrato	788.00	49
ES04	12.79	Estrato IV	Grupos de edad	1550.00	50
RE08	14.03	Ninguna	Al momento de elegir el material de lectura, usted toma en	89.00	51
ED05	14.83	45-59	Estrato	895.00	52
ES05	14.91	Estrato V	Resto	330.00	53
DO03	16.16	Resto	Dominio	1721.00	54
LE01	16.26	Placer/Pasatiempo	Lee por	3346.00	55
ED06	17.94	60 y más	Grupos de edad	382.00	56
NI02	19.31	Primaria incompleta	Nivel educativo	260.00	57
LE03	19.38	Práctica religiosa	Lee por	131.00	58
EL01	19.46	Le atrae el tema	Elige material porque.....	2803.00	59
Q004	23.11	Fuente de conocimien	Qué es para usted la lectura:	1685.00	60
RE09	30.03	NS/NR	Al momento de elegir el material de lectura, usted toma en	1893.00	61
V605	32.32	Ninguna	Recomendación	604.00	62

El segundo factor ratifica por el lado negativo lo encontrado en el primer factor. Se posicionan modalidades que describen a jóvenes que relacionan la lectura con actividades escolares. El lado positivo del eje muestra modalidades que configura un grupo que define la lectura como fuente de conocimiento para la vida y elige el material de lectura porque le atrae el tema, cuestión que está vinculada estrechamente con prácticas religiosas. Este grupo está caracterizado por personas mayores de 60 años de edad y con un nivel educativo bajo.

**Gráfico 38.** Plano factorial sobre valorización social de la lectura



En el primer cuadrante se posiciona un grupo de lectores poco frecuentes. En contraposición, en el tercer y cuarto cuadrante están los lectores frecuentes. Las modalidades que definen la valoración de la lectura en el primer cuadrante están vinculadas especialmente a la práctica religiosa; mientras que la apreciación de la lectura del grupo de lectores frecuentes está relacionada con el placer y el pasatiempo. Este último grupo prefiere seguir las recomendaciones de amigos y familiares a la hora de comprar libros. El hecho de que la modalidad "lectura como fuente de conocimiento para la vida" se ubique entre este grupo es un reflejo del disfrute de la lectura por parte de dichos lectores. Las edades de este grupo oscilan entre 35 y 59 años de edad, tienen educación secundaria/universitaria y se clasifican en estrato social II y III. Además, se encuentran ubicados en el Área Metropolitana de Caracas. Adicionalmente, se encuentra un grupo de lectores estudiantes entre 13 y 17 años de edad, estudian nivel básico o diversificado y relacionan la lectura con sus actividades escolares. Los mismos compran libros por recomendación de sus profesores o los leen en las bibliotecas. La lectura es para ellos una fuente de conocimiento para los estudios.

### **1.3 Acceso a la lectura**

El siguiente análisis intenta describir y resumir la información contenida en variables relativas al acceso a la lectura. A partir de este análisis se exploran las posibles interasociaciones entre individuos, variables y categorías de las variables. La idea es construir un conjunto reducido de nuevas variables denominadas factores. Estos factores, presentados en la siguiente tabla, capturan los principales aspectos de la información original.

**Tabla 8.** Histograma de autovalores. ACM 3. Perfiles de los lectores según la valoración social de la lectura

Nro	Autovalores	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	0.4007	10.02	10.02
2	0.2675	9.69	19.71
3	0.1915	8.79	28.05
4	0.1704	7.26	35.76

Las coordenadas con respecto a cada eje permiten representar las categorías que vienen dadas por las proyecciones de la matriz de coordenadas de las filas o de las columnas en los vectores propios correspondientes. En este sentido, se presentan las contribuciones necesarias para la interpretación de los factores a representar luego en el plano factorial (ver Anexo).

Las variables que contribuyen mayormente a la formación del 1º factor son:

- ◆ Uso de internet para leer libros digitalizados
- ◆ Uso de internet para leer periódicos y revistas
- ◆ Lugar donde hace uso de internet con mayor frecuencia
- ◆ Tipo de biblioteca que usa con mayor frecuencia

Las variables que contribuyen fundamentalmente a la formación del 2º factor son:

- ◆ Lugar donde hace uso de internet con mayor frecuencia
- ◆ Dominio
- ◆ Tipo de biblioteca que usa con mayor frecuencia
- ◆ Uso de internet para leer periódicos y revistas
- ◆ Estrato social

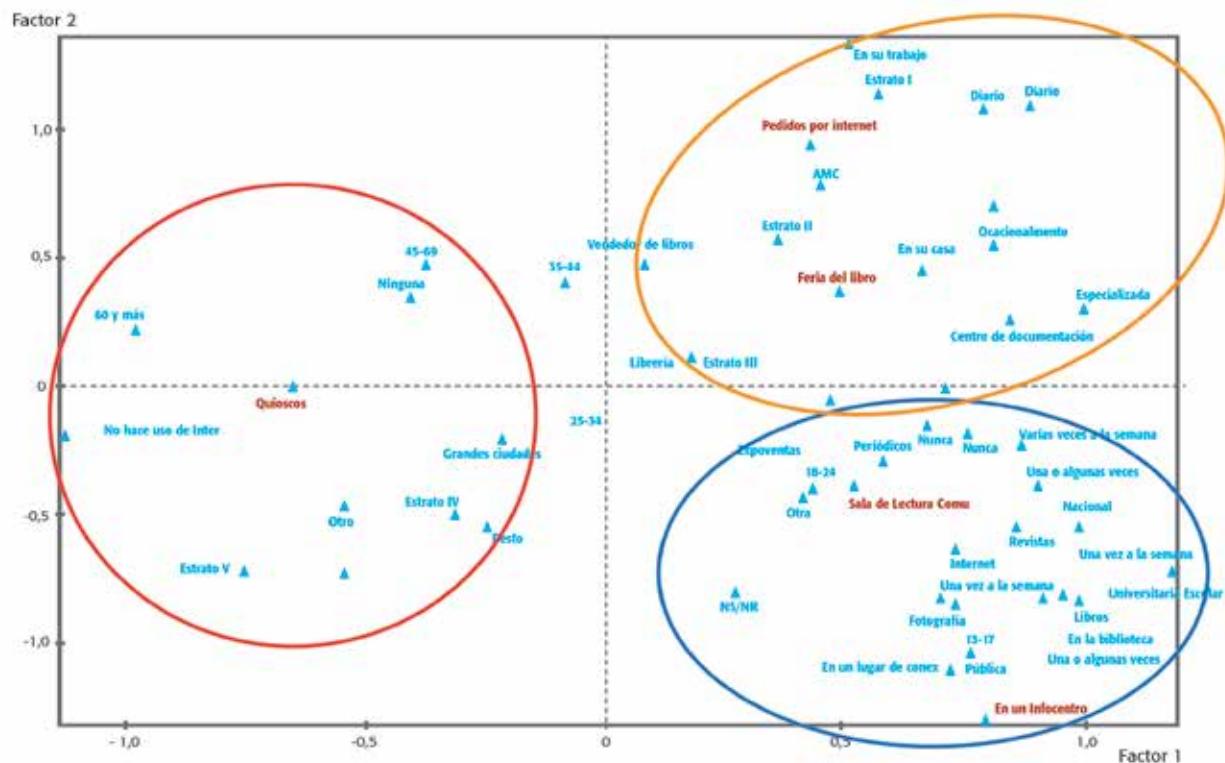
**Tabla 9.** Factor 1. Categorías activas (Acceso a la lectura)

IDEN.	Val Test	CATEGORIA	VARIABLE	Peso	Número
D007	-57.29	No hace uso de Inter	Dónde hace usted uso de Internet con mayor frecuencia:	1625.00	3
TI08	-40.69	Ninguna	A qué tipo de biblioteca asiste con mayor frecuencia:	3058.00	4
BI99	-40.68	No aplica	Cuando usted va a la biblioteca por lo general consulta...	3057.00	5
ED06	-20.03	60 y más	Grupos de edad	382.00	6
ES04	-15.39	Estrato IV	Estrato	1550.00	7
ES05	-14.26	Estrato V	Estrato	330.00	8
D003	-13.47	Quioscos	Dónde compra libros	390.00	9
D003	-13.28	Resto	Dominio	1721.00	10
ED05	-12.66	45-59	Grupos de edad	895.00	11
<b>Á R E A C E N T R A L</b>					
D001	15.67	Librerías	Dónde compra libros	2773.00	135
US03	15.71	Una vez a la semana	Frecuencia de internet para leer libros digitalizados	239.00	136
US01	16.20	Diarío	Frecuencia de internet para leer libros digitalizados	312.00	137
US05	16.72	Ocasionalmente	Frecuencia de internet para leer periódicos y revistas	390.00	138
US02	17.02	Varias veces a la se	Frecuencia de internet para leer periódicos y revistas	356.00	139
US02	17.09	Varias veces a la se	Frecuencia de internet para leer libros digitalizados	349.00	140
D005	19.00	En un lugar de conex	Dónde hace usted uso de Internet con mayor frecuencia:	607.00	141
US06	19.57	Nunca	Frecuencia de internet para leer libros digitalizados	713.00	142
US01	19.76	Diarío	Frecuencia de internet para leer periódicos y revistas	550.00	143
US05	19.84	Ocasionalmente	Frecuencia de internet para leer libros digitalizados	528.00	144
ED01	19.95	13-17	Grupos de edad	646.00	145
TI02	20.76	Pública	A qué tipo de biblioteca asiste con mayor frecuencia:	639.00	146
D001	21.60	AMC	Dominio	1513.00	147
US06	22.48	Nunca	Frecuencia de internet para leer periódicos y revistas	734.00	148
TI06	28.90	Universitaria/Escuela	A qué tipo de biblioteca asiste con mayor frecuencia:	525.00	149
D001	33.82	En su casa	Dónde hace usted uso de Internet con mayor frecuencia:	1641.00	150
BI01	39.50	Libros	Cuando usted va a la biblioteca por lo general consulta...	1184.00	151

**Tabla 10.** Factor 2. Categorías activas (Acceso a la lectura)

IDEN.	Val Test	CATEGORIA	VARIABLE	Peso	Número
BI01	-34.22	Libros	Cuando usted va a la biblioteca por lo general consulta...	1184.00	1
DO05	-29.08	En un lugar de conex	Dónde hace usted uso de Internet con mayor frecuencia:	607.00	2
D003	-28.82	Resto	Dominio	1721.00	3
TI02	-28.61	Pública	A qué tipo de biblioteca asiste con mayor frecuencia:	639.00	4
ES04	-24.54	Estrato IV	Estrato	1550.00	5
ED01	-23.47	13-17	Grupos de edad	646.00	6
TI06	-17.60	Universitaria/Escuela	A qué tipo de biblioteca asiste con mayor frecuencia:	525.00	7
D001	-16.99	NS/NR	Dónde compra libros	477.00	8
<b>Á R E A C E N T R A L</b>					
ED05	16.05	45-59	Grupos de edad	895.00	141
US05	17.28	Ocasionalmente	Frecuencia de internet para leer libros digitalizados	528.00	142
ES01	18.00	Estrato I	Estrato verdadero	254.00	143
US01	20.26	Diarío	Frecuencia de internet para leer libros digitalizados	312.00	144
ES02	21.59	Estrato II	Estrato	1059.00	145
D001	23.62	En su casa	Dónde hace usted uso de Internet con mayor frecuencia:	1641.00	146
D002	24.31	En su trabajo	Dónde hace usted uso de Internet con mayor frecuencia:	308.00	147
US01	27.47	Diarío	Frecuencia de internet para leer periódicos y revistas	550.00	148
BI99	35.71	No aplica	Cuando usted va a la biblioteca por lo general consulta...	3057.00	149
TI08	35.73	Ninguna	A qué tipo de biblioteca asiste con mayor frecuencia:	3058.00	150
D001	37.42	AMC	Dominio	1513.00	151

**Gráfico 39.** Plano factorial sobre acceso a la lectura



En el espacio del plano factorial se configuran tres grupos que caracterizan el acceso a la lectura. El primero está ubicado entre los dos primeros cuadrantes. Es un grupo integrado por lectores de tercera edad que no hacen uso de internet ni asisten a bibliotecas. Sin embargo, obtienen su material de lectura en quioscos. Es un grupo de lectores que se clasifican en los estratos sociales más bajos de la población (IV y V). Además, viven en las grandes ciudades o en aquellas que tienen menos de 250.000 habitantes.

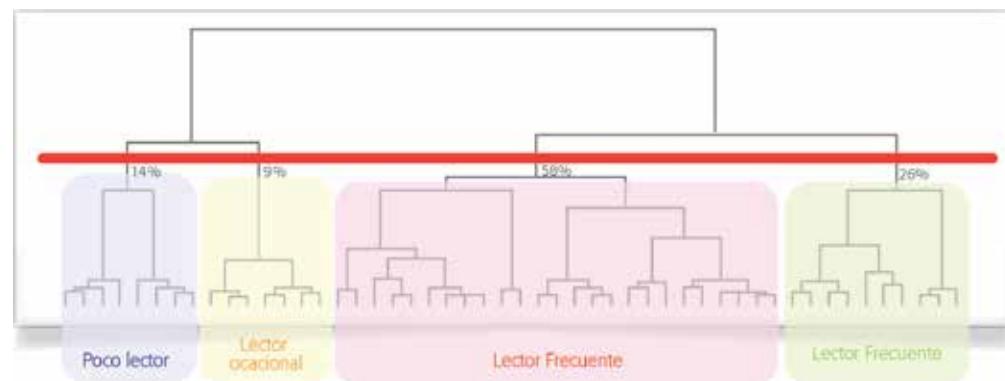
El segundo grupo accede a la lectura principalmente en ferias de libros y a través de internet. También obtiene materiales de lectura en centros de documentación y bibliotecas especializadas. Es un grupo de lectores que lee en internet diariamente en su casa o lugar de trabajo.

En el tercer cuadrante se encuentra los lectores que acceden a la lectura en Infocentros, salas de lectura comunitarias, bibliotecas públicas y expoventas, entre otros. Es un grupo que usa internet con mayor frecuencia en lugares de conexión pública, se conectan varias veces a la semana pero nunca lee libros digitalizados. Es un grupo de lectores caracterizado por jóvenes.

## **2. ANÁLISIS DE CONGLOMERADO O CLUSTER (AC)**

El análisis de conglomerados se aplica luego de haber realizado un ACM, permitiendo de esta forma determinar conjuntos de lectores más homogéneos.

**Gráfico 40.** Dendograma tipología de lector



El grupo *poco lector* comprende el 14 % de la población de lectores venezolanos. Es un grupo que aun cuando ha leído libros en algún momento de su vida, en los últimos doce meses no ha leído ninguno. No obstante, este grupo poco lector suele leer periódicos regionales invirtiendo un tiempo máximo de 30 minutos diarios. No declaran tener preferencia de género en la lectura y su preferencia temática está íntimamente relacionada con la formación ocupacional como cocina, jardinería y manualidades, entre otros. El grupo *poco lector* agrupa personas con nivel educativo bajo, como por ejemplo primaria completa y pertenecen a un estrato social IV, es un conglomerado que se ubica en las grandes ciudades. En la **Tabla 11**, a continuación, se presentan los resultados obtenidos:

**Tabla 11.** Modalidades características del primer conglomerado

VARIABLES	MODALIDADES CARACTERÍSTICAS	PORCENTAJE		
		CLA/MOD	MOD/CLA	Global
Número de libros leídos (últimos 12 meses)	Ninguno	66,44	59,26	17,11
Tipo de género	Ninguno	92,00	27,32	5,70
Tipo de publicación	Periódico regional	42,29	53,44	24,24
Estrato socioeconómico	Estrato IV	35,74	65,80	35,32
Tipo de temática	Cocina, jardinería, manualidades	66,93	20,19	5,79
Tiempo de lectura	De 0 a 30 minutos	46,00	29,33	12,24
Nivel educativo	Primaria completa	38,20	35,75	17,95
Dominio	Grandes ciudades	29,18	40,02	26,32

El grupo *lector ocasional* comprende el 9 % de la población de lectores venezolanos. Este grupo se inclina por la geografía, biografía y testimonios a la hora de seleccionar la preferencia de temática. Adicionalmente, prefieren leer los periódicos regionales. Al igual que el grupo *poco lector*, el nivel educativo es primaria completa e incompleta. Es un grupo que posee el estrato social más bajo de los encuestados, se ubican en el tercer domino (grandes ciudades y ciudades con menos de 250.000 habitantes). A continuación se presenta la **Tabla 12** con las características de este conglomerado:

**Tabla 12.** Modalidades características del segundo conglomerado

VARIABLES	MODALIDADES CARACTERÍSTICAS	PORCENTAJE		
			CLA/MOD	MOD/CLA
Estrato socioeconómico	Estrato V	88,79	57,56	7,52
Nivel educativo	Primaria incompleta/completa	92,69	47,35	5,92
Dominio	Ciudades con menos 250.000 hab	17,02	57,56	39,21
Tipo de temática	Geografía	24,88	10,41	4,85
Tipo de publicación	Periódico regional	16,26	33,99	24,24
Tiempo de lectura	De 0 a 30 minutos	18,44	19,45	12,24
Tipo de género	Biografía, testimonios, relatos	18,55	18,66	11,67
Número de libros leídos (últimos 12 meses)	Ninguno	16,38	24,17	17,11

El tercer conglomerado integra la mitad de la población encuestada de lectores venezolanos. Este gran grupo denominado *lector frecuente* ha leído entre dos y cuatro libros en los últimos doce meses; su género de preferencia es la narrativa: novelas, cuentos y crónicas, entre otros clasificados dentro de la narrativa. Los lectores frecuentes prefieren leer también temas de autoayuda y optan por los periódicos nacionales. El tiempo de lectura que invierten estos lectores oscila entre 90 y 120 minutos diarios. Es un grupo que posee un nivel de instrucción media diversificada, pertenecen a un estrato social III y se encuentran ubicados en el Área Metropolitana de Caracas. A continuación se presenta la **Tabla 13** con las características de este grupo:

**Tabla 13.** Modalidades características del tercer conglomerado

VARIABLES	MODALIDADES CARACTERÍSTICAS	PORCENTAJE		
			CLA/MOD	MOD/CLA
Estrato socioeconómico	Estrato III	75,42	46,81	27,25
Nivel educativo	Media diversificada	70,95	34,09	21,10
Número de libros leídos (últimos 12 meses)	De 2 a 4	60,87	51,43	37,09
Tipo de publicación	Narrativa	51,19	47,02	40,33
Tipo de publicación	Periódico nacional	48,20	64,66	58,90
Tipo de temática	Autoayuda	51,57	35,81	30,49
Tiempo de lectura	De 90 a 120 minutos	51,78	30,98	26,27
Dominio	Área Metropolitana de Caracas	48,31	37,93	34,47

El grupo *lector habitual* comprende un poco más de una cuarta parte (26 %) de la población de lectores venezolanos encuestados. Los lectores habituales han leído entre 5 y 10 libros los últimos 12 meses y sus géneros preferidos son el ensayo y la poesía. Al igual que los lectores frecuentes prefieren leer periódicos nacionales, su temática es la autoayuda y residen en el Área Metropolitana de Caracas. Los lectores habituales venezolanos invierten más de 120 minutos diarios en la lectura. Es un grupo que posee muy buenas condiciones socioeconómicas (estrato I y II), además de poseer un nivel de instrucción universitaria. La **Tabla 14** presenta las características de este grupo:

**Tabla 14.** Modalidades características del cuarto conglomerado

VARIABLES	MODALIDADES CARACTERÍSTICAS	PORCENTAJE			
			CLA/MOD	MOD/CLA	Global
Nivel educativo	Universitaria	77,11	83,98	27,57	
Estrato socioeconómico	Estrato II/I	66,95	63,82	24,13	
Dominio	Área Metropolitana de Caracas	42,50	57,88	34,47	
Tipo de publicación	Periódico nacional	34,78	80,92	58,90	
Número de libros leídos (últimos 12 meses)	De 5 a 10	48,19	22,77	11,96	
Tiempo de lectura	Más de 120 minutos	45,61	24,75	13,74	
Tipo de temática	Autoayuda	33,48	40,32	30,49	
Tipo de género	Poesía	29,84	30,96	26,27	

Como se ha mencionado anteriormente, las técnicas multivariables presentadas van más allá de la información que ofrece un análisis descriptivo. En este sentido, tanto el Análisis de Correspondencias Múltiples como el Análisis de Conglomerado proporcionan una visión multidimensional del comportamiento lector venezolano. Es importante indicar que ambos análisis solo destacan la información más relevante o perfiles desde el punto de vista de la variabilidad y de la estructura de intercorrelaciones entre distintas variables.

# CONCLUSIONES GENERALES

El *Estudio del comportamiento del lector, acceso al libro y la lectura* se realizó con la finalidad de proporcionar información para fortalecer la política cultural del Estado venezolano en el ámbito de la lectura, la que se orienta fundamentalmente a crear oportunidades que ayuden a garantizar el acceso a la cultura escrita, y en general a los bienes culturales, a toda la población.

Las prácticas sociales de la lectura y las tendencias del comportamiento lector constituyen un sistema complejo integrado por diversos procesos, susceptibles de ser estudiados de diversas formas y mediante distintos enfoques teóricometodológicos.

En este estudio, la problemática se abordó desde el lector, a partir del cual se construye una descripción de algunos componentes de estos procesos. Se caracteriza la población según la lectura y sus prácticas, se describe el comportamiento lector en función de variables relacionadas con el acceso y el uso de medios que pueden ampliarlo, algunos componentes sociales de la lectura tales como las motivaciones y la valoración social de esta y, finalmente, se aporta información para el seguimiento de algunos programas específicos que conforman la política de Estado sobre la promoción y acceso a la lectura.

La investigación se realizó mediante una metodología de *Encuesta por Muestreo*, aplicada a una muestra probabilística que permite la generalización de los resultados a la población objetivo, en este caso a los alfabetizados de 13 años y más residentes en Venezuela. Estas conclusiones se presentan según la organización dada al análisis e interpretación de los datos.

Asimismo, se ofrece información sobre la población lectora (proporción poblacional), quiénes y qué leen, el tipo de publicación leída y la relación de este comportamiento con las variables poblacionales de carácter estructural: sexo edad, nivel educativo y estrato social.

Al respecto se concluye:

1. Los resultados obtenidos evidencian la existencia de un alto porcentaje de población lectora, el 82,5 % lee alguno de los diferentes tipos de publicaciones (libros revistas, periódicos y otros materiales de lectura). Este porcentaje de lectores varía según los tipos de publicaciones, (50,2 % lee libros), características sociodemográficas de la población (53,1 % son mujeres) y dominios o territorios sociales definidos (el mayor porcentaje de lectores, el 88,2 % se encuentra en al Área Metropolitana de Caracas).

2. Las características descritas en el punto anterior conforman un cuerpo de información orientadora de la política de promoción de la lectura. Es recomendable que los programas de promoción consideren:
  - a) Ampliar el espectro de todos los tipos de publicación, dado que la población manifiesta una respuesta positiva de lectura de todas esas formas.
  - b) Tomar en cuenta las particularidades de cada territorio en atención a las diferencias existentes en el comportamiento lector, incluyendo las características sociodemográficas de esas subpoblaciones.
3. Los resultados obtenidos sobre indicadores de la intensidad de la práctica de la lectura, expresada en tiempo promedio diario dedicado a la lectura (alrededor de 1 hora y veinte minutos), frecuencia de la actividad (una o varias veces a la semana) y número de libros leídos el último año (41 % lee entre uno y cuatro libros), llevan a plantear la conveniencia de incentivar la práctica de la lectura.
4. En la dimensión de acceso a la lectura se destaca el bajo porcentaje de la población que asiste a las bibliotecas (80 % no asiste) y de regular uso de internet (46,5 % hace uso de internet); ambos constituyen medios para incorporar la lectura a la población perteneciente a los estratos IV y V, grupos en los cuales se constató un porcentaje muy bajo que tiene acceso a internet. Los programas diseñados deberían considerar la revisión del concepto tradicional de bibliotecas e integrarlos a programas de democratización de los medios de comunicación e internet.
5. En el campo de las preferencias, motivaciones y valoración de la lectura se destacan los gustos por algunos géneros (aproximadamente el 46 % señaló su afición por la narrativa y la poesía) y temáticas (casi el 60 % disfruta lo histórico/político-social y autoayuda) sin mostrar grandes diferencias según sexo y edad.
6. En la valoración de la lectura, es muy significativa la representación que de ella se tiene como un bien cultural para vivir mejor, el 45 % piensa que la lectura es una fuente de conocimiento para la vida.
7. Acerca de la percepción de los programas de promoción de la lectura y del acceso a esta, es importante considerar que son valorados positivamente. El 18,2 % de la población declara haber recibido libros donados por el Estado, cifra posible de considerar como aproximación a una medida de cobertura del programa. Por otra parte, la lectura de los libros recibidos (81,3 %), permite calificar de *positiva* la implementación de esta política. No obstante, es recomendable impulsar su masificación para que llegue a un mayor porcentaje de la población.
8. En el caso de las Librerías del Sur, los resultados obtenidos apoyan este programa, dado el número de librerías existentes en todo el país (60), pero orientan hacia la necesidad de realizar su promoción en determinados sectores poblacionales, al igual que destacan la importancia de promover con mayor intensidad el Sistema Masivo de Revistas y de facilitar el acceso a ellas por parte de la población de los estratos IV y V.
9. Respecto a las conclusiones referidas a los aspectos resaltantes del análisis multivariante realizado, es importante considerar que las técnicas multivariadas van más allá de la información que ofrece un análisis descriptivo simple. Tanto el Análisis de Correspondencias Múltiples como el Análisis de Conglomerado proporcionan una visión multidimensional del comportamiento lector venezolano.

Por otra parte, es importante indicar que ambos análisis sólo destacan la información más relevante o perfiles desde el punto de vista de la variabilidad y de la estructura de intercorrelaciones entre distintas variables. En este sentido, el mismo análisis envuelve una síntesis de la información producida y, por tanto, es conveniente considerarlo en su conjunto como parte de las conclusiones.

A modo de síntesis, se destaca su coincidencia con los hallazgos de Bourdieu (2011: 256):

La lectura obedece a las mismas leyes que las otras prácticas culturales, con la diferencia que es transmitida más directamente por el sistema escolar, es decir que el nivel de instrucción será el factor más poderoso en el sistema de los factores explicativos, y el origen social será el segundo factor.

En Venezuela aún persisten desigualdades significativas relacionadas a los aspectos sociales, culturales, territoriales y generacionales, aunque igualmente se observan comportamientos importantes de considerar para el fortalecimiento de la Política Cultural.

## **ANEXOS**

- 1. Encuesta sobre el comportamiento del lector, acceso al libro y la lectura 2012 - Instructivo del Encuestador o Encuestadora**
- 2. Estudio de comportamiento lector, acceso al libro y la lectura 2011-2012. (Formato de la Encuesta)**
- 3. Equipo Consultor**

# **Encuesta del comportamiento lector, acceso al libro y la lectura 2011-2012 en Venezuela**

## **INSTRUCTIVO DEL ENCUESTADOR O ENCUESTADORA**

El "Instructivo del Encuestador o Encuestadora" que se presenta a continuación fue diseñado con el propósito de apoyar al encuestador o encuestadora en su trabajo de campo y en él encontrará cada una de las preguntas de la Encuesta sobre el comportamiento del lector, acceso al libro y la lectura, con instrucciones, sugerencias, recomendaciones y algunas definiciones con el objeto de facilitar su labor.

- ★ Cada sección se encuentra identificada con el título correspondiente.
- ★ En cada página hallará las preguntas en el mismo orden de la encuesta.
- ★ En los recuadros encontrará definiciones que son necesarias en el momento de solicitar información a los (as) entrevistados (as).
- ★ Se presentan recordatorios y atenciones que le harán más fácil su labor.
- ★ Al final de la hoja se encuentra un espacio para las anotaciones donde podrá hacer los comentarios que considere pertinentes.

## SECCIÓN I. IDENTIFICACIÓN

Esta encuesta tiene la finalidad de recabar información sobre los intereses y hábitos de lectura de las personas de 13 y más años de edad alfabetizadas que forman parte de su hogar. Esta información es confidencial y sólo se utilizará para mejorar los programas de lectura.

**Recuerde:**

Antes de comenzar la entrevista informe al encuestado sobre la finalidad del estudio

Nº CUECTIONARIO

--	--	--

SECCIÓN I.		IDENTIFICACIÓN
1. ENTIDAD FEDERAL		
2. MUNICIPIO		
3. PARROQUIA		
4. LOCALIDAD		
5. LOTE		
6. SEGMENTO		
7. LINEA DE LA VIVIENDA		

**Recuerde:**

Copie de la carpeta de control los datos que corresponde y coloque los dígitos correspondientes

## SECCIÓN II. CONTROL DE LA ENTREVISTA

CONTROL DE LA ENTREVISTA						
1. Fecha de la Entrevista	Día	Mes	Año	2. Hora de Inicio	Hora Min	
4. Apellido y Nombre del Supervisor					3. Hora de Finalización	Hora Min
5. Apellido y Nombre del Encuestador						

**Recuerde:**

Rellene los datos solicitados en esta sección

**ANOTACIONES**


### **SECCIÓN III. DETERMINACIÓN DEL NÚMERO DE HOGARES**

#### **1. En esta vivienda vive habitualmente:**

1. Una persona
2. Una familia
3. Dos o más grupos de personas

Pase a la Sección IV

Código

**Recuerde:**

Si en la vivienda vive una sola persona, usted debe anotar el código 1 en el recuadro y pasar a la sección IV de características sociodemográficas de los miembros del hogar. En caso contrario pase a la pregunta 2 para conocer la separación o no de los gastos para comer.

#### **2. ¿Esta(s) familia(s) o grupo(s) de personas mantienen gastos separados para comer?**

1. Sí
2. No

Estas personas forman un solo hogar.  
Pase a la Sección IV

Código

**Recuerde:**

Si las familias o grupos de personas en la vivienda no mantienen gastos separados para comer debe pasar a la sección IV

#### **3. ¿Cuántas familias o grupos de personas mantienen gastos separados para comer?**

Nro. \_\_\_\_\_

Cada una de estas familias o grupos de personas forman hogares separados  
Sólo se encuestará a las personas de su hogar o grupo familiar  
Pase a la Sección IV

**Recuerde:**

- Si en la pregunta anterior contestó "Sí" debe indagar cuántas familias mantienen gastos separados para comer
- Usted debe anotar el número de familias o grupos de personas que el encuestado le indique

**Importante**

En el caso en que haya más de un hogar en esta vivienda, sólo queremos encuestar a la persona que nos recibe y a los miembros de su hogar

### **SECCIÓN IV. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LOS MIEMBROS DEL HOGAR**

#### **1 Apellido y Nombre de cada una de las personas miembros de su hogar.**


**Recuerde:**

Debe preguntar los nombres de cada uno de los integrantes del hogar y anotarlos en el espacio correspondiente

Registre siempre en la primera línea el jefe o jefa del hogar

**ANOTACIONES**

## 2 ¿Cuál es su parentesco con el jefe del hogar?

1. Jefe( a) del hogar
2. Esposa (o), compañera (o)
3. Hijos (as), hijos/as
4. Nietos (as)
5. Yernos, nueras
6. Padre, madre
7. Suegro (a)
8. Hermano (a)
9. Cuhijo (a)
9. Sobrino (a)
10. Tío (a)
11. Primo (a)
12. Abuelo (a)
13. Otro parente
14. No parente
15. Servicio doméstico
16. Familares de Servicio doméstico

### Recuerde:

Anote el código correspondiente a cada uno de los integrantes del hogar.  
Inicie siempre con el jefe o jefa del hogar

### JEFE O JEFA DEL HOGAR

Persona que los otros miembros del hogar consideran como jefe por razones de dependencia económica.

## 3 Sexo

1. Masculino
2. Femenino

### Recuerde:

Anote "CERO" si la persona es menor de un año y finalice la entrevista para este individuo

## 4 ¿Cuál es su edad en años cumplidos?

## 5 ¿Sabe leer y escribir?

1. Sí
2. No

### Recuerde:

Anote el código en el espacio correspondiente

### ALFABETIZADA

Persona que puede leer y escribir al menos un párrafo sencillo en un idioma cualquiera

## 6 ¿Cuál es el nivel educativo alcanzado por usted?

1. Sin nivel
2. Preescolar
3. Primaria incompleta
4. Primaria completa
5. Básica incompleta
6. Básica completa
7. Media General incompleta y/o Media técnica incompleta
8. Media General completa y/o Media técnica completa
9. Técnico Superior
10. Universitario
11. Posgrado

### SÓLO PARA PERSONAS DE 3 AÑOS Y MÁS

**Nivel educativo:** se refiere al período, medido en años escolares que una persona ha permanecido estudiando. Se calcula por etapas que se corresponden con: sin nivel, primaria incompleta (1º a 6º sin terminar), primaria completa (6º grado completo), básica (hasta el 3er año completo), media general incompleta (1º a 5º año sin terminar), media técnica completa (1º a 6º año completo), técnico superior, universitario y posgrado

### Recuerde:

- Sólo para personas de 3 años y más
- Anote el código en el espacio correspondiente

### Importante

Al finalizar la pregunta 6, encierre en un círculo el nombre de las personas alfabetizadas de 13 años y más (que respondieron 13 o más años en la pregunta 4 y uno (1) en la pregunta 5). Recuerde que debe entrevistar hasta cuatro (4) personas por hogar como máximo

### ANOTACIONES

---

---

---

---

7

### ¿Cuál es la profesión del jefe o jefa de su hogar?

1. Profesión universitaria, alto comerciante con posiciones gerenciales, oficiales de las FAN
2. Profesión técnica o medianos comerciantes o productores
3. Empleados sin profesión universitaria o técnica media, pequeños comerciantes o productores propietarios
4. Obreros especializados (tractoristas, choferes, albañiles, etc.)
5. Obreros no especializados (buhoneros, jornaleros, barrenderos, servicio doméstico, amas de casa)

Código 

11. **Profesión universitaria, alto comerciante con posiciones gerenciales, oficiales de las FAN:** en este grupo se encuentran las personas con títulos universitarios, títulos de institutos pedagógicos o politécnicos universitarios, propietarios de empresas o industrias de gran productividad (con más de 100 empleados) o directivos y gerentes de las mismas, grandes comerciantes y productores agrícolas y pecuarios.
12. **Profesión técnica o medianos comerciantes o productores:** en este grupo se encuentran las personas con títulos de Institutos Universitarios o Colegios Universitarios, artistas de teatro, pintores y afines con cursos realizados después del bachillerato, dueños y gerentes de empresas importantes (entre 10 y menos de 100 empleados)
13. **Empleados sin profesión universitaria o técnica media, pequeños comerciantes o productores propietarios:** en este grupo se encuentran los comerciantes y dueños de negocios que tengan entre 5 y 10 empleados, egresados de escuelas normales y técnicas de nivel medio y los egresados de bachillerato diversificado y empleados de organismos privados o públicos.
14. **Obreros especializados:** en este grupo se encuentran tractoristas, choferes, pintor, agricultor, pescador, carpintero, electricista, plomero y similares especializados.
15. **Obreros no especializados:** en este grupo se encuentran trabajadores del sector informal, servicio doméstico, amas de casa, vendedores ambulantes, trabajadores del aseo urbano y todas aquellas personas que ejercen actividades diversas sin preparación.

8

### ¿Cuál es la principal fuente de ingreso del hogar?

1. Fortuna heredada o adquirida
2. Ganancias, beneficios, honorarios profesionales
3. Sueldo mensual o quincenal
4. Salario semanal, por día o por tarea a destajo
5. Donaciones de origen público o privado

**Recuerde:**  
Lea al entrevistado las distintas opciones de respuesta

Código 

6. **Fortuna heredada o adquirida:** el ingreso proviene de rentas producidas por dinero heredado o adquirido.
7. **Ganancias, beneficios, etc.:** el ingreso proviene de utilidades de una empresa o negocio o de honorarios profesionales percibidos por personas que ejercen profesiones liberales.
8. **Sueldo mensual:** el ingreso proviene de la remuneración mensual o quincenal
9. **Salario semanal, por día, entrada a destajo:** el ingreso se obtiene de la remuneración del trabajo diario, semanal, de ganancias o beneficios pequeños provenientes de negocios pequeños y por trabajos a destajo, aun cuando los beneficios sean, en algunos casos, de cierta cuantía. En este grupo se encuentran taxistas, buhoneros, personas que ejecutan trabajos ocasionales.
10. **Donaciones de origen público o privado:** el ingreso se obtiene de ayudas o subsidios otorgados por organismos públicos o privados o de donaciones de origen familiar

#### ANOTACIONES

---



---



---

9

## ¿Cuáles son las condiciones de la vivienda?

1. Viviendas con óptimas condiciones sanitarias, ambientes de lujo
2. Viviendas con óptimas condiciones sanitarias, en ambientes sin lujo pero espaciosa
3. Viviendas con buenas condiciones sanitarias en espacios reducidos
4. Viviendas con ambientes espaciosos o reducidos y con deficiencias en algunas condiciones sanitarias
5. Rancho o vivienda con condiciones sanitarias inadecuadas

Código 

1. **Viviendas con óptimas condiciones sanitarias, ambientes de lujo:** en este grupo se encuentran las quintas muy lujosas con grandes jardines interiores y exteriores muy bien mantenidos; amplios espacios y construcciones con materiales de lujo, apartamentos tipo PH muy lujosos con terrazas, varios recibos y en ambos casos las habitaciones deben ser amplias y suficientes para el número de miembros de la familia, una persona por habitación con un baño privado.
2. **Viviendas con óptimas condiciones sanitarias, en ambientes sin lujo pero espaciosa:** en este grupo se encuentran aquellas viviendas con áreas bien diferenciadas y espaciosas, al menos con un jardín bien cuidado y con servicios y bienes necesarios para el confort, también incluye apartamentos espaciosos con suficientes habitaciones para el grupo familiar y un número adecuado de baños (no es indispensable un baño por habitación).
3. **Viviendas con buenas condiciones sanitarias en espacios reducidos:** en este grupo se encuentran viviendas con características inferiores a las del apartado anterior, con habitaciones compartidas por el grupo familiar y el número de baños no puede ser inferior a dos.
4. **Viviendas con ambientes espaciosos o reducidos y con deficiencias en algunas condiciones sanitarias:** las casas o apartamentos de construcción sólida, pero con deficiencias en alguna o algunas de las siguientes condiciones sanitarias: número de baños, agua, electricidad, exceso de personas, ventilación y luz natural.
5. **Rancho o vivienda con una habitación y condiciones sanitarias inadecuadas:** en este grupo se encuentran las viviendas improvisadas o aquellas de construcción de relativa solidez pero con falta de mantenimiento y condiciones sanitarias acentuadamente inadecuadas.

**Importante**

Ahora debe comenzar la sección VI y es importante que recuerde que es SÓLO PARA PERSONAS DE 13 AÑOS Y MÁS QUE SABEN LEER Y ESCRIBIR

### Sólo para personas alfabetizadas de 13 años o más

10

#### ¿A qué edad aprendió a leer?

Años  No recuerda 

#### SECCIÓN VI. TIPO, FRECUENCIA Y PRÁCTICA DE LA LECTURA

**Recuerde:**

A partir de esta sección sólo debe preguntar a las personas que encerró en un círculo en la sección IV (Personas que saben leer y escribir de 13 años y más)

#### ANOTACIONES

---



---



---

11

### ¿Algún miembro de su grupo familiar le lee o le leía?

1. Sí
2. No
3. No recuerda

13

Código

**Recuerde:**

- Anote el código correspondiente a la opción de respuesta dada
- Si la respuesta es "NO o NO RECUERDA" pase a la pregunta 13

12

### ¿Qué miembro de su grupo familiar le lee o le leía?

1. Mamá y/o papá
2. Abuelos/as
3. Hermanos/as
4. Otros familiares

Código

13

### Usted, ¿qué lee y con qué frecuencia lo hace?

Encierre en un círculo la respuesta para la 13 B

Material de lectura	13A	13B Frecuencia de lectura				
		Diario	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una o algunas veces al mes	Ocasionalmente
1. Libros		1	2	3	4	5
2. Textos escolares		1	2	3	4	5
3. Revistas		1	2	3	4	5
4. Periódicos		1	2	3	4	5
5. Internet, materiales digitales		1	2	3	4	5
6. Otro		1	2	3	4	5

En caso de responder todas negativas pase a la pregunta 27

**Recuerde:**  
Marque con una X para cada material de lectura  
Encierre en un círculo la respuesta, dada por el encuestado, para la frecuencia de lectura (13B)  
Sólo debe marcar una respuesta en la frecuencia de lectura para cada material

14

### ¿Cuántas horas al día le dedica a la lectura?

Horas

**Recuerde:**  
Soporte digital está referido a formatos CD, DVD, pendrive u otros y el electrónico a todo material de lectura de internet

15

### ¿Cuántas horas al día le dedica a la lectura?

1. Físico
2. Digital (en formato CD, DVD, otros)
3. Electrónico (internet)
4. Audio libro

Código

**Recuerde:**  
Soporte digital está referido a formatos CD, DVD, pendrive u otros y el electrónico a todo material de lectura de internet

### ANOTACIONES

---



---



---



---

16

### ¿Cuántos libros leyó en los últimos doce (12) meses?

1. Uno (1)
2. De 2 a 4
3. Entre 5 y 10
4. Entre 11 y 19
5. 20 o más
6. Ninguno

Código   **Recuerde:**

Pregunte la cantidad de libros que leyó en el último año

17

### ¿Qué géneros le gusta a usted leer?

1. Poesía
2. Narrativa (Novela/Cuento/Crónica)
3. Ensayo
4. Teatro/Dramaturgia
5. Biografía/Testimonio
6. Otro
7. Ninguno

Código   

Admite hasta 3 respuestas

**Recuerde:**

- Usted debe anotar en el recuadro el número correspondiente a la opción de respuesta
- Puede marcar desde una respuesta hasta un máximo de tres

Los géneros son las distintas categorías en las que se clasifican las obras literarias

18

### ¿Sobre cuáles temáticas le gusta leer?

- |                              |  |
|------------------------------|--|
| 1. Autoayuda                 | 9. Ciencia ficción                               |
| 2. Histórico/Político-Social | 10. Fantástica                                   |
| 3. Geografía                 | 11. Humor  |
| 4. Policial/Suspense         | 12. Cocina, jardinería, manualidades, decoración |
| 5. Aventuras                 | 13. Científico-técnico                           |
| 6. Filosofía/Psicología      | 14. Otras  |
| 7. Erótica                   | 15. Ninguna                                      |
| 8. Romántica                 |  |

Admite hasta 4 respuestas

**Recuerde:**

- Usted debe anotar en el recuadro el número correspondiente a la opción de respuesta
- Puede marcar desde una respuesta hasta un máximo de cuatro

Código    

19

### De las siguientes publicaciones, ¿cuáles lee usted regularmente?

- |                                 |                          |
|---------------------------------|--------------------------|
| 1. Periódicos nacionales        | 9. Revistas de farándula |
| 2. Periódicos regionales/locale | 10. Revistas eróticas    |
| 3. Periódicos deportivos        | 11. Revistas financieras |
| 4. Revistas culturales          | 12. Revistas hípicas     |
| 5. Revistas políticas           | 13. Revistas religiosas  |
| 6. Revistas económicas          | 14. Otra                 |
| 7. Revistas científicas         | 15. Ninguna              |
| 8. Revistas deportivas          |                          |

Admite hasta 4 respuestas

**Recuerde:**

Usted debe anotar en los recuadros el o los dígitos correspondientes a la o las respuestas dadas por el entrevistado

Código    **ANOTACIONES**


---



---



---



---

**20** ¿En qué idioma o lengua lee usted?

- |               |               |
|---------------|---------------|
| 1. Castellano | 8. Wayuu      |
| 2. Inglés     | 9. Warao      |
| 3. Francés    | 10. Kariña    |
| 4. Portugués  | 11. Yek'kuana |
| 5. Italiano   | 12. Pemón     |
| 6. Alemán     | 13. Otro      |
| 7. Chino      |               |

**Recuerde:**

- Se quiere indagar sobre el idioma o la lengua en la que el encuestado lee
- Puede marcar entre uno y tres opciones de respuesta

Código

Admite hasta 3 respuestas

**21** ¿En cuáles lugares suele leer Ud.?

1. En la casa
2. En el trabajo
3. En el transporte público
4. En bibliotecas
5. En librerías
6. Al aire libre
7. Otro

**Recuerde:**  
El encuestado puede seleccionar hasta tres opciones.  
Añote los códigos correspondientes

Código

Admite hasta 3 respuestas

**22** ¿En qué momento suele leer más?

1. En la mañana
2. En la tarde
3. En la noche
4. En la madrugada
5. Fin de semana
6. Días festivos

Código

Admite hasta 3 respuestas

**SECCIÓN VII. MOTIVOS Y LIMITACIONES PARA LEER**

**23** Usted lee por...

1. Placer
2. Pasatiempo
3. Estudio
4. Trabajo
5. Práctica religiosa
6. Otro

Código

Admite hasta 3 respuestas

**ANOTACIONES**

---



---



---



---

24

### Cuando usted elige un material de lectura lo hace fundamentalmente porque...

1. Le atrae el tema
2. Le atrae el título
3. Conoce el autor
4. Se lo recomendaron
5. Es útil para el trabajo/estudio
6. Lo publicaron en los medios
7. Ha recibido críticas o premios
8. Otra

Código **Recuerde:**

Lea las opciones de respuesta al encuestado y anote el código correspondiente

25

### Al momento de elegir el material de lectura, usted toma en cuenta las recomendaciones de...

1. Amigos/Familiares
2. Profesores
3. Libreros
4. Bibliotecarios
5. Publicidad
6. Personalidades de la actualidad (políticos, intelectuales, artistas, otros)
7. Otro
8. Ninguna

Código    **Recuerde:**

Lea las opciones de respuesta al encuestado  
Puede seleccionar entre una y cuatro opciones de respuesta  
Añote el o los códigos correspondientes

Admite hasta 4 respuestas

26

### ¿Qué es para usted la lectura?

1. Fuente de conocimiento profesional
2. Una actividad placentera
3. Fuente de conocimiento para la escuela
4. Fuente de conocimiento para la vida
5. Otra
6. No sabe/ No contesta

Código   **Recuerde:**

Puede seleccionar máximo tres opciones de respuesta

Admite hasta 3 respuestas

27

### ¿Cuáles son sus principales dificultades o limitaciones para leer?

1. No tiene facilidad para acceder a libros
2. No tiene acceso a revistas ni periódicos
3. No comprende todo lo que lee
4. No lee por limitaciones físicas (visión, motricidad, otra)
5. No encuentro los libros que me gustan
6. No tiene paciencia para leer
7. No le gusta leer
8. No tiene tiempo
9. No tiene acceso a internet
10. Ninguna dificultad o limitación
11. Otra

Código   **Recuerde:**

Puede seleccionar máximo tres opciones de respuesta

Admite hasta 3 respuestas

### ANOTACIONES

---



---



---



---

28

## ¿Cuál es la forma más frecuente por la que usted obtiene los materiales de lectura?

Admite hasta 3 respuestas por cada material de lectura  
Encierre en un círculo la o las respuestas

Material de lectura	Forma de obtención						
	Compras	Regalos	Intercambios	Préstamos	Bibliotecas	Internet	Donado por el Estado
1. Libros	1	2	3	4	5	6	7
2. Textos escolares	1	2	3	4	5	6	7
3. Revistas	1	2	3	4	5	6	7
4. Periódicos	1	2	3	4	5	6	7
5. Internet, digital	1	2	3	4	5	6	7
6. Otro	1	2	3	4	5	6	7

## Recuerde:

- Debe encerrar en un círculo la respuesta dada por el entrevistado de la forma en que obtiene los materiales de lectura
- El entrevistado puede obtener el material de lectura de diversas formas por lo cual puede marcar hasta tres opciones de respuesta en cada uno de ellos

29

## ¿Qué monto en bolívares invierte anualmente en la compra de libros que NO sean de texto escolar o de carácter académico?

Bs. \_\_\_\_\_

Recuerde:  
Debe colocar la cantidad en bolívares que el entrevistado indica

No sabe/no contesta 

30

## ¿Dónde compra los libros?

1. Librerías
2. Ferias del libro
3. Quioscos
4. Pedidos por internet
5. Vendedores de libros usados
6. Expoventas
7. Otro

Código   

Recuerde:  
El encuestado puede seleccionar como máximo tres opciones. Anote los códigos correspondientes

Admite hasta 3 respuestas

## ANOTACIONES

---



---



---



---

**31** ¿A qué tipo de biblioteca asiste con mayor frecuencia?

1. Nacional
2. Pública
3. Especializada
4. Sala de lectura comunal
5. Centro de Documentación
6. Universitaria/Escolar
7. Otra 33
8. Ninguna

33

**Recuerde:**

El encuestado puede seleccionar como máximo dos opciones. Anote los códigos correspondientes  
Si contesta "Ninguna" pase a la pregunta 33

Código

**32** Cuando va a la biblioteca por lo general consulta...

1. Libros
2. Periódicos
3. Revistas
4. Internet
5. Fotografía
6. Otro

Código

**Recuerde:**

Lea las diferentes opciones de respuesta al encuestado  
Puede seleccionar hasta tres opciones  
Anote los códigos correspondientes

Admite hasta 3 respuestas

**33** ¿Dónde hace usted uso de Internet con mayor frecuencia?

1. En su casa
2. En su trabajo
3. En la biblioteca
4. En un Infocentro
5. En un lugar de conexión a internet o cibercafé
6. Otro
7. No hace uso de internet

35

Código

**Recuerde:**

Usted debe anotar el lugar en el cual el entrevistado hace uso con mayor frecuencia de internet  
Si el encuestado contesta "No hace uso de internet" pase a la pregunta 35

**ANOTACIONES**

---

---

---

---

34

### ¿Cuál es el uso que da a internet y con qué frecuencia?

	Diario	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una o algunas veces al mes	Ocasionalmente	Nunca
1. Correo electrónico	1	2	3	4	5	6
2. Trabajar/estudiar	1	2	3	4	5	6
3. Chatear	1	2	3	4	5	6
4. Jugar	1	2	3	4	5	6
5. Oír música	1	2	3	4	5	6
6. Informarse de actividades	1	2	3	4	5	6
7. Leer libros digitalizados	1	2	3	4	5	6
8. Leer periódicos y revistas	1	2	3	4	5	6
9. Otro	1	2	3	4	5	6

**Recuerde:**

- Para el Estudio es importante determinar el uso que el entrevistado hace de internet así como la frecuencia con la que la utiliza
- Debe encerrar en un círculo la respuesta dada por el entrevistado. Una por cada uso que le da

35

### ¿Ha recibido algún libro obsequiado por el Estado?

- 1) Sí  
2) No → 38

**Recuerde:**

Si la respuesta es "NO" debe pasar a la pregunta 38

Código

36

### ¿Lo ha leído?

- 1) Sí  
2) No → 38

**Recuerde:**

Si el entrevistado indica haber leído el libro obsequiado por el Estado debe pasar a la pregunta 38

Código

37

### ¿Por qué no lo ha leído?

- 1) No le interesa el tema  
2) Es complejo  
3) Es muy extenso  
4) No ha tenido tiempo  
5) Otro

Código

Admite hasta 3 respuestas

**ANOTACIONES**

---



---



---

38

### ¿Cuál de las siguientes revistas conoce?

- 1) A Plena Voz
- 2) Arte de Leer
- 3) La Revuelta
- 4) Se Mueve
- 5) Poder Vivir
- 6) Así Somos
- 7) Memorias de Venezuela
- 8) La Roca de Crear
- 9) No conoce ninguna

**Recuerde:**  
Puede marcar hasta tres opciones de respuesta  
Debe leer al encuestado las diferentes opciones de respuesta

Código   

Admite hasta 3 respuestas

39

### ¿Conoce las Librerías del Sur?

- 1) Sí
- 2) No

41

Código 

**Recuerde:**  
Si la respuesta es "NO" debe pasar a la pregunta 41

40

### ¿Ha comprado algún material de lectura en las Librerías del Sur?

- 1) Sí
- 2) No

Código 

## SECCIÓN IX. PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS ESTATALES

41

### ¿Qué opina Ud. sobre la política del Estado de edición de libros y su distribución gratuita?

	SÍ	NO	NSNR
Está cumpliendo con la responsabilidad de motivar el hábito a la lectura			
Está favoreciendo el cambio sociocultural del pueblo			
Debería gastar estos recursos económicos en resolver problemas más importantes			
Está perjudicando a las personas y empresas que ganan dinero a través de la venta de libros			
Está considerando que la lectura es un derecho de todas las personas y lo asume como una responsabilidad			
Que la lectura es un problema que debe decidir y resolver cada persona			

**Recuerde:**

Es importante para el *Estudio* obtener información sobre la opinión de las personas acerca de estas afirmaciones. Intente, sin presionar, que el encuestado las responda

#### ANOTACIONES

---



---



---



---

42

**¿En cuáles de las siguientes misiones educativas usted estudia o ha estudiado?**

- 1) Misión Robinson I
- 2) Misión Robinson II
- 3) Misión Ribas
- 4) Misión Sucre
- 5) Misión Cultura
- 6) No ha participado en ninguna de las anteriores

Código

Admite hasta 3 respuestas

**SECCIÓN X. LECTURA Y TIEMPO LIBRE**

43

**¿Qué actividad prefiere realizar en su tiempo libre?**

- |                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| 1. Ver televisión                   | 9. Ir a la playa/al campo                         |
| 2. Asistir a actividades culturales | 10. Reunirse con los amigos/as                    |
| 3. Ir a bailar                      | 11. Hacer deportes o asistir a eventos deportivos |
| 4. Leer                             | 12. Visitar centros comerciales/hacer compras     |
| 5. Pintar                           | 13. Escuchar música/oir radio                     |
| 6. Escribir                         | 14. Navegar en internet                           |
| 7. Tocar un instrumento musical     | 15. Descansar                                     |
| 8. Ir al museo                      | 16. Otro  |

**Recuerde:**

Se trata de indagar las actividades que realiza el entrevistado en su tiempo libre. Puede seleccionar hasta cuatro opciones de respuesta.

Código

Acepta hasta 4 opciones de respuesta

44

**En comparación con hace tres años, ¿usted ahora lee?**

- 1) Más que antes
- 2) Igual que antes
- 3) Menos que antes

Código

45

**De los libros que usted ha leído, ¿cuál es el que más le ha gustado?**

**De los libros que usted ha leído, ¿cuál es el escritor que más le ha gustado?**

**Importante**

Solicite al entrevistado su número telefónico y dirección de correo electrónico

**ANOTACIONES**

---



---



---



---



# ESTUDIO DE COMPORTAMIENTO LECTOR, ACCESO AL LIBRO Y LA LECTURA 2011-2012

Esta encuesta tiene la finalidad de recabar información sobre los intereses y hábitos de lectura de las personas de 13 y más años de edad alfabetizadas que forman parte de su hogar. Esta información es confidencial y sólo se utilizará para mejorar los programas de lectura.

SECCIÓN I.		IDENTIFICACIÓN	
1. ENTIDAD FEDERAL		2. MUNICIPIO	
3. PARROQUIA		4. LOCALIDAD	
5. LOTE		6. SEGMENTO	
7. LÍNEA DE LA VIVIENDA			
SECCIÓN II.		CONTROL DE LA ENTREVISTA	
1. Fecha de la Entrevista	Día    Mes    Año <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	2. Hora de Inicio	Hora    Min. <input type="text"/> <input type="text"/>
3. Hora de Finalización	Hora    Min. <input type="text"/> <input type="text"/>		
SECCIÓN III.		DETERMINACIÓN DEL NÚMERO DE HOGARES	
<p>1. En esta vivienda vive habitualmente:</p> <p>1. Una persona <input type="checkbox"/> Pase a la Sección IV</p> <p>2. Una familia <input type="checkbox"/></p> <p>3. Dos o más grupos de personas <input type="checkbox"/></p>			
<p>2. ¿Esta(s) familia(s) o grupo(s) de personas mantienen gastos separados para comer?</p> <p>1.Sí <input type="checkbox"/> Estas personas forman un solo hogar.</p> <p>2.No <input type="checkbox"/> Pase a la Sección IV</p>			
<p>3. ¿Cuántas familias o grupos de personas mantienen gastos separados para comer?</p> <p>Nro _____</p> <p>Cada una de estas familias o grupos de personas forman hogares separados.</p> <p>Sólo se encuestará a las personas de su hogar o grupo familiar.</p> <p>Pase a la Sección IV</p>			
<p>Código <input type="checkbox"/></p> <p>Código <input type="checkbox"/></p>			

SECCIÓN IV.

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LOS MIEMBROS DEL HOGAR

Identifique con un círculo el número de línea de las personas a ser encuestadas (13 años y más, alfabetizadas). Recuerde que debe entrevistar hasta cuatro (4) personas por hogar como máximo.

## SECCIÓN V.

## ESTRATIFICACIÓN SOCIAL

**7** ¿Cuál es la profesión del jefe o jefa de su hogar?

1. Profesión universitaria, alto comerciante con posiciones gerenciales, oficiales de las FAN
2. Profesión técnica o medianos comerciantes o productores
3. Empleados sin profesión universitaria o técnica media, pequeños comerciantes o productores propietarios
4. Obreros especializados (tractoristas, choferes, albariles, etc.)
5. Obreros no especializados (buhoneros, jornaleros, barrenderos, servicio doméstico, amas de casa)

Código

**8**

¿Cuál es la principal fuente de ingreso del hogar?

1. Fortuna heredada o adquirida
2. Ganancias, beneficios, honorarios profesionales
3. Sueldo mensual o quincenal
4. Salario semanal, por día o por tarea a destajo
5. Donaciones de origen público o privado

Código

**9**

¿Cuáles son las condiciones de la vivienda?

1. Viviendas con óptimas condiciones sanitarias, ambientes de lujo.
2. Viviendas con óptimas condiciones sanitarias, en ambientes sin lujo pero espaciosas.
3. Viviendas con buenas condiciones sanitarias en espacios reducidos.
4. Viviendas con ambientes espaciosos o reducidos y con deficiencias en algunas condiciones sanitarias.
5. Rancho o vivienda con condiciones sanitarias inadecuadas.

Código

**SECCIÓN VI.**  
Solo para personas alfabetizadas de 13 años o más

**10**

TIPO, FRECUENCIA Y PRÁCTICA DE LA LECTURA

Nro de línea del miembro del hogar

**11**

¿Algun miembro de su grupo familiar le lee o le leía?

**12**

Usted, qué lee y con qué frecuencia lo hace:

Material de lectura	13A			13B Frecuencia de lectura
	Si	No	Varias veces a la semana	
1. Libros	1	2	3	4
2. Textos escolares	1	2	3	4
3. Revistas	1	2	3	4
4. Periódicos	1	2	3	4
5. Internet, materiales digitales	1	2	3	4
6. Otro	1	2	3	4

Código

No recuerda

**13**

Solo para los casos afirmativo

Encierre en un círculo la respuesta para la 13 B

1. Viviendas con óptimas condiciones sanitarias, ambientes de lujo.
2. Viviendas con óptimas condiciones sanitarias, en ambientes sin lujo pero espaciosas.
3. Viviendas con buenas condiciones sanitarias en espacios reducidos.
4. Viviendas con ambientes espaciosos o reducidos y con deficiencias en algunas condiciones sanitarias.
5. Rancho o vivienda con condiciones sanitarias inadecuadas.

Código

**14**

¿Cuántas horas al día dedica a la lectura?

**15**

¿En qué soporte le gusta leer más?

**16**

¿Cuántos libros leyó en los últimos doce (12) meses?

**17**

¿Qué géneros le gusta leer a usted?

**18**

Admite hasta 3 respuestas

**19**

Código

**20**

Admite hasta 3 respuestas

**21**

Código

**22**

Admite hasta 3 respuestas

**23**

Código

**24**

Admite hasta 3 respuestas

**25**

Código

**26**

Admite hasta 3 respuestas

**27**

Código

**28**

Admite hasta 3 respuestas

**29**

Código

**30**

Admite hasta 3 respuestas

**31**

Código

**32**

Admite hasta 3 respuestas

**33**

Código

**34**

Admite hasta 3 respuestas

**35**

Código

**36**

Admite hasta 3 respuestas

**37**

Código

**38**

Admite hasta 3 respuestas

**39**

Código

**40**

Admite hasta 3 respuestas

**41**

Código

**42**

Admite hasta 3 respuestas

**43**

Código

**44**

Admite hasta 3 respuestas

**45**

Código

**46**

Admite hasta 3 respuestas

**47**

Código

**48**

Admite hasta 3 respuestas

**49**

Código

**50**

Admite hasta 3 respuestas

**51**

Código

**52**

Admite hasta 3 respuestas

**53**

Código

**54**

Admite hasta 3 respuestas

**55**

Código

**56**

Admite hasta 3 respuestas

**57**

Código

**58**

Admite hasta 3 respuestas

**59**

Código

**60**

Admite hasta 3 respuestas

**61**

Código

**62**

Admite hasta 3 respuestas

**63**

Código

**64**

Admite hasta 3 respuestas

**65**

Código

**66**

Admite hasta 3 respuestas

**67**

Código

**68**

Admite hasta 3 respuestas

**69**

Código

**70**

Admite hasta 3 respuestas

**71**

Código

**72**

Admite hasta 3 respuestas

**73**

Código

**74**

Admite hasta 3 respuestas

**75**

Código

**76**

Admite hasta 3 respuestas

**77**

Código

**78**

Admite hasta 3 respuestas

**79**

Código

**80**

Admite hasta 3 respuestas

**81**

Código

**82**

Admite hasta 3 respuestas

**83**

Código

**84**

Admite hasta 3 respuestas

**85**

Código

**86**

Admite hasta 3 respuestas

**87**

Código

**88**

Admite hasta 3 respuestas

**89**

Código

**90**

Admite hasta 3 respuestas

**91**

Código

**92**

Admite hasta 3 respuestas

**93**

Código

**94**

Admite hasta 3 respuestas

**95**

Código

**96**

Admite hasta 3 respuestas

**97**

Código

**98**

Admite hasta 3 respuestas

**99**

Código

**100**

Admite hasta 3 respuestas

**101**

Código

**102**

Admite hasta 3 respuestas

**103**

Código

**104**

Admite hasta 3 respuestas

**105**

Código

**106**

Admite hasta 3 respuestas

**107**

Código

**108**

Admite hasta 3 respuestas

**109**

Código

**110**

Admite hasta 3 respuestas

**111**

Código

**112**

Admite hasta 3 respuestas

**113**

Código

**114**

Admite hasta 3 respuestas

**115**

Código

**116**

Admite hasta 3 respuestas

**117**

Código

**118**

Admite hasta 3 respuestas

**119**

Código

**120**

Admite hasta 3 respuestas

**121**

Código

**122**

Admite hasta 3 respuestas

**123**

Código

**124**

Admite hasta 3 respuestas

**125**

Código

**126**

Admite hasta 3 respuestas

**127**

Código

**128**

Admite hasta 3 respuestas

**129**

Código

**130**

Admite hasta 3 respuestas

**131**

Código

**132**

Admite hasta 3 respuestas

**133**

Código

**134**

Admite hasta 3 respuestas

**135**

**18** ¿Sobre cuáles temáticas le gusta leer?

1. Autoayuda
2. Histórico/Político-Social
3. Geografía
4. Policiaco/Suspense/Terror
5. Aventuras
6. Filosofía/Psicología
7. Erótica
8. Romántica
9. Ciencia ficción
10. Fantástica
11. Humor
12. Cocina, jardinería, manualidades, decoración
13. Científico-técnico
14. Otras
15. Ninguna

Admite hasta 4 respuestas

Código

**19** De las siguientes publicaciones, ¿cuáles lee Ud. Regularmente?

1. Periódicos nacionales
2. Periódicos regionales/locales
3. Periódicos deportivos
4. Revistas culturales
5. Revistas políticas
6. Revistas económicas
7. Revistas científica
8. Revistas deportivas
9. Revistas de farándula
10. Revistas eróticas
11. Revistas financieras
12. Revistas hípicas
13. Revistas religiosas
14. Otra
15. Ninguna

Admite hasta 4 respuestas

Código

**20** ¿En qué idioma o lengua lee usted?

1. Castellano
2. Inglés
3. Francés
4. Portugués
5. Italiano
6. Alemán
7. Chino
8. Wayuu
9. Warao
10. Karifia
11. Yek'kuana
12. Pemon
13. Otro
14. Ninguna

Admite hasta 3 respuestas

Código

**21** ¿En cuáles lugares suele leer Ud.?

1. En la casa
2. En el trabajo
3. En el transporte público
4. En bibliotecas
5. En librerías
6. Al aire libre
7. Otro

Admite hasta 3 respuestas

Código

**22** ¿En qué momento suele leer más?

1. En la mañana
2. En la tarde
3. En la noche
4. En la madrugada
5. Fin de semana
6. Días festivos

Admite hasta 3 respuestas

Código

**MOTIVOS Y LIMITACIONES PARA LEER****23** Usted lee por...

Cuando Ud. elige un material de lectura, lo hace fundamentalmente porque...

1. Placer
2. Pasatiempo
3. Estudio
4. Trabajo
5. Práctica religiosa
6. Otros
7. Le atrae el tema
8. Le atrae el título
9. Conoce el autor
10. Se lo recomendaron
11. Es útil para el trabajo/estudio
12. Lo publicitaron en los medios
13. Ha recibido críticas o premios
14. Otra

Admite hasta 3 respuestas

Código

**24** Al momento de elegir el material de lectura, usted toma en cuenta las recomendaciones de...Amigos/Familiares  
Profesores  
Libreros  
Bibliotecarios  
Publicidad  
Personalidades de la actualidad (políticos, intelectuales, artistas, otros)  
Otro  
Ninguna

Admite hasta 3 respuestas

Código

**25** ¿Qué es para usted la lectura?

1. Fuerza de conocimiento profesional
2. Una actividad placentera
3. Fuerza de conocimiento para la escuela
4. Fuerza de conocimiento para la vida
5. Otra
6. No sabe/ No contesta

Admite hasta 3 respuestas

Código

**26** ¿Cuáles son sus principales dificultades o limitaciones para leer?

1. No tiene facilidad para acceder a libros periódicos
2. No tiene acceso a revistas ni periódicos
3. No comprende todo lo que lee
4. No lee por limitaciones físicas (visión, motricidad, otra)
5. No encuentra los libros que me gustan
6. No tiene paciencia para leer
7. No le gusta leer
8. No tiene tiempo
9. No tiene acceso a internet
10. Ninguna dificultad o limitación
11. Otra

Admite hasta 3 respuestas

Código

Admite hasta 3 respuestas

Código

**SECCIÓN VIII.**

**ACCESO A LA LECTURA**

**28 Cuál es la forma(s) más frecuente por la que usted obtiene los materiales de lectura:**

Admite hasta 3 respuestas por cada material de lectura  
Encierre en un círculo la o las respuestas

Material de lectura	Forma de obtención								
	Compras	Regalos	Intercambios	Préstamos	Bibliotecas	Internet	Donado por el Estado	Donado por el Estado	Donado por el Estado
1. Libros	1	2	3	4	5	6	7		
2. Textos escolares	1	2	3	4	5	6	7		
3. Revistas	1	2	3	4	5	6	7		
4. Periódicos	1	2	3	4	5	6	7		
5. Internet, digital	1	2	3	4	5	6	7		
6. Otro	1	2	3	4	5	6	7		

**Dónde compra los libros:**

- 1. Librerías
- 2. Ferias del libro
- 3. Quioscos
- 4. Pedidos por Internet
- 5. Vendedores de libros usados
- 6. Exposiciones
- 7. Otro

Admite hasta 3 respuestas

Código

No sabe/no contesta

**¿Qué monto en bolívares invierte anualmente en la compra de libros que NO sean textos escolares o de carácter académico?**

Bs. \_\_\_\_\_

Categoría	Diario	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una o algunas veces al mes	Ocasionalmente	Nunca
	1	2	3	4	5	6
1. Correo electrónico	1	2	3	4	5	6
2. Trabajar/estudiar	1	2	3	4	5	6
3. Chatear	1	2	3	4	5	6
4. Jugar	1	2	3	4	5	6
5. Oír música	1	2	3	4	5	6
6. Informarse de actividades	1	2	3	4	5	6
7. Leer libros digitalizados	1	2	3	4	5	6
8. Leer periódicos y revistas	1	2	3	4	5	6
9. Otro	1	2	3	4	5	6

Admite hasta 3 respuestas

Código

Código

Código

**¿A qué tipo de biblioteca asiste con mayor frecuencia?**

- 1. Nacional
- 2. Pública
- 3. Especializada
- 4. Sala de Lectura Comunal
- 5. Centro de documentación
- 6. Universitaria/ Escolar
- 7. Otra
- 8. Ninguna

Admite hasta 3 respuestas

33 Código

34 Código

35 Código

**¿Dónde hace usted uso de Internet con mayor Frecuencia?**

- 1. En su casa
- 2. En su trabajo
- 3. En la biblioteca
- 4. En un Infocentro
- 5. En un lugar de conexión o cibercafé
- 6. Otro
- 7. No hace uso de Internet

36 Código

37 Código

38 Código

**¿Cuándo usted va a la biblioteca por lo general consulta...**

- 1. Libros
- 2. Periódicos
- 3. Revistas
- 4. Internet
- 5. Fotografía
- 6. Otro

Admite hasta 3 respuestas

39 Código

40 Código

41 Código

**¿Cuál es el uso que usted le da a Internet y con qué frecuencia:**

Categoría	Diario	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una o algunas veces al mes	Ocasionalmente	Nunca
	1	2	3	4	5	6
1. Correo electrónico	1	2	3	4	5	6
2. Trabajar/estudiar	1	2	3	4	5	6
3. Chatear	1	2	3	4	5	6
4. Jugar	1	2	3	4	5	6
5. Oír música	1	2	3	4	5	6
6. Informarse de actividades	1	2	3	4	5	6
7. Leer libros digitalizados	1	2	3	4	5	6
8. Leer periódicos y revistas	1	2	3	4	5	6
9. Otro	1	2	3	4	5	6

Admite hasta 3 respuestas

Código

No sabe/no contesta

**Dónde compra los libros:**

- 1. Librerías
- 2. Ferias del libro
- 3. Quioscos
- 4. Pedidos por Internet
- 5. Vendedores de libros usados
- 6. Exposiciones
- 7. Otro

Admite hasta 3 respuestas

Código

41

**¿Qué opina Ud. sobre la política del Estado de edición de libros y su distribución gratuita?**

	Sí	No	N S/NR
<b>Está cumpliendo con la responsabilidad de motivar el hábito a la lectura</b>			
<b>Está favoreciendo el cambio sociocultural del pueblo</b>			
<b>Debería gastar estos recursos económicos en resolver problemas más importantes</b>			
<b>Está perjudicando a las personas y empresas que ganan dinero a través de la venta de libros</b>			
<b>Está considerando que la lectura es un derecho de todas las personas y lo asume como una responsabilidad</b>			
<b>Que la lectura es un problema que debe decidir y resolver cada persona</b>			

42

**¿En cuáles de las siguientes misiones educativas usted estudia o ha estudiado?**

- 1. Misión Robinson I
- 2. Misión Robinson II
- 3. Misión Ribas
- 4. Misión Sucre
- 5. Misión Cultura
- 6. No ha participado en ninguna de las anteriores

Acepta hasta 3 respuestas

Código

## SECCIÓN X.

43

**¿Qué actividad prefiere realizar en su tiempo libre?**

- 1. Ver televisión
- 2. Asistir a actividades culturales
- 3. Ir a bailar
- 4. Leer
- 5. Pintar
- 6. Escribir
- 7. Tocar instrumento musical
- 8. Ir al Museo
- 9. Ir a la playa/al campo
- 10. Reunirse con los amigos/as
- 11. Hacer deportes o asistir a eventos deportivos
- 12. Visitar centros comerciales/hacer compras
- 13. Escuchar música/oir radio
- 14. Navegar en Internet
- 15. Descansar
- 16. Otro

Aadmite hasta 4 respuestas

Código

## LECTURA Y TIEMPO LIBRE

44

**En comparación con hace tres años, ¿usted ahora lee?**

- 1. Más que antes
- 2. Igual que antes
- 3. Menos que antes

45

**De los libros que usted ha leído, ¿cuál es el escritor que más le ha gustado?**

46

## OBSERVACIONES

Nro. de teléfono:

Correo electrónico:

## SECCIÓN I.

## IDENTIFICACIÓN

1. ENTIDAD FEDERAL
2. MUNICIPIO
3. PARROQUIA
4. LOCALIDAD
5. LOTE
6. SEGMENTO
7. LÍNEA DE LA VIVIENDA

## Sólo para personas alfabetas de 13 años o más

## SECCIÓN VI.

## Cuestionario

Nro. de línea del miembro del hogar

## TIPO, FRECUENCIA Y PRÁCTICA DE LA LECTURA

10	¿A qué edad aprendió a leer?	11	¿Algún miembro de su grupo familiar le lee o le leía?	12	¿Qué miembro de su grupo familiar le lee o le leía?	13	Usted, ¿qué lee y con qué frecuencia lo hace?	13A	13B	Frecuencia de lectura	13 C	En círculo la respuesta para la 13 B
								Material de lectura	Si			
Solo para los casos afirmativo												
1. Libros	1		2	3	4	5						
2. Textos escolares	1		2	3	4	5						
3. Revistas	1		2	3	4	5						
4. Periódicos	1		2	3	4	5						
5. Internet, materiales digitales	1		2	3	4	5						
6. Otro	1		2	3	4	5						

No recuerda Código Código 

En caso de responder todas negativas pase a la pregunta 27

15 ¿Cuántas horas al día dedica a la lectura?  
 1. Físico  
 2. Digital (en formato CD,DVD, etc.)  
 3. Electrónico (Internet)  
 4. Audio libro

Horas Código 

16

16 ¿Cuántos libros leyó en los últimos doce (12) meses?  
 1. Uno (1)  
 2. De 2 a 4  
 3. De 5 a 10  
 4. De 11 a 19  
 5. 20 o más  
 6. Ninguno

En caso de responder todas negativas pase a la pregunta 27

17 ¿Qué géneros le gusta a usted leer?  
 1. Poesía  
 2. Narrativa (Novela/Cuento/Crónica)  
 3. Ensayo  
 4. Teatro/Dramaturgia  
 5. Biografía/Testimonio  
 6. Otro  
 7. Ninguno

En caso de responder todas negativas pase a la pregunta 27

18 Código   
 Admite hasta 3 respuestas

Código 

19 Código

Código 

20 Código

Código

**SECCIÓN VI. Cont.**

**TIPO, FRECUENCIA Y PRÁCTICA DE LA LECTURA**

18	<b>Sobre cuáles temáticas le gusta leer:</b>	<b>19</b>	<b>De las siguientes publicaciones, cuáles lee Ud. regularmente:</b>	<b>20</b>	<b>¿En qué idioma o lengua lee usted?</b>	<b>21</b>	<b>En cuáles lugares suele leer Ud.:</b>	<b>22</b>	<b>En qué momento suele leer más:</b>	
		1. Periódicos nacionales 2. Periódicos regionales/locales 3. Periódicos deportivos 4. Revistas culturales 5. Revistas políticas 6. Revistas económicas 7. Revistas científica 8. Revistas deportivas 9. Revistas de farándula 10. Revistas eróticas 11. Revistas financieras 12. Revistas hípicas 13. Revistas religiosas 14. Otra 15. Ninguna	1. Castellano 2. Inglés 3. Francés 4. Portugués 5. Italiano 6. Alemán 7. Chino 8. Wayuu 9. Warao 10. Kariña 11. Yek'kuana 12. Pemón 13. Otro	1. En la casa 2. En el trabajo 3. En el transporte público 4. En bibliotecas 5. En librerías 6. Al aire libre 7. Otro	1. En la mañana 2. En la tarde 3. En la noche 4. En la madrugada 5. Fin de semana 6. Días festivos					
19	<b>Usted lee por...</b>	<b>23</b>	<b>Cuando Ud. elige un material de lectura lo hace fundamentalmente porque...</b>	<b>24</b>	<b>Al momento de elegir el material de lectura, usted toma en cuenta las recomendaciones de...</b>	<b>25</b>	<b>¿Qué es para usted la lectura?</b>	<b>26</b>	<b>¿Cuáles son sus principales dificultades o limitaciones para leer?</b>	
		1. Placer 2. Pasatiempo 3. Estudio 4. Trabajo 5. Práctica religiosa 6. Otros	1. Le atrae el tema 2. Le atrae el título 3. Conoce el autor 4. Se lo recomendaron 5. Es útil para el trabajo/estudio 6. Lo publicitaron en los medios 7. Ha recibido críticas o premios 8. Otra	1. Amigos/Familiares 2. Profesores 3. Libreros 4. Bibliotecarios 5. Publicidad 6. Personalidades de la actualidad (políticos, intelectuales, artistas, otros) 7. Otro 8. Ninguna	1. Fuente de conocimiento profesional 2. Una actividad placentera 3. Fuente de conocimiento para la escuela 4. Fuente de conocimiento para la vida 5. Otra 6. No sabe/ No contesta	1. No tiene facilidad para acceder a libros 2. No tiene acceso a revistas ni periódicos 3. No comprende todo lo que lee 4. No lee por limitaciones físicas (visión, motricidad, otra) 5. No encuentra los libros que me gustan 6. No tiene paciencia para leer 7. No le gusta leer 8. No tiene tiempo 9. No tiene acceso a internet 10. Ninguna dificultad o limitación 11. Otra	<b>Admite hasta 3 respuestas</b>	<b>Admite hasta 3 respuestas</b>	<b>Admite hasta 3 respuestas</b>	
<b>SECCIÓN VII.</b>		<b>27</b>	<b>MOTIVOS Y LIMITACIONES PARA LEER</b>							

**SECCIÓN VIII.**

**ACCESO A LA LECTURA**

28 ¿Cuál es la forma(s) más frecuente por la que usted obtiene los materiales de lectura?

Admite hasta 3 respuestas  
Encírelas en un círculo la o las respuestas

Material de lectura	Compras	Regalos	Intercambios	Préstamos	Bibliotecas	Internet	Donado por el Estado
1. Libros	1	2	3	4	5	6	7
2. Textos escolares	1	2	3	4	5	6	7
3. Revistas	1	2	3	4	5	6	7
4. Periódicos	1	2	3	4	5	6	7
5. Internet, digital	1	2	3	4	5	6	7
6. Otro	1	2	3	4	5	6	7

¿Dónde compra los libros?

- 1. Librerías
- 2. Ferias del libro
- 3. Quioscos
- 4. Pedidos por Internet
- 5. Vendedores de libros usados
- 6. Exposiciones
- 7. Otro.

Admite hasta 3 respuestas

31 ¿A qué tipo de biblioteca asiste con mayor frecuencia?

1. Nacional
2. Pública
3. Especializada
4. Sala de Lectura Comunal
5. Centro de documentación Universitaria/ Escolar
6. Otra
7. Ninguna → 33

Admite hasta 3 respuestas

Código

32 Cuando usted va a la biblioteca por lo general consulta...

1. Libros
2. Periódicos
3. Revistas
4. Internet
5. Fotografía
6. Otro

Admite hasta 3 respuestas

Código

33 ¿Dónde hace usted uso de Internet con mayor Frecuencia?

1. En su casa
2. En su trabajo
3. En la biblioteca
4. En un Infocentro
5. En un lugar de conexión o cibercafé
6. Otro
7. No hace uso de internet ↓

35 Código

34 ¿Cuál es el uso que usted le da a Internet y con qué frecuencia?

	Diario	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Unas o algunas veces al mes	Ocasionalmente	Nunca
1. Comeo electrónico	1	2	3	4	5	6
2. Trabajar/ estudiar	1	2	3	4	5	6
3. Chatear	1	2	3	4	5	6
4. Jugar	1	2	3	4	5	6
5. Oír música	1	2	3	4	5	6
6. Informarse de actividades	1	2	3	4	5	6
7. Leer libros digitalizados	1	2	3	4	5	6
8. Leer periódicos y revistas	1	2	3	4	5	6
9. Otro	1	2	3	4	5	6

36 ¿Cuál de las siguientes revistas conoce?

1. A Plena Voz
2. Arte de Leer
3. La Revuelta
4. Se Mueve
5. Poder Vivir
6. Así Somos
7. Memorias de Venezuela
8. La Roca de Crear
9. No conoce ninguna

Admite hasta 3 respuestas

Código

37 ¿Por qué no lo ha leído?

1. No le interesa el tema
2. Es complejo
3. Es muy extenso
4. No ha tenido tiempo
5. Otro.

1. Sí → 38  
2. No

38 ¿Dónde compra los libros?

- 1. Sí
- 2. No

41 Código

39 ¿Conoce las Librerías del Sur?

1. Sí
2. No

40 Código

41 ¿Ha comprado algún material de lectura en las Librerías del Sur?

- 1. Sí
- 2. No

42 Código

## SECCIÓN IX.

## PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS ESTATALES

41

¿Qué opina Ud. sobre la política del Estado de edición de libros y su distribución gratuita?

	SÍ	NO	N S/NR
Está cumpliendo con la responsabilidad de motivar el hábito a la lectura			
Está favoreciendo el cambio sociocultural del pueblo			
Debería gastar estos recursos económicos en resolver problemas más importantes			
Está perjudicando a las personas y empresas que ganan dinero a través de la venta de libros			
Está considerando que la lectura es un derecho de todas las personas y lo asume como una responsabilidad			
Que la lectura es un problema que debe decidir y resolver cada persona			

42

¿En cuáles de las siguientes misiones educativas usted estudia o ha estudiado?

1. Misión Robinson I  
2. Misión Robinson II  
3. Misión Ribas  
4. Misión Sucre  
5. Misión Cultura  
6. No ha participado en ninguna de las anteriores

Acepta hasta 3 respuestas

Código 

## SECCIÓN X.

43

¿Qué actividad prefiere realizar en su tiempo libre?

1. Ver televisión  
2. Asistir a actividades culturales  
3. Ir a bailar  
4. Leer  
5. Pintar  
6. Escribir

Admite hasta 4 respuestas

7. Tocar instrumento musical  
8. Ir al museo  
9. Ir a la playa/al campo  
10. Reunirse con los amigos/as  
11. Hacer deportes o asistir a eventos deportivos  
12. Visitar centros comerciales/hacer compras  
13. Escuchar música/oir radio  
14. Navegar en internet  
15. Descansar  
16. Otro

Código 

## LECTURA Y TIEMPO LIBRE

44

En comparación con hace tres años, usted ahora lee...

1. Más que antes  
2. Igual que antes  
3. Menos que antes

45

De los libros que usted ha leído, ¿cuál es el escritor que más le ha gustado?

Nro. de teléfono

Correo electrónico:

## OBSERVACIONES



## BIBLIOGRAFÍA

---

- Álvarez, D. (2006). *Seis ensayos para una bibliotecología de la lectura*. Medellín, Colombia. [Trabajo presentado para optar a la categoría de Profesor Asociado. Escuela Interamericana de Bibliotecología Universidad de Antioquia].
- Bourdieu P., R. Chartier (2011). La lectura una práctica cultural. *El sentido social del gusto*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno editores, p. 258 y 254.
- Calzadilla, Juan Antonio (2007). *Simón Rodríguez y la lectura de las ideas*. Caracas: Especial Chimborazo N 3.
- Centro Nacional del Libro-Instituto Nacional de Estadística (2006). *Estudio sobre comportamiento lector y acceso al libro en Venezuela*. Caracas, Mimeo.
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América y el Caribe (Cerlalc). (2007); (2011). *Metodología común para explorar y medir el comportamiento lector*.
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina, el Caribe, España y Portugal (Cerlalc). (2008). *El espacio iberoamericano del libro*. Fundación Grupo Iberoamericano de Editores, GIE. Cap. 7.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2006). *Encuesta nacional de lectura*. México.
- Comisión Interministerial. República Bolivariana de Venezuela (Febrero, 2009). *Plan revolucionario de lectura. Primera guía teórica-práctica para promotores y promotoras*.
- Crivisqui, Eduardo y Gretel Villamonte (1994). *Plan de presentación análisis factorial de correspondencias simples y múltiples*. (s/l). Editorial Presta.
- Freire, P. (2008). *La importancia de leer y el proceso de liberación*. México: Siglo XXI editores.
- Fundación la Fuente (2006). *Chile y los libros. Índice de lectura y compra de libros*.
- Instituto Pró-Livro-Observatório do Livro e da Leitura (2007). *Retratos da leitura no Brasil*.
- Méndez MC. *Metodología de Investigación Social Graffar - Méndez Castellano*. Fundacredesa, MSAS y OMS. Caracas. 1999.
- Ministerio Ministério da Educação (Septiembre de 2007). *A leitura em Portugal*.
- Ministerio de Cultura de España (2010). *Hábitos de lectura y compra de libros en España*. 1er Cuatrimestre. Mayo, 2010.
- Ministerio de Educación de Argentina (2001). *Encuesta nacional de lectura y uso del libro. Informe final*.
- Ramírez Leyva, Elsa Margarita. Sociología de la lectura. (2005). Vol.19, 39 pp. 199-206. [Recuperado en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-358X2005000200013&lng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2005000200013&lng=es)]
- Robledo, Beatriz (sf). Alcances y limitaciones de las encuestas sobre la lectura. Cerlalc (mimeo).
- Uribe, R. y Barrero, J. (2008). Comportamiento lector y consumo de libros en Iberoamérica. *El espacio iberoamericano del libro*. Sao Paulo: Cerlalc y GIE.
- Yubero J., Santiago, Larrañaga R., Elisa (2010). El valor de la lectura en relación con el comportamiento lector. Un estudio sobre hábitos lectores y estilo de vida en niños. *Ocnos: Revista de Estudios sobre Lectura*, 6, pp. 7-20. Universidad de Castilla-La Mancha. Cuenca, España.

## **ANEXOS**

Asesorías Goya 99 está integrado por un grupo multidisciplinario de profesionales con sólida formación y amplia experiencia en docencia e investigación en el área social, demográfica y estadística. Goya 99 ha realizado diversos proyectos orientados a la descripción y análisis de procesos sociales relevantes de la política social y al seguimiento y evaluación de estos mediante metodologías cuantitativas y cualitativas

### **Brenda Yépez**

Doctorado Europeo en Demografía y Master en Estudios Territoriales y de la Población por la Universidad Autónoma de Barcelona-España. Especialización en Análisis de Datos en Ciencias Sociales por la Universidad Central de Venezuela. Investiga temas de dinámica de la población, proyecciones de población y derivadas de hogares entre otras.

### **Leticia Caraballo**

Licencia en Psicología (UCV), Ms. en Gerencia de Recursos Humanos (UCAB). Asesora con más de 20 años de experiencia en diversos proyectos del área de Psicología Social y Organizacional, Estudios de Opinión Pública, Estudios de Mercado y Estadística Aplicada. Consultora en distintos proyectos de investigación cuantitativa y cualitativa tanto para Instituciones del sector público como Empresas del sector privado

### **Jealemy Millán**

Licenciada en Ciencias Estadísticas por la UCV. Especialista en Estadística en el Programa Integrado de Postgrado en Estadística de la UCV. Experiencia profesional en investigaciones de tipo social.

### **Irene Gurrea Conde**

Licenciada en Ciencias Estadísticas por la UCV. Postgrado en Análisis de Datos y Política Económica. Profesora de Estadística y Econometría en las Escuelas de Sociología y Economía de la UCV. Experiencia profesional en investigaciones estadísticas aplicadas a Ciencias Sociales: Encuesta de caracterización de la fuerza de trabajo, evaluación de programas sociales, encuesta nacional de alfabetismo, medición de efectos y caracterización de microcréditos.

### **Patricia Yáñez**

Licenciada en Bioestadística. Postgrado en Estadística. Experiencia profesional en docencia e investigación en el área social. Profesora en la Escuela de Sociología de la UCV. Experiencia en la formulación y ejecución de proyectos para la evaluación de programas sociales, desarrollo de sistemas de información estadísticos y promoción de la investigación.

## **ÍNDICE DE CUADROS**

- Cuadro 1.** Ponderaciones del estrato social por el método Graffar modificado /pág.16
- Cuadro 2.** Dominios de estudio /pág.18
- Cuadro 3.** Tamaño de la muestra por dominio /pág. 20
- Cuadro 4.** Dimensiones y variables en estudio /pág. 22
- Cuadro 5.** Porcentaje de No Respuesta según dominio /pág. 24
- Cuadro 6.** Población según lectura de algún tipo de publicación /pág. 26
- Cuadro 7.** Población según tipo de publicación y lectura /pág. 28
- Cuadro 8.** Población según lectura de periódicos y revistas /pág. 29
- Cuadro 9.** Población por lectura de algún tipo de publicación según estrato social /pág. 30
- Cuadro 10.** Población por lectura de algún tipo de publicación según edad /pág. 31
- Cuadro 11.** Población por lectura de algún tipo de publicación según nivel educativo /pág. 32
- Cuadro 12.** Población por lectura de algún tipo de publicación según sexo /pág. 33
- Cuadro 13.** Población por dominio según lectura de algún tipo de publicación /pág. 34
- Cuadro 14.** Población por dominio según el tipo de publicación que lee /pág. 35
- Cuadro 15.** Población según idioma que lee /pág. 35
- Cuadro 16.** Población según lugar de lectura /pág. 36
- Cuadro 17.** Población según momento del día que dedica a la lectura /pág. 37
- Cuadro 18.** Población por frecuencia de lectura según tipo de publicación /pág. 38
- Cuadro 19.** Medidas de resumen del tiempo de lectura (en minutos) /pág. 39
- Cuadro 20.** Población según cantidad de libros leídos en los últimos 12 meses /pág. 40
- Cuadro 21.** Medidas de resumen de la cantidad de libros leídos en los últimos 12 meses /pág. 41
- Cuadro 22.** Población por sexo según preferencia de género literario /pág. 41
- Cuadro 23.** Población según preferencia temática /pág. 42
- Cuadro 24.** Población según preferencia por soporte para leer /pág. 43
- Cuadro 25.** Población según finalidad de la lectura /pág. 45
- Cuadro 26.** Población según criterio de selección de la lectura /pág. 45
- Cuadro 27.** Población según criterio externo de selección de la lectura /pág. 46
- Cuadro 28.** Población según representación social de la lectura /pág. 47
- Cuadro 29.** Población según forma de acceso a los materiales de la lectura /pág. 49
- Cuadro 30.** Población según existencia de dificultades o limitaciones en la lectura /pág. 49
- Cuadro 31.** Población según lugar de compra de libros /pág. 50
- Cuadro 32.** Medidas de resumen del monto en bolívares invertido en la compra de libros /pág. 51
- Cuadro 33.** Población según tipo de biblioteca a la que asiste /pág. 51
- Cuadro 34.** Población que asiste a la biblioteca según consulta /pág. 52
- Cuadro 35.** Población según lugar de uso de internet /pág. 53
- Cuadro 36.** Población según si ha recibido libro donado por el Estado /pág. 55
- Cuadro 37.** Población que ha leído el libro donado por el Estado /pág. 56
- Cuadro 38.** Población según razón por la que no ha leído el libro donado por el Estado /pág. 56
- Cuadro 39.** Población según conocimiento de las revistas del Sistema Masivo de Revistas /pág. 57
- Cuadro 40.** Población según conocimiento de las Librerías del Sur /pág. 58
- Cuadro 41.** Población que conoce las Librerías del Sur según si ha comprado /pág. 59
- Cuadro 42.** Población según opinión acerca de la política de distribución gratuita de libros /pág. 61
- Cuadro 43.** Población según percepción de cambios en el hábito de lectura durante los tres últimos años /pág. 62

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

- Gráfico 1.** Población según lectura de algún tipo de publicación /pág. 26
- Gráfico 2.** Población según edad en la que aprendió a leer /pág. 26
- Gráfico 3.** Población según si algún miembro de su grupo familiar le lee o le leía /pág. 27
- Gráfico 4.** Población según cuál miembro de su grupo familiar le lee o le leía /pág. 27
- Gráfico 5.** Porcentaje de la población según lectura de algún tipo de publicación /pág. 28
- Gráfico 6.** Población según lectura de periódicos y revistas /pág. 29
- Gráfico 7.** Población por lectura de algún tipo de publicación según estrato social /pág. 30
- Gráfico 8.** Población por lectura de algún tipo de publicación según edad /pág. 31
- Gráfico 9.** Población por lectura de algún tipo de publicación según nivel educativo /pág. 32
- Gráfico 10.** Población por lectura de algún tipo de publicación según sexo /pág. 33
- Gráfico 11.** Población por dominio según lectura de algún tipo de publicación /pág. 34
- Gráfico 12.** Población según idioma en que lee /pág. 36
- Gráfico 13.** Población según lugar de lectura /pág. 37
- Gráfico 14.** Población según momento del día que dedica a la lectura /pág. 38
- Gráfico 15.** Población por frecuencia de lectura según tipo de publicación /pág. 39
- Gráfico 16.** Población según cantidad de libros leídos en los últimos 12 meses /pág. 40
- Gráfico 17.** Población según preferencia de género literario /pág. 42
- Gráfico 18.** Población según preferencia temática /pág. 43
- Gráfico 19.** Población según preferencia por soporte para leer /pág. 45
- Gráfico 20.** Población según finalidad de la lectura /pág. 46
- Gráfico 21.** Población según criterio de selección de la lectura /pág. 47
- Gráfico 22.** Población según criterio externo de selección de la lectura /pág. 48
- Gráfico 23.** Población según la representación social de la lectura /pág. 49
- Gráfico 24.** Población según existencia de dificultades o limitaciones en la lectura /pág. 50
- Gráfico 25.** Población según lugar de compra de libros /pág. 52
- Gráfico 26.** Población según tipo de biblioteca a la que asiste /pág. 53
- Gráfico 27.** Población según lugar de uso de internet /pág. 54
- Gráfico 28.** Población según uso del tiempo libre /pág. 54
- Gráfico 29.** Población según si ha recibido libro donado por el Estado /pág. 55
- Gráfico 30.** Población que ha leído el libro donado por el Estado /pág. 56
- Gráfico 31.** Población según razón por la que no ha leído el libro donado por el Estado /pág. 57
- Gráfico 32.** Población según conocimiento de las revistas del Sistema Masivo de Revistas /pág. 58
- Gráfico 33.** Población según conocimiento de las Librerías del Sur /pág. 59
- Gráfico 34.** Población que conoce las Librerías del Sur según si ha comprado /pág. 60
- Gráfico 35.** Población según opinión acerca de la política de distribución gratuita de libros /pág. 61
- Gráfico 36.** Población según percepción de cambios en el hábito de lectura durante los tres últimos años /pág. 62
- Gráfico 37.** Plano factorial sobre preferencias y práctica lectora /pág. 68
- Gráfico 38.** Plano factorial sobre valorización social de la lectura /pág. 71
- Gráfico 39.** Plano factorial sobre acceso a la lectura /pág. 74
- Gráfico 40.** Dendograma tipología de lector /pág. 75

## **ÍNDICE DE TABLAS**

- Tabla 1.** Histograma de autovalores. ACM. Perfiles de los lectores según sus características sociodemográficas / pág. 64
- Tabla 2.** Coordenadas, contribuciones y cosenos cuadrados de las categorías activas (Preferencias y práctica lectora) /pág. 65
- Tabla 3.** Factor 1. Categorías activas (Preferencias y práctica lectora) /pág. 67
- Tabla 4.** Factor 2. Categorías activas (Preferencias y práctica lectora) /pág. 67
- Tabla 5.** Histograma de autovalores. ACM 2. Perfiles de los lectores según la valoración social de la lectura /pág. 69
- Tabla 6.** Factor 1. Categorías activas (Valoración social de la lectura) /pág. 70
- Tabla 7.** Factor 2. Categorías activas (Valoración social de la lectura) /pág. 71
- Tabla 8.** Histograma de autovalores. ACM 3. Perfiles de los lectores según valoración social de la lectura /pág. 72
- Tabla 9.** Factor 1. Categorías activas (Acceso a la lectura) /pág. 73
- Tabla 10.** Factor 2. Categorías activas (Acceso a la lectura) /pág. 73
- Tabla 11.** Modalidades características del primer conglomerado /pág. 75
- Tabla 12.** Modalidades características del segundo conglomerado /pág. 76
- Tabla 13.** Modalidades características del tercer conglomerado /pág. 76
- Tabla 14.** Modalidades características del cuarto conglomerado /pág. 77

## **ÍNDICE DE FIGURAS**

- Figura 1.** Organigrama de ejecución de la investigación /pág. 23

[www.cenal.gob.ve](http://www.cenal.gob.ve)  
 @Cenal-Filven

RF: G-200000706-0