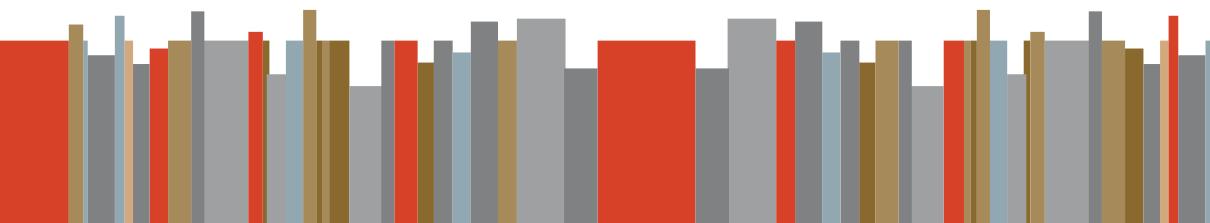


# Metodología común para explorar y medir el comportamiento lector



Organización  
de las Naciones Unidas  
para la Educación,  
la Ciencia y la Cultura



Centro Regional para el Fomento del Libro  
en América Latina y el Caribe

Bajo los auspicios de la UNESCO

Centro Regional para el Fomento del Libro  
na América Latina e Caribe

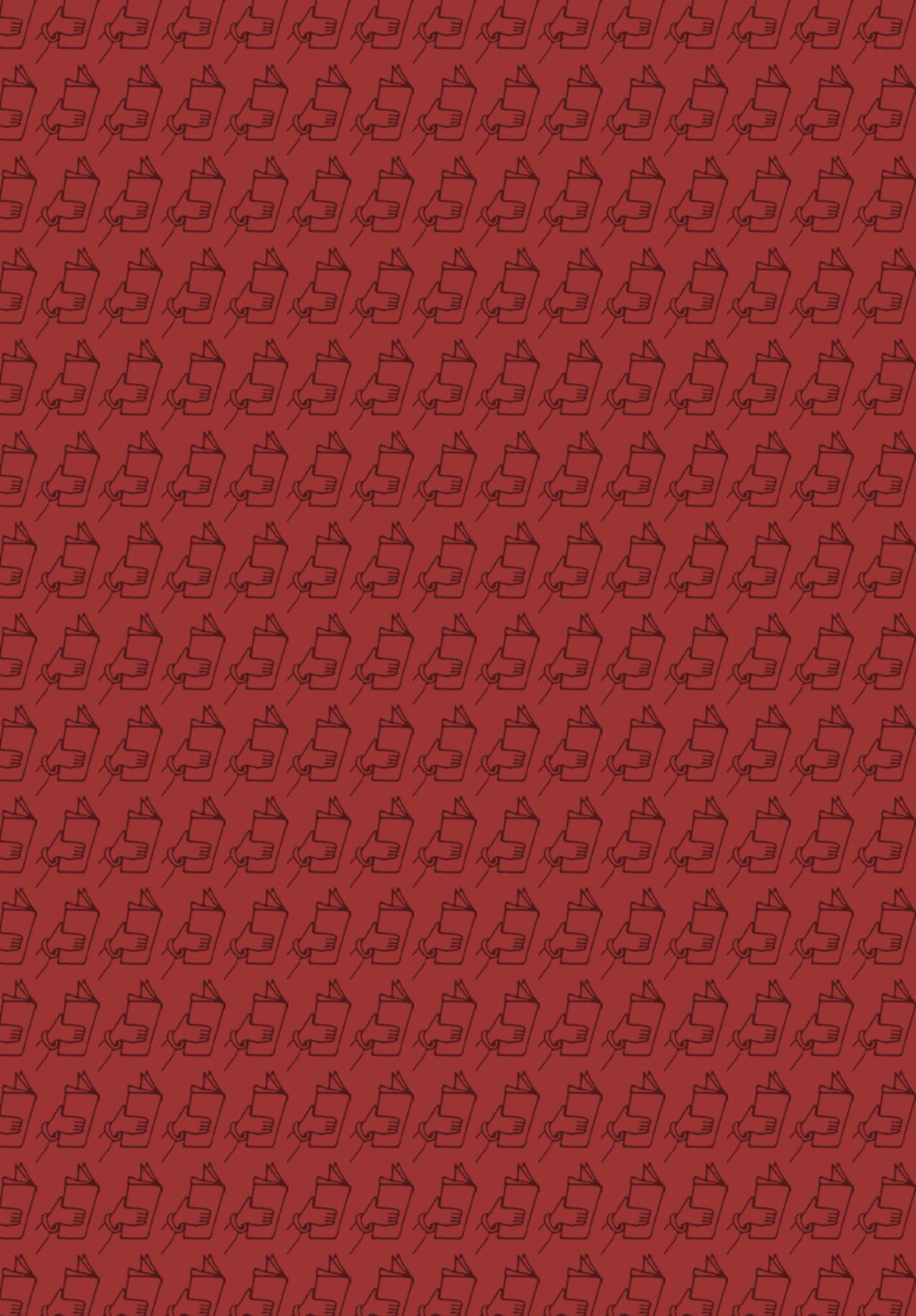
Sob os auspícios da UNESCO



trabajando por el libro, la lectura y el derecho de autor  
trabalhando em prol do livro, da leitura e do direito autoral

LECTURA Y ESCRITURA | LIBRO Y DESARROLLO

PROYECTOS



## COLECCIÓN LECTURA Y ESCRITURA

---

Bajo este sello se publicarán libros, así como materiales impresos y digitales, enfocados al fomento de las prácticas más diversas de lectura y escritura, tanto en bibliotecas como en otros espacios de gran importancia para el desarrollo personal y de integración social.

## COLECCIÓN LIBRO Y DESARROLLO

---

Concebida como una herramienta para apoyar la producción y circulación del libro en la región iberoamericana, en esta colección se publicarán documentos impresos y digitales que reflejen el estado de las industrias culturales del libro, la bibliodiversidad, los flujos comerciales y las estadísticas en Iberoamérica. Asimismo, su fondo contará con manuales técnicos para los agentes de la cadena del libro.

**Metodología común  
para explorar y medir el  
comportamiento lector**

© 2011. CERLALC-UNESCO  
© 2011. Richard Uribe, María Elvira  
Charría, Lenin Monak, Paola Roa,  
Alfonso Castellanos y Juliana Barrero

**Primera edición, 2011**

ISBN (edición digital): 978-958-671-151-7

Redacción:  
**Richard Uribe, María Elvira Charría,  
Lenin Monak, Paola Roa, Alfonso  
Castellanos y Juliana Barrero**

Coordinación editorial  
**Juan Pablo Mojica**

Corrección de textos  
**Ana María Montaña**

Diseño, concepto gráfico y diagramación  
TALLER DE EDICIÓN ROCCA S.A.

**Centro Regional para el  
Fomento del Libro en América  
Latina y el Caribe, CERLALC**

**Fernando Zapata López**  
Director

**Alba Dolores López Hoyos**  
Secretaria General

**María Elvira Charría Villegas**  
Subdirectora de Lectura, Escritura y  
Bibliotecas

**Richard Uribe Schroeder**  
Subdirector de Libro y Desarrollo

**Mónica Torres Cadena**  
Subdirectora de Derecho de Autor

**Luis Fernando Sarmiento Barragán**  
Secretario Técnico



Organización  
de las Naciones Unidas  
para la Educación,  
la Ciencia y la Cultura



Centro Regional para el Fomento del Libro  
en América Latina y el Caribe

Bajo los auspicios de la UNESCO

Centro Regional para el Fomento del Libro  
en América Latina e Caribe

Sob os auspícios da UNESCO



Dir. calle 70 No. 9-52

Tel. (57 1) 540 20 71

libro@CERLALC.org • www.CERLALC.org

Bogotá • Colombia

Se autoriza la reproducción parcial o total de esta obra  
citando la fuente respectiva y respetando la integridad de la misma

# CONTENIDO

Presentación	7
Introducción	9
Antecedentes	15
Marco conceptual	23
Objetivos de la encuesta	27
Contenido	29
Variables de estudio	39
Recomendaciones	43
Anexo I. Formulario	59
Anexo II. Aspectos de diligenciamiento y consistencia	81
Referencias bibliográficas	89



# PRESENTACIÓN

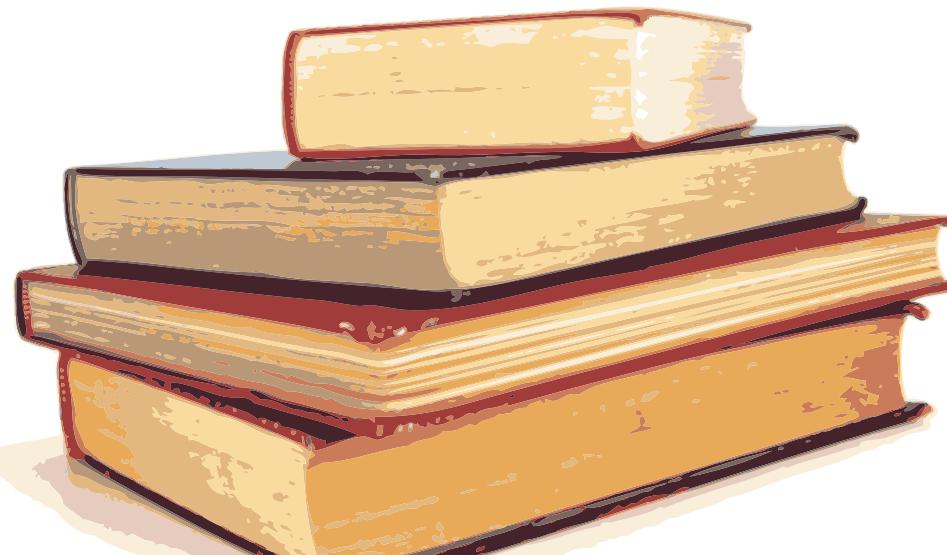
**A**bordar el estudio del comportamiento lector es una laboriosa tarea. Ese lector ideal al que imaginamos vagamente, y al cual nombramos con frecuencia, es en realidad ficticio e inaprehensible. Lectores hay tantos como existen historias; cada uno traza su propio camino y va forjando también su particular proceder como lector. La dificultad para aprehender a los lectores no implica, sin embargo, que nos rehusemos a rastrear sus comportamientos; cada vez contamos con más experiencia y con mejores herramientas para estudiar la manera cómo los lectores se forman, se consolidan y se adaptan a los cambios del entorno del libro. De igual modo, resulta imprescindible delimitar unos criterios conceptuales y unas variables rigurosas que nos permitan perfeccionar la reflexión sobre el actual panorama del sector del libro, así como la perspectiva de las prácticas lectoras.

El CERLALC celebra en 2011 cuatro décadas de trabajo en pos de la consolidación de sociedades lectoras. Esa ambiciosa consigna cobija nuestras labores técnicas, encaminadas a defender la creación intelectual, a promover tanto la producción como la circulación del libro y a fomentar la lectura, la escritura y las bibliotecas. Si bien el trabajo del CERLALC responde a las necesidades de todos los actores del libro, sabemos que es el lector quien motiva el mundo del libro. Por ello, en el marco de esta conmemoración el CERLALC, se ha impuesto el reto de analizar cualitativa y cuantitativamente la lectura; para seguirle los pasos al lector, enfrentado hoy a los frenéticos cambios que impone la sociedad de la información y del conocimiento.

Esta metodología pretende ser una guía para afinar la mirada sobre el comportamiento lector. El documento busca sortear las múltiples dificultades implícitas en un proyecto ambicioso como este, para que sea posible hacer una lectura crítica sobre los caminos que los lectores de nuestra región recorren actualmente, así como los nuevos trayectos que forjarán de cara a las transformaciones del libro digital y de los nuevos soportes de lectura. Esperamos entonces que esta metodología sea un paso adelante para reflexionar sobre las maneras diversas como los lectores heterogéneos de Iberoamérica se acercan a la palabra escrita.

**FERNANDO ZAPATA LÓPEZ**

Director del CERLALC



# INTRODUCCIÓN

**L**a palabra escrita es una fuente privilegiada de información y conocimiento, es uno de los instrumentos básicos de comunicación, y es una herramienta para la participación en la vida social. Sin embargo, para entender de manera integral el fenómeno de la lectura en el mundo actual, es necesario considerar, además de la palabra escrita, los textos visuales y la oralidad secundaria de la tv. La lectura es una práctica sociocultural con efectos educativos, económicos y políticos. Esto significa que es una acción histórica, contextuada, intencionada, optativa, y que permite a la persona su individuación y socialización.

El estudio del comportamiento lector plantea enormes retos. Cualquier ejercicio de este tipo exige una delimitación conceptual sobre qué, del amplio universo de las prácticas de lectura, se va a estudiar. Prácticas ejecutadas sobre los diversos objetos que hacen posible la circulación de la información y de otras expresiones culturales. Por eso, no es obvio ni trivial determinar qué textos y qué tipo de actividades van a servir para recabar la información, además de los criterios con los que se van a analizar los datos obtenidos.

Este documento entrega la propuesta, elaborada por el CERLALC, de una metodología común para la exploración y medición del comportamiento lector en los países iberoamericanos, a partir de una encuesta. Es resultado del trabajo conjunto de una serie de especialistas de la región, que tomó como punto de partida diversos ejercicios de este tipo realizados, tanto en América Latina, como en España, Portugal y otros países. Parte también de la necesidad de que



existen indicadores para la formulación y evaluación de políticas públicas de fomento a la lectura.

En ese sentido, es necesario realizar el esfuerzo de acotación que se hace en este texto; pues una encuesta no puede tener un número excesivo de preguntas, porque no sería viable su levantamiento, análisis e interpretación, así como la confiabilidad con la que los encuestados van a proporcionar la información, y a la vez representar las concepciones de las que el estudio se hace responsable. Lo anterior, nos plantea el reto de lograr un equilibrio: la encuesta debe ser lo suficientemente amplia como para abarcar las diferentes modalidades de acceso a la palabra escrita, al tiempo que debe limitar su extensión, en función de criterios operativos de costos y tiempos; sin quitar atención a la necesidad de identificar de la manera más fiel posible la realidad del comportamiento lector.

En este marco, uno de los retos de cualquier ejercicio de evaluación del comportamiento lector es ir más allá de versiones simplistas que dividen a la población entre lectores y no lectores, como si hubiera una sola aproximación a la palabra escrita. Contrario a eso, este ejercicio debe partir de una definición amplia de lectura, no restringida a la lectura de libros, con el objeto de no dejar fuera a la población que lee sobre otros soportes de escritura. Además, se debe evitar el sesgo de considerar como lectores solo a quienes leen libros y clasificarlos únicamente en función de la cantidad de libros leídos por año; análisis que es posible y resulta conveniente, pero únicamente como una opción que permita abordar otras dimensiones de las maneras de leer; es



decir, otros usos, apropiaciones y sentidos, con la intención de incluir las posibles variantes del comportamiento lector.

Si nos limitamos al libro para cuantificar el comportamiento lector, se excluyen lectores, en ocasiones asiduos, de diarios, revistas y otro tipo de textos escritos; además de una variedad de lecturas que se pueden hacer en formatos electrónicos y en internet. Entonces, quedaría fuera del análisis un alto porcentaje de población que sí lee por diversas razones, pero que lee otros textos, en diferentes soportes. Tampoco debe olvidarse que una práctica lectora, que en términos cuantitativos puede parecer escasa, produce usos sociales muy intensos.

Razón por la cual, para estudiar el comportamiento lector resulta necesario preguntarse sobre la lectura de libros, periódicos y revistas, 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.

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 también es indispensable investigar las diversas vías de acceso a los materiales de lectura, como compra, regalo, préstamo bibliotecario o entre amigos y fotocopiado.

La metodología que se presenta en este documento plantea interrogantes como qué leen las personas, cuánto tiempo le invierten a la lectura, cuáles son sus preferencias en cuanto a género o tipo e idioma de lectura. Además, esta propuesta

metodológica indaga sobre los motivos por los que se lee, las razones por las que no se lee con mayor frecuencia, los lugares dónde se hace, las limitaciones autopercibidas para hacerlo y la lectura para otros. Lo anterior se hace mediante una encuesta.

Cuando se levanta la información de la encuesta, es posible obtener información básica sobre el comportamiento lector en un momento específico; no obstante, también permite preguntar sobre prácticas pasadas que hagan posible reconstruir, al menos parcialmente, las trayectorias lectoras. Así, esta metodología busca contrastar los niveles de lectura actuales con los del pasado. Considerando la importancia potencial de las prácticas lectoras en la infancia, incluye preguntas específicas sobre la lectura en esa etapa de la vida.

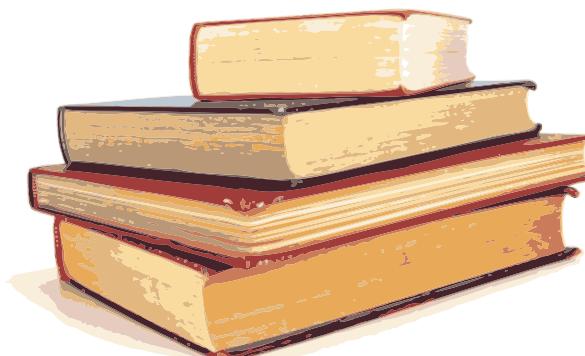
Teniendo en cuenta la complejidad del fenómeno de la lectura, diseñamos una encuesta que permita obtener una serie de indicadores básicos-comunes para la región iberoamericana. Se trata de que estos resultados puedan ser comparados entre los diferentes países, mediante estudios periódicos. Lo cual ofrecerá a los gobiernos y actores del universo del libro información para el diseño y evaluación de políticas de lectura, estrategias de producción y venta. La encuesta se planteó teniendo en cuenta la necesidad de acotar el número de las preguntas.

Este documento está dividido en ocho partes. La primera presenta los antecedentes de encuestas para la medición del comportamiento lector en la región, tomados en cuenta para la elaboración de esa metodología. La segunda aborda el marco conceptual en el que se basa la encuesta. La tercera

señala los principales alcances y limitaciones de una encuesta de este tipo. La cuarta enumera sus objetivos. La quinta describe su contenido. La sexta presenta las variables de estudio. La séptima contiene una serie de recomendaciones para su aplicación, análisis e interpretación y para el diseño de la muestra y la octava contiene una ficha metodológica que resume los principales aspectos de la encuesta o formulario.

**RICHARD URIBE**  
Subdirector de Libro y Desarrollo

**MARÍA ELVIRA CHARRIA**  
Subdirectora de Lectura, Escritura y Bibliotecas





# ANTECEDENTES

**E**n los últimos años ha cobrado importancia el interés por el análisis cualitativo y cuantitativo sobre la lectura, en varios países de Iberoamérica<sup>1</sup>. Ello obedece, entre otros factores, a la necesidad de contar con mejores herramientas para la formulación y evaluación de políticas y programas de fomento a la lectura, que se han venido desarrollando en la región.

La lectura, al ser reconocida como un factor fundamental de los procesos de aprendizaje, debe ser uno de los ejes centrales de las políticas de educación y, por ende, de la formulación de currículos escolares. Así, la medición del comportamiento lector también se convierte en un instrumento más para evaluar el impacto de los resultados de los objetivos de las políticas educativas que plantean los gobiernos, y complementa las evaluaciones nacionales e internacionales que se vienen haciendo sobre lectura en el mundo.

Sin embargo, en Iberoamérica los estudios de medición cuantitativa del comportamiento lector han sido dispares. Por un lado, desde

<sup>1</sup> En América Latina el Gobierno colombiano, en concertación con el sector privado, ha realizado dos estudios quinquenales (2000 y 2005). En Brasil, el Instituto Pro-livro, organización social civil de interés público, ha hecho dos estudios comparativos. Cuba, a través del Observatorio Cubano del Libro y la Lectura ha realizado un estudio de alcance parcial en la feria de La Habana (2007 y 2010). En Ecuador, la campaña nacional Eugenio Espejo por el plan y la lectura, realizó una encuesta a los ciudadanos de Quito y Guayaquil (2005). La ciudad de Buenos Aires, la ciudad de Bogotá, El Consejo Nacional de Cultura de las Artes de Chile y un grupo de entidades privadas y públicas de Uruguay han realizado estudios de consumo cultural, donde han incluido información sobre la lectura de libros y publicaciones en sus instrumentos de recolección. En Portugal, los estudios de hábito de lectura y compra de libros han sido realizados por compañías privadas, para la Asociación Portuguesa de Editores y Libreros. En El Salvador, la universidad Matías Delgado hizo el estudio más reciente, esta entidad aplicó un instrumento de comportamiento lector a la población del bachillerato y universidades del área metropolitana de San Salvador (2010). Otros estudios incluyen información sobre consumo de libros y usos de bibliotecas o lectura, dentro de las encuestas sobre el consumo cultural de una ciudad o país (Uruguay 2002, Buenos aires 2004, Chile 2010).

2 Argentina tiene previsto realizar una nueva aplicación en 2010-2011.

hace cerca de diez años, España tiene una metodología de medición sobre hábitos de lectura y compra de libros, que se levanta de manera regular, y por otro, existen varios países que no han realizado ni una sola medición. También existen otros que, si bien desarrollaron metodologías de medición por medio de encuestas, con resultados muy importantes, llevan cerca de una década sin volver sobre este ejercicio, como el caso de Argentina<sup>2</sup> y Perú. Por otro lado, Colombia ha alcanzado cierta periodicidad en este tipo de estudios, lo que ha permitido empezar a identificar tendencias en la evolución de ciertos indicadores, así como establecer algunas hipótesis sobre las transformaciones de los comportamientos lectores con la penetración de internet, y hacer adelantos en la evaluación de algunas políticas de lectura. Finalmente, en este grupo se puede incluir Portugal y Brasil, país que realizó un nuevo estudio de medición cuantitativa: *Retrato da lectura no Brasil* (segunda edición, Instituto Pro-livro).

A continuación mencionamos los estudios realizados en la región:

- En 1999, Chile organizó la *Encuesta nacional de lectura y consumo de libros* que aplicó la Cámara Chilena del Libro con el Instituto de Estadísticas de Chile.
- En 2000, la Cámara Brasileña del Libro y El sindicato Nacional dos Editores de Livros, SNEL hicieron la primera medición *Retrato de lectura en Brasil*.
- En ese mismo año, Colombia realizó la encuesta de hábitos de lectura y consumo de libros, incorporada

a la encuesta de hogares del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), con el apoyo de los ministerios de Educación y Cultura y los gremios privados del libro y la lectura. Posteriormente, se publicó un libro con los respectivos análisis: *Hábitos de lectura y consumo de libros en Colombia*, Fundialectura, Ministerio de Cultura, Ministerio de Educación, DANE, CERLALC; Cámara Colombiana del Libro, 2001.

- Un año después, en Argentina el Ministerio de Educación aplicó la *Encuesta nacional de lectura y uso del libro*.
- En 2004, la Biblioteca Nacional del Perú elaboró su estudio *Hábitos de lectura y ciudadanía informada en la población peruana*.
- En 2005, Colombia realizó su segunda medición *Hábitos de lectura y consumo de libros en Colombia* y el año siguiente publicó su segundo libro, con el apoyo de las mismas entidades y la ciudad de Bogotá.
- La Secretaría de Educación Pública de México realizó un estudio de prácticas de lectura y escritura en las escuelas de educación básica, que complementa el de comportamiento lector.
- El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México (CONACULTA) realizó durante el 2005, en conjunto con la Universidad Nacional Autónoma de México, la *Encuesta nacional de lectura* y al siguiente año publicó un libro con sus respectivos análisis.

- En 2007, se realizó la *Investigación sobre hábitos de lectura y actitudes del lector en la República Dominicana*, liderada por la Secretaría de Cultura de ese país.
- En la publicación *El espacio iberoamericano del libro 2008*, editada por el CERLALC, se incluye un capítulo dedicado a presentar la comparación de varios de estos resultados (Uribe, R., Cifuentes, D., Barrero, J., Steenkist, R. M., 2008).

Esta comparación tiene varias limitaciones, dado que los universos de estudio son diferentes, algunos incluyen el total de la población, otros se limitan a la población alfabetizada, además de que los rangos de edad varían; por ejemplo, en el caso de España, solo se investiga la lectura en el tiempo libre. Incluso tomando en cuenta estas condiciones del estudio, este ofrece una aproximación al panorama del comportamiento lector en la región.

En conjunto, es posible decir que en América Latina, la medición del comportamiento lector ya está incluida en la agenda de los gobiernos, pues se han registrado avances en el diseño e implementación de las políticas y planes de lectura. Para los responsables de estas iniciativas ha sido importante identificar los factores de mayor incidencia en el comportamiento lector y los canales de acceso a materiales de lectura, con el fin de darle un sentido de prioridades a sus programas.

Sin embargo, es importante reconocer que en la región no existen todavía mecanismos adecuados para evaluar, de manera confiable y regular, los resultados e impactos de las políticas, planes y programas de lectura en los ámbitos locales,



nacionales y subregionales. En todo caso, algunas de las iniciativas cuentan con indicadores que permiten conocer avances e identificar obstáculos. Esto a pesar de que en la mayoría de los casos, estas mediciones están limitadas a segmentos específicos de la población, por lo que no dan cuenta de las variedades de comportamiento lector de un país. Lo anterior, impide generar una política nacional de lectura con mecanismos específicos, para los diversos grupos poblacionales.

Razón por la cual, sería de enorme utilidad contar con una metodología común para la región, que integre la exploración y medición del comportamiento lector; que se aplique de manera continua y sistemática; teniendo en cuenta que una buena parte de los países de la región no ha desarrollado herramientas para estos fines. Pero además puede ser beneficioso para aquellos que han iniciado esta tarea, contar con una metodología que permita obtener indicadores comparables.

Las comparaciones de las estadísticas e indicadores con otros países permiten establecer similitudes y divergencias que enriquecen los ejercicios de evaluación de las políticas públicas. Sobre todo cuando estos indicadores se obtienen a partir de una metodología común y se aplican periódicamente durante varios años; es de esta forma como se puede tener información confiable sobre las tendencias del comportamiento lector y las políticas que lo fomentan.

Por esa razón, el CERLALC ha considerado que la exploración y medición del comportamiento lector es uno de los temas centrales de investigación sobre la lectura y, en esa medida, ha acompañado a varios países de la región en el proceso de formulación de encuestas sobre el mismo. Como parte de este proceso, se planteó la conveniencia de desarrollar una metodología común que pudiera aplicarse en la región. En ese sentido, en 2005 se conformó un grupo de trabajo con profesionales de México, Colombia, Venezuela y Brasil. En 2007, las subdirecciones de Libro y Desarrollo, y de Lectura, Escritura y Bibliotecas del CERLALC avanzaron en el desarrollo del proyecto y convocaron, con el apoyo de AECID, un grupo de expertos para reunirse en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia. Esta vez participaron también especialistas de Argentina, Perú, Bolivia y España. Se analizaron los resultados de las encuestas aplicadas por México, Colombia, Brasil y España y se revisaron los indicadores establecidos; finalmente, se construyeron los lineamientos de un cuestionario sobre comportamiento lector y consumo de libros.

En 2008, Brasil fue el primer país en implementar las recomendaciones del CERLALC, desarrolladas en 2007<sup>3</sup>. En este país se redujo el universo de la población alfabetizada de cinco años o más, a la población alfabetizada de quince años en adelante; lo anterior con el fin de comparar la última medición con la anterior, que data de 2000.

3 La herramienta de medición (cuestionario) fue ajustado en 2010 por el CERLALC, y hace parte del presente documento.

Durante 2011, las dos subdirecciones hicieron una nueva revisión, que se adecuó a una conceptualización de la lectura, el comportamiento lector y las prácticas lectoras.

Aquí se presenta el resultado de ese proceso, concretado en una propuesta metodológica común para los países miembros del CERLALC. El objetivo es tener indicadores comunes, para identificar las prácticas lectoras en países que comparten realidades similares. Con esta información, los gobiernos y particulares podrán implementar programas específicos de fomento a la lectura. El esquema propuesto ofrece una metodología común para la medición de lo básico o nuclear, pero a la vez es flexible a la incorporación de las especificidades de cada país iberoamericano; es decir, permite el desarrollo de módulos adicionales al cuestionario básico, que respondan a necesidades y que estén de acuerdo con las características particulares.





# MARCO CONCEPTUAL

Para la elaboración de esta metodología, que estudia el comportamiento lector, fue necesario establecer una base común de conceptos fundamentales. Esto se hizo a partir del desarrollo de un ejercicio colectivo con los representantes de los países que participaron en las dos reuniones organizadas en Bogotá, en 2005 y en Santa Cruz de la Sierra, en 2007.

Su punto de partida fue el objetivo central del proyecto: identificar las prácticas lectoras de los ciudadanos latinoamericanos. Esta conceptualización se orientó al diseño de una encuesta modular, lo suficientemente amplia para cubrir los aspectos centrales de las prácticas lectoras, objeto de los programas de fomento a la lectura y lo necesariamente acotada y operativa, para construir un número manejable de indicadores.

## Leer y escribir

Son *prácticas sociales* que permiten a las personas “habitar” las dimensiones simbólicas de la lectura y la escritura. Quien practica es el lector, lo que practica es el leer, que sucede dentro de la dimensión de la lectura. Las personas pueden leer y escribir desde perspectivas productivas o reproductivas, transformativas o sustentadoras de un cierto orden de cosas (Álvarez, D. 2006).



## La lectura y la escritura

La siguiente definición de Álvarez nos remite a considerar la lectura del texto escrito como un proceso que desde su esencia, nos habla del texto escrito y de otros tipos de textos:

[...] la lectura y la escritura son dimensiones simbólicas, dentro de las cuales las personas interactúan con un texto (en cualquiera de sus modalidades o conformaciones: oral, escrita, audiovisual o multimedial) para producir significado, en un contexto sociocultural, político e histórico preciso. En específico, se entiende la lectura como un proceso cognitivo, semiológico, cultural, social e histórico de carácter complejo e interactivo entre el mensaje expuesto en el texto (que no solo es el escrito) y el conocimiento, las expectativas y los propósitos del lector, en contextos sociales, culturales, políticos e históricos determinados (Álvarez, D. 2006).

Sin embargo, para este estudio nos referiremos estrictamente a las prácticas de lectura que hacen los lectores con los diversos tipos de textos escritos, sin calificarlos.

## Comportamiento lector

El comportamiento lector es 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, D. 2006).



El presente estudio está definido por las prácticas de lectura, las formas cómo los sujetos las construyen y las significaciones que estas tienen para el lector. Por ello, acá están involucrados todos los aspectos de la actitud o la disposición a actuar ante la lectura, el entorno, los ámbitos, la vida, el gusto, el lugar, los temas, los géneros y demás aspectos que caracterizan esta práctica cultural.

El comportamiento lector representa las intrincadas relaciones que se construyen en el modo de ser o actuar del lector; es decir, la relación del carácter del lector con las ocasiones para leer, que se manifiestan en las prácticas de lectura. En consecuencia, la significativa representación de la lectura en la vida de los sujetos explica ciertas características del comportamiento lector, como su disposición a la lectura, sus inclinaciones, intereses, sentimientos, valoraciones y demás actitudes que se adoptan frente al texto escrito.

El comportamiento lector involucra la dimensión afectiva (entorno del texto), la dimensión cognitiva (competencia), y la práctica (frecuencia, diversidad, etc.). Aunque el comportamiento lector es, en un alto grado, regularizado por el lector (sus gustos, intereses, etc.), es también impuesto por las prácticas socioculturales o, por lo menos, impulsado por el contexto social. El comportamiento lector determina la fuerza motivadora de las prácticas de lectura, el interés, las actitudes, las acciones objetivas, la predisposición, etc. En gran parte está influenciado por la cultura, los contextos socioeconómicos y por las competencias lectoras.

Por otra parte, si bien la exploración y medición del comportamiento lector de un país contribuye a comprender cómo se materializan las políticas y esfuerzos de los gobiernos, este debe complementarse con los análisis de los distintos tipos de oferta de materiales escritos. Esto significa que conocer los niveles disponibles de oferta de libros y material de lectura impresa o digital, añade valor al análisis del comportamiento lector: crecimiento o decrecimiento de los mercados; aumento o disminución en las dotaciones de libros y otros materiales en bibliotecas públicas y escolares; oferta de ordenadores disponibles, y grado de conectividad con internet.

## ¿Quién es lector?

A efectos de este estudio se da el estatus de lector a todo sujeto que declare leer cualquier tipo de material escrito. No se trata de calificar las prácticas y representaciones de lectura, sino de entenderlas y conocerlas, así como los contextos donde ocurren. Explorará, entonces, posibles prácticas lectoras en soportes impresos en papel u otro material, así como en soporte electrónico.



# OBJETIVO DE LA ENCUESTA

## Objetivo general

- Contar con indicadores comunes para conocer el comportamiento lector en los países iberoamericanos. Se trata de que estos indicadores permitan la formulación y evaluación de políticas y planes de lectura.

## Objetivos específicos

- Conocer aspectos específicos del comportamiento lector, relativos a la lectura en distintos soportes (libros, periódicos, revistas y textos en internet), frecuencias, preferencias, idiomas, motivos, lugares, limitaciones, lectura anterior y actual, lectura en la infancia, vías de acceso a textos escritos, compra de libros, asistencia a bibliotecas, uso del tiempo libre.
- Definir indicadores sobre diferentes aspectos del comportamiento lector que puedan recabarse periódicamente en distintos países iberoamericanos, para poder establecer comparaciones en el tiempo y entre países; con el propósito de contar con elementos para promover la definición y evaluación de las políticas públicas en materia de lectura.





# CONTENIDO

**L**a encuesta está organizada en seis bloques temáticos:

- Caracterización y perfil del encuestado
- Tipo y frecuencia de lectura
- Motivos y limitaciones para leer
- Uso del tiempo libre
- Acceso a la lectura
- Comportamiento lector para personas entre 5-12 años de edad

## **Bloque I:** caracterización y perfil del encuestado

El objetivo de este módulo es captar las características sociodemográficas y económicas del encuestado, para determinar el perfil de la población por edad, género y distribución geográfica.

Esta sección contiene cinco bloques con preguntas que captan la identificación del hogar, los datos de la vivienda, los datos del hogar, el registro de personas y la caracterización del encuestado, a través de las variables de región, ciudad, total de hogares de la vivienda, total de personas por hogar, tipo de vivienda, los bienes y servicios en uso por el hogar, género, grado de escolaridad, edad, ingresos del hogar y categoría ocupación.



Dicha información resulta de gran utilidad para conocer las características demográficas, sociales y económicas de quien responde la encuesta y su hogar. Tales aspectos se cruzan con cada una de las preguntas de la encuesta sobre el comportamiento lector, con la idea de determinar los distintos perfiles de lectores y su relación con las condiciones sociodemográficas y económicas de la población. De esta manera, es posible superar las limitaciones que representa la formulación de políticas, a partir de los comportamientos promedio de la población. Situación que resulta poco adecuada si se considera que en la mayoría de los países iberoamericanos se trata de poblaciones altamente diferenciadas con perfiles muy diversos, en cuanto a comportamientos lectores, precisamente en función de estas características sociodemográficas y económicas.

El módulo permite agrupar los perfiles lectores y caracterizarlos de acuerdo con particularidades de edad, sexo, escolaridad, ocupación, ingreso y tipo de localidad. Se puede decir que a partir de esta segmentación de población es posible establecer políticas públicas de lectura, dirigidas a segmentos específicos, así como establecer prioridades de atención y diseñar instrumentos más precisos, a través de las escuelas, universidades, bibliotecas, etc., según el segmento de población que se esté buscando atender.

La descripción de la población objetiva de la investigación son los residentes en el territorio nacional y la unidad de observación son las viviendas, los hogares y las personas. El método de recolección propuesto es dirigirlo a informantes directos de acuerdo con el número de personas que componen cada hogar. En los casos de los informantes de entre



cinco y doce años de edad, estos pueden estar acompañados de un informante idóneo del hogar, que pueda responder correctamente las preguntas.

## Bloque II: tipo y frecuencia de lectura

El objetivo de este módulo es la construcción de indicadores básicos 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.

La encuesta se propone medir el comportamiento lector, tomando en consideración una diversidad de soportes del texto escrito. Así, esta sección permite captar la frecuencia con la que el encuestado lee libros, periódicos, revistas y textos en soportes físicos (impresos en papel) o en soportes digitales, medida a partir de seis rangos: diariamente, alguna vez a la semana, alguna vez al mes, alguna vez al trimestre, casi nunca y nunca.

Esta cuantificación por rangos permite una mayor precisión y menos subjetividad que el uso de términos como



frecuentemente, ocasionalmente, habitualmente, etc., que implican una apreciación personal del encuestado; lo que también se busca al preguntar por el número de horas promedio que se le dedica a la lectura de cada uno de estos materiales y soportes.

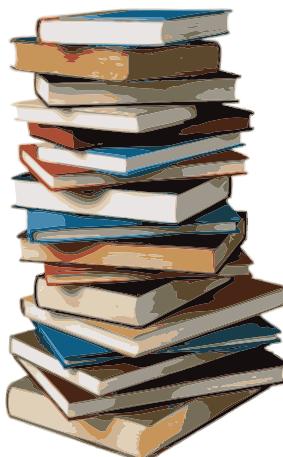
El módulo permite identificar las preferencias lectoras, cuando se pregunta sobre la frecuencia con la que se leen distintos tipos de libros, periódicos y revistas y los lugares dónde se lee. Teniendo en cuenta que la región se caracteriza por su diversidad lingüística, se consideró necesario preguntar sobre el(los) idioma(s) en que se lee. Además se pregunta por la frecuencia con que el encuestado le lee a otras personas.

La cantidad de preguntas incluidas en este módulo está orientada a evitar que la medición del comportamiento lector se concentre en un número demasiado reducido de indicadores que no reflejen la riqueza y variedad de las posibles prácticas lectoras; por ejemplo, se reconoce la importancia del indicador de número de libros leídos en soporte físico (impresos en papel), pero además se tiene en cuenta el número de libros leídos en soporte digital, al igual que la lectura y género de revistas, diarios y periódicos. El módulo –y la encuesta en su conjunto– están concebidas para evitar que la medición del comportamiento lector y la discusión sobre este se concentre en una sola cifra, por más importante o representativa que pueda ser.

Al entender que el comportamiento lector cambia –que no siempre se lee con la misma intensidad, o el mismo tipo de materiales, ni por los mismos motivos– es posible detectar esos cambios, que son importantes para investigar el

comportamiento lector. Por eso, la encuesta permite identificar las prácticas lectoras cuando se levante la información. Además es necesario aplicarla periódicamente, para identificar tendencias y variaciones; razón por la que se incorporaron algunas preguntas que hacen posible formarse una idea sobre cómo ha variado la lectura durante el tiempo y sobre las prácticas lectoras de la infancia.

Esto último resulta de gran utilidad para identificar el papel que juegan distintos agentes como los padres, abuelos y maestros, entre otros, en la determinación del comportamiento lector. Es importante también tener en cuenta en qué medida la presencia de ciertas condiciones, como la práctica de lectura a los niños y la posesión de libros durante la infancia, inciden en la formación posterior del comportamiento lector.



## **Bloque III:**

### motivos para leer, razones por las que no se lee y limitaciones para leer

El objetivo de este módulo es 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 las limitaciones autopercibidas para este quehacer.

Este módulo posibilita la identificación de los motivos por los cuales una persona se acerca a la palabra escrita y distinguir si se hace por razones de trabajo o escolares (diferenciando si se trata de libros de texto o no), por placer, religiosos o por actualización profesional.

También se pregunta por las razones que llevan a no leer o a no hacerlo con mayor frecuencia, incluyendo la falta de interés o gusto por la lectura, la falta de dinero, la falta de tiempo, etc. Se indaga también por las limitaciones que las personas encuentran para realizarlo; entre ellas figuran, leer despacio, no comprender todo lo que se lee, falta de concentración y problemas de la vista u otras limitaciones físicas.



## Bloque IV: Uso del 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.

El tiempo dedicado a la lectura compite con el que se destina a otras actividades. La encuesta cuenta con una pregunta sobre la intensidad de uso del tiempo libre. Esta se hace con la intención de comparar actividades relacionadas con la lectura, como leer e ir a bibliotecas y librerías, con algunas de otro tipo como ver televisión, escuchar música, ir al cine, descansar y salir con amigos.

## Bloque V: acceso a la lectura

El objetivo de este módulo es averiguar cuáles son los canales mediante los cuales se consiguen los diversos materiales de lectura.

Esta sección aborda los distintos canales de acceso a los textos escritos: comprados, fotocopiados, regalados, de la



biblioteca del hogar, prestados por las bibliotecas y las escuelas, o por amigos y familiares, y mediante internet. Pregunta sobre la compra de libros y textos escolares, si fueron adquiridos por internet; así como sobre la compra y suscripción a revistas y los gastos por estos conceptos, los motivos y lugares de compra y el número de libros que hay en casa.

En relación con las bibliotecas, que pueden jugar un papel central para facilitar el acceso a materiales escritos, se indaga por la frecuencia de asistencia a estas, el tipo de biblioteca visitada, el tipo de materiales consultados, de actividades realizadas y el acceso a través de la web a las bibliotecas.

Finalmente, se indaga sobre la frecuencia de acceso a internet y el tipo de actividades relacionadas con la lectura, realizadas en la red; leer revistas digitales, periódicos, libros, chatear, enviar correos electrónicos, etc.



## Bloque VI:

### Prácticas de lectura de niños entre cinco y doce años

El objetivo de este bloque es conocer el comportamiento lector de los niños de cinco a doce años, a partir de un número reducido de indicadores.

A diferencia de la mayor parte de las encuestas de comportamiento lector practicadas hasta ahora en la región, la metodología que se plantea en esta contiene un bloque que debe ser aplicado entre niños de cinco a doce años. Contiene ocho preguntas relacionadas con si al niño le gusta que le lean, quién le lee, si le gusta leer, con qué frecuencia lee por gusto, en qué medio lee, dónde le gusta leer, qué lee a través de internet y la razón principal por la cual no le gusta leer.





## Variables demográficas y socioeconómicas de la población estudiada

- Género
- Edad
- Nivel de escolaridad
- Categoría ocupacional
- Ingresos del hogar
- Localidad, región y ciudad del hogar

## Tipo y frecuencia de lectura

- Lectura de libros, periódicos, revistas por soporte
- Frecuencia de lectura de libros, periódicos, revistas y textos en internet
- Número de libros leídos por soporte
- Horas a la semana dedicadas a la lectura de libros, periódicos, revistas y textos en internet por soporte
- Preferencias y frecuencias de lectura por tipos de libros
- Preferencias y frecuencias de lectura por tipos de revistas
- Preferencias y frecuencias de lectura por tipos de periódicos
- Idiomas en los que se lee
- Lugares donde se lee
- Lectura para otros
- Lectura en relación con el pasado
- Lectura en la infancia por otras personas
- Regalo de libros en la infancia

## Motivos para leer, razones por las que no se lee y limitaciones para leer

- Motivos por los que se lee
- Razones por las que no se lee con mayor frecuencia
- Limitaciones para leer
- Cómo se percibe la lectura

## Uso del tiempo libre

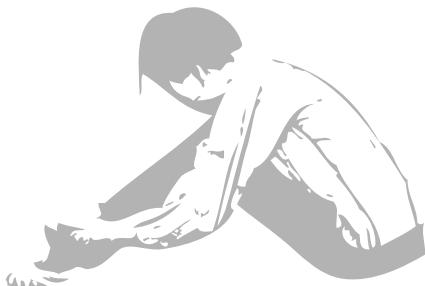
- Uso del tiempo libre para leer y asistir a bibliotecas y librerías, comparado con otras actividades

## Acceso a la lectura

- Vías de acceso a libros y revistas
- Compra de libros, textos escolares y revistas
- Gasto en compra de libros y revistas
- Motivos de compra de libros
- Lugares de compra de libros
- Libros comprados a través de internet
- Libros en casa
- Frecuencia de asistencia a bibliotecas
- Motivos para no asistir a bibliotecas
- Tipo de bibliotecas visitadas
- Tipo de materiales consultados en bibliotecas
- Actividades realizadas en bibliotecas
- Consultas de bibliotecas a través de internet
- Uso de internet

## Lectura entre niños de cinco a doce años

- Gusto porque al niño le lean
- Gusto por leer
- El medio de lectura
- Lectura a través de internet
- Lugar donde le gusta leer
- Razones por las que no le gusta leer o no lo hace con mayor frecuencia





# RECOMENDACIONES

## Diseño y aplicación de la encuesta<sup>4</sup>

Las siguientes son un conjunto de recomendaciones que se tomaron en cuenta para diseñar la encuesta, y que se plantean en caso de que para algunos países se considere necesario agregar módulos o preguntas adicionales, así como para la etapa de aplicación de la encuesta.

- La encuesta tiene el propósito central de obtener indicadores para medir el comportamiento lector y no su comportamiento frente a otros productos y servicios culturales, lo cual haría que el número de preguntas se incrementara demasiado.
- Es importante que los términos que se usan para preguntar en la encuesta no se presten a interpretaciones subjetivas por parte del encuestador o el encuestado. En caso de que se indague sobre términos que no son de carácter unívoco, debe instruirse al encuestador para que precise el sentido de la pregunta. Términos como *lector ocasional* deben evitarse, porque se prestan a apreciaciones subjetivas. Debe ser claro para el encuestador y el encuestado cuándo una pregunta se refiere a lectura exclusivamente de libros, o de otros materiales, así como el soporte de la lectura entre físico o impreso y digital o electrónico. Igualmente, cuando se trata de distinguir entre lectura por placer en tiempos de ocio y lecturas profesionales o escolares.

4 Una encuesta mal diseñada o aplicada significa que el esfuerzo realizado y sus resultados contendrán errores muestrales y no muestrales, que afectan la fiabilidad y precisión en el diseño de políticas públicas.



## Análisis e interpretación

- La encuesta hace posible la construcción de gran variedad de indicadores, incluso cuando los medios y, en ocasiones, los tomadores de decisiones tienden a privilegiar alguno, como el número promedio de libros leídos en un año. Se debe aprovechar la riqueza de la información, para ofrecer una gama amplia de vertientes de análisis que se aproximen más al comportamiento lector; sin menospreciar la importancia, el análisis y la interpretación de la cantidad de libros que se leen en un año.
- La encuesta, más que identificar quiénes son y quiénes no son lectores, ayuda a identificar los variados patrones, mediante los cuales distintos segmentos de la población tienen contacto con la palabra escrita. Esto permite diseñar y evaluar políticas de fomento a la lectura, que estén de acuerdo con esta diversidad de situaciones.
- Debe resistirse la tentación de pensar que la encuesta puede llevarnos a evaluaciones precisas. Por el contrario, es necesario aprovechar la información para establecer órdenes de jerarquías y delinear tendencias, medir frecuencias y hacer comparaciones, así como observar relaciones entre variables y estimar la importancia de ciertos factores sociales.
- Un aspecto conveniente en la aplicación de la encuesta de comportamiento lector, para su análisis e interpretación futura, es mantener la serie. Esto significa, lograr que su aplicación sea comparable con



encuestas de comportamiento lector de años anteriores. De esta manera se garantiza la evaluación de las políticas públicas, mediante análisis de corte transversal.

## Diseño de la muestra

El muestreo es una parte de la estadística que requiere, para su manejo, interpretación y análisis de conocimientos especializados. Surge como una necesidad de conocer características de una población en particular, con la limitante de los recursos. Dado que la población objetivo del comportamiento lector son los residentes en el territorio nacional y la unidad de observación son las viviendas, los hogares y las personas se debe aplicar un muestreo probabilístico: “Techniques for achieving sampling efficiency in household surveys are presented. They include stratification, cluster sampling and sampling in stages, with special emphasis on two-stage sample designs”<sup>5</sup>. Gracias a las encuestas elaboradas con un diseño muestral probabilístico, es posible estimar dichas características; lo cual resulta fundamental para obtener información estadísticamente confiable y representativa, y con ello, propiciar un clima idóneo para la toma de decisiones, realizar diagnósticos o sustentar el diseño de políticas.

Dada la trascendencia que representa el diseño de la muestra dentro de las encuestas, se recomienda que esta sea diseñada por estadísticos expertos en la materia, y que preferentemente sea concebida como una actividad separada del resto de las etapas que constituyen la encuesta.

<sup>5</sup> ONU, Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division. (2005), Designing Household Survey Samples: Practical Guidelines. New York: United Nations Publication.



Al tener diversos diseños muéstrales se podrá escoger aquel que, al ser ponderado junto con la propuesta económica más viable, se ajuste a las necesidades claramente establecidas por los objetivos de la encuesta.

Algunas recomendaciones en el diseño de la muestra son la selección por etapas, para garantizar la localización de las viviendas y los hogares; el diseño debe contemplar la estratificación, con lo cual se garantiza una mayor distribución de la población en áreas geográficas y de población, y finalmente, los conglomerados para mantener un nivel de costos controlado. Para profundizar en el diseño muestral de encuestas de hogares, se recomienda consultar la guía *Designing Household Survey Samples: Practical Guidelines* ST/ESA/STAT/SER.F/98 de las Naciones Unidas, publicado en 2005.

El diseño de la muestra tiene como objetivo definir una estrategia, a partir de la cual se pueda elegir una muestra que asegure la representatividad del total de la población, por ciudades, regiones o país. Esto con el propósito de que, entre otros, no aparezcan sesgos en los resultados; así como que se garantice el alcance y cobertura deseados en la encuesta. Además, el diseño muestral debe garantizar el equilibrio entre los costos de la encuesta y la precisión de los resultados. El cumplimiento de la precisión de los resultados surge como consecuencia de las necesidades de información de una población o área geográfica específica, como requisito para un buen diseño muestral está el marco de muestra, que debe ser lo más completo, actualizable y correcto posible<sup>6</sup>.

6 *Ibíd.*, p. 27.

El diseño de la muestra tiene dos aspectos fundamentales: el proceso de selección, que se explicó anteriormente; y el proceso de estimación, útil para calcular las características o rasgos desconocidos de la población, llamadas estimaciones muestrales y que pretenden estimar los parámetros de la población objeto de estudio.

Como en toda encuesta, la muestra no abarca el total de la población y, por ende, se generan desviaciones en los resultados. Estos se tienen en cuenta por medio de lo que se llama *error muestral*. Cabe notar que diferentes diseños de muestreo pueden proporcionar como resultado diversos niveles de errores muestrales. Por lo tanto, el objetivo es que la selección de la muestra sea tal que genere el menor error posible, gracias a la selección en datos de la población total. Cuanto menor error se induzca en el diseño de la muestra, mayor proximidad y fiabilidad se tendrá en las conclusiones de la población objetivo.

Las encuestas por muestreo tienen como principio que se basan en elecciones probabilísticas, para estimar características de una población. Esto implica que para inferir el comportamiento de una población, a partir de una muestra, se espera que las características se distribuyan aleatoria y uniformemente dentro de aquella población objeto de estudio.

En general, lo más recomendable es hacer un muestreo donde cada elemento de la población tenga la misma probabilidad, conocida y no nula, de ser seleccionado. La ventaja de este tipo de muestreo es que es probable que reduzca el error y ponga límites a los efectos posibles y probables de esa imperfección. El más elemental que existe en la

literatura es el *Muestreo Irrestringido Aleatorio* (MIA) del cual se derivan otras técnicas de muestreo más sofisticadas que pueden ser más convenientes, prácticas y económicas.

A partir de la experiencia, para el diseño de la muestra de la encuesta de medición del comportamiento lector, es recomendable realizar un muestreo por conglomerados –técnica derivada del MIA–. En este resulta oportuno hacer muestreos en varias etapas (multietápico), para garantizar la localización de las viviendas y los hogares. Adicionalmente, el muestreo estratificado es conveniente, pues permite que la muestra seleccionada se distribuya uniformemente entre regiones o zonas geográficas y entre grupos de población, según estratos. Finalmente, es conveniente tener en cuenta las recomendaciones de las Naciones Unidas para el diseño de muestras en encuestas de hogares, respecto a los errores de muestreo y la naturaleza de la estimación, por criterios de valores absolutos de los errores estándar, errores estándar relativos e intervalos de confianza (95%).

## Ficha metodológica de la encuesta

ENCUESTA DE MEDICIÓN DEL COMPORTAMIENTO LECTOR	
Concepto	Descripción
<b>Objetivo general</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Contar con indicadores comunes para medir el comportamiento lector en Iberoamérica, que sean útiles para la formulación y evaluación de políticas y planes de lectura.</li></ul>
<b>Objetivos específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Conocer aspectos específicos del comportamiento lector; que sean relativos a la lectura en distintos soportes (libros, periódicos, revistas y textos en internet), además de identificar las frecuencias, preferencias, idiomas, motivos, lugares, limitaciones, lectura en el pasado y actual, lectura durante la infancia, vías de acceso a textos escritos, compra de libros, asistencia a bibliotecas y uso del tiempo libre.</li><li>Definir indicadores sobre diferentes aspectos del comportamiento lector, que puedan recabarse de manera periódica en distintos países iberoamericanos. Lo anterior, con el fin de establecer comparaciones en el tiempo y entre países y así contar con elementos, que promuevan la definición y evaluación de las políticas públicas en materia de lectura.</li></ul>
<b>Unidad de investigación</b>	Personas de más de cinco años en viviendas con hogares.
<b>Informantes</b>	Personas de más de cinco años de edad.
<b>Tipo de cuestionario</b>	Entrevista directa.
<b>Ámbito geográfico de investigación</b>	Población residente en el territorio nacional (rural y urbano).
<b>Tamaño de la muestra</b>	De acuerdo con el diseño muestral de cada país.
<b>Tipo de muestreo</b>	Se recomienda un muestra multietapica, estratificada por conglomerados.
<b>Error muestral</b>	Criterios de valores absolutos de los errores estándar, errores estándar relativos e intervalos de confianza (95%).

Módulos	<b>Variables demográficas y socioeconómicas de la población estudiada</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Género</li> <li>• Edad</li> <li>• Nivel de escolaridad</li> <li>• Categoría ocupacional</li> <li>• Ingresos del hogar</li> <li>• Localidad, región y ciudad del hogar</li> </ul>
Módulos	<b>Tipo y frecuencia de lectura</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lectura de libros, periódicos, revistas y textos en internet por soporte</li> <li>• Frecuencia de lectura de libros, periódicos, revistas y textos en internet</li> <li>• Número de libros leídos por soporte</li> <li>• Número de horas a la semana dedicadas a la lectura de libros, periódicos, revistas y textos en internet por soporte</li> <li>• Preferencias y frecuencias de lectura por tipos de libros</li> <li>• Preferencias y frecuencias de lectura por tipos de revistas</li> <li>• Preferencias y frecuencias de lectura por tipos de periódicos</li> <li>• Idiomas en los que se lee</li> <li>• Lugares donde se lee</li> <li>• Lectura para otros</li> <li>• Lectura en relación con el pasado</li> <li>• Lectura en la infancia por otras personas</li> <li>• Regalo de libros en la infancia</li> </ul>

<b>Módulos</b>	<b>Motivos para leer, razones por las que no se lee y limitaciones para leer</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivos por los que se lee</li> <li>• Razones por las que no se lee con mayor frecuencia</li> <li>• Limitaciones para leer</li> <li>• Cómo se percibe la lectura</li> </ul>
<b>Módulos</b>	<b>Acceso a la lectura</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vías de acceso a libros y revistas</li> <li>• Compra de libros, textos escolares y revistas</li> <li>• Gasto en compra de libros y revistas</li> <li>• Motivos de compra de libros</li> <li>• Lugares de compra de libros</li> <li>• Libros comprados a través de internet</li> <li>• Libros en casa</li> <li>• Frecuencia de asistencia a bibliotecas</li> <li>• Motivos para no asistir a bibliotecas</li> <li>• Tipo de bibliotecas visitadas</li> <li>• Tipo de materiales consultados en bibliotecas</li> <li>• Actividades realizadas en bibliotecas</li> <li>• Consultas de bibliotecas a través de internet</li> <li>• Uso de internet</li> </ul>
<b>Módulos</b>	<b>Uso del tiempo libre</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso del tiempo libre para leer y asistir a bibliotecas y librerías comparado con otras actividades</li> </ul>
<b>Módulos</b>	<b>Lectura entre niños de cinco a once años</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gusto porque al niño le lean</li> <li>• Gusto por leer</li> <li>• El medio de lectura</li> <li>• Lectura a través de internet</li> <li>• Lugar donde le gusta leer</li> <li>• Razones por las que no le gusta leer o no lee con mayor frecuencia</li> </ul>



## Alternativas para la elaboración del instrumento

Los estudios de comportamiento lector (y uso de libros) pueden incluir un número significativo de preguntas. Lo cual depende de la metodología que se aplique y de la disponibilidad presupuestal necesaria para llevar a cabo la aplicación del instrumento.

El CERLALC recomienda estandarizar las definiciones operacionales de las variables que serán investigadas; por ejemplo, los vocablos utilizados en cada país, que se puede hacer mediante la introducción de tablas de equivalencia y glosario de términos; así como el universo del estudio; el formulario básico (el flujo del formulario en anexo I); el sistema de recolección, los aspectos de diligenciamiento (anexo II) y el manual de supervisión.

## Problemas de comparabilidad

La mayoría de países europeos utilizó la encuesta sobre las prácticas culturales para estudiar los hábitos de lectura. Las preguntas sobre hábitos de lectura en este tipo de encuesta suelen de ser muy limitadas y su número es muy restringido, pero en esta inclusión se reconoce la ventaja de un costo económico bajo. La cantidad y particularmente la calidad del resultado, por el contrario, son directamente dependientes:

Un punto común de todas las encuestas sobre los hábitos de lectura en Europa es que han puesto en relación la lectura con otras actividades del



tiempo libre [...] la interdependencia de la oferta (documentada en detalle en el anuario estadístico UNESCO) y de la demanda (casos como el fenómeno, por ejemplo, de Harry Potter) es un campo interesante para examinar de cerca, no de un punto de vista comercial, sino más bien en el contexto del cambio de prácticas de la lectura en el curso de los últimos años.

Las diversas metodologías puestas en marcha por los países podrían haber sido ilustradas a través de diversas tablas ensayando reagrupar, en lo posible, las informaciones estadísticas. Donde no existe problema, podrían ser esbozadas como complemento de cada indicador presentado (Donnat, O., De Freitas, E., Frank, G., 2001).

Es conveniente, para efectos de comparabilidad, tener presente que la población objetivo son los hogares y la medición estadística del comportamiento lector puede realizarse con tres fuentes principales de datos sociales y demográficos en los países: los censos de población, las encuestas de hogares y los registros administrativos. Dado que los censos de población son costosos y no permiten profundizar en información especializada; y los registros administrativos están enfocados en las estadísticas vitales, la recomendación son las encuestas de hogares por su relativo menor costo, su oportunidad y seguimiento a las políticas de planificación, implementación y evaluación de políticas públicas sociodemográficas.

Las encuestas de hogares permiten la caracterización del perfil básico de una población por edad, género y



distribución geográfica y por ende, de los fenómenos sociales asociados a la educación, la migración, la calidad de vida, el empleo o aspectos especiales, que demandan flexibilidad del instrumento de recopilación de datos y mayor profundidad como el comportamiento lector y las prácticas y competencias lectoras, entre otros.

Otra ventaja de las encuestas tipo hogares reside en que la información obtenida, el análisis y las conclusiones posteriormente se extrapolan a la población total o territorios relativamente amplios, lo cual permite obtener información sobre el tamaño, composición y distribución de la población. Sin embargo, se debe tener en cuenta, que las encuestas de hogares, por su calidad de muestra, pueden producir datos no confiables y representativos en áreas pequeñas del territorio nacional asociadas a provincias, distritos y territorios especiales, entre otros.

## El formulario tipo

El formulario que se adjunta se considera el instrumento básico para recolectar la información mínima requerida para un estudio de comportamiento lector. Se ha intentado que además estandarice la información y permita la elaboración de índices comparativos en la región. Se puede aplicar de tres maneras diferentes:

- Un módulo adicional en la encuesta nacional de hogares de un país.
- Una encuesta multipropósito independiente que incorpore el comportamiento lector con otros

aspectos sociales de interés por investigar; como por ejemplo, encuestas de cultura, educación, migración, etc. bajo la estructura de una encuesta de hogares.

- Una encuesta independiente a las realizadas por los organismos oficiales de estadística a hogares, contratadas a empresas especializadas en levantamiento de estadísticas, bajo las recomendaciones de la metodología de medición del comportamiento lector del CERLALC.

En muchos países, la encuesta de hogares se ha perfeccionado e incluye mayores dominios de estudio, lo que permite una mayor cobertura de la población de un país; principales ciudades y sus áreas metropolitanas, dentro del total nacional, las cabeceras municipales y el resto del país.

La introducción del informante directo captura dicha información mediante Dispositivos Móviles de Captura (DMC). Además, la ampliación de la cobertura a un número mayor de ciudades y áreas permite brindarle a la encuesta varios propósitos, porque se han incluido diferentes módulos que colaboran con la obtención de datos sobre los fenómenos sociales de interés nacional, además de los temas del mercado laboral. Es así como en diferentes etapas y países se han ido incluyendo módulos sobre salud, educación, trabajo infantil y justicia, entre otros.

Si las encuestas de lectura y consumo se aplicaran con el mismo nivel de cobertura, pero de manera independiente, el costo<sup>7</sup> sería sustancialmente

: 7 En Colombia se ampliaría la cobertura hasta a 24 ciudades, el resto de cabeceras municipales y el total nacional rural. El proyecto se ha estimado en quinientos cuarenta y siete mil dólares.

mayor. Sin embargo, la metodología de adicionarla como un módulo en la encuesta nacional de hogares, o en las de multipropósito, tiene la limitante del número de preguntas que se pueden introducir en el formulario. Lo anterior, sucede dado que, técnicamente, un número mayor de preguntas genera ruido o pérdida de eficacia frente al objetivo principal de la encuesta, esto se da por el tiempo que requiere el encuestado y el nivel de concentración que tiene para responder. Ello significa un retrato con menos definición en sus múltiples rasgos.

Una aplicación de la encuesta de manera independiente a la de hogares, o de un formulario multipropósito, debe incluir necesariamente variables que identifiquen la estructura socioeconómica del encuestado, que en el caso anterior, están incluidos en la encuesta de hogares, así como las variables propias de la encuesta para medir el comportamiento lector y el consumo de libros. En estos casos, el número de preguntas no es un limitante, pero el costo del proyecto podría serlo; salvo que el tamaño de la muestra no sea tan grande, y aún así represente la población a estudiar.

En algunos países, el instrumento ha llegado a incluir de 107 a 150 preguntas y 32 referentes sobre las características socioeconómicas del hogar. De esta forma, a mayor costo han podido tener retratos más definidos. Incluso, en muchos casos estos han sido sobre las prácticas lectoras, representativos por ciudades o áreas rurales.

8 Caso Buenos Aires, sobre una muestra de 600 casos. El instrumento incluyó 68 preguntas, además de una caracterización de perfil socioeconómico del encuestado.

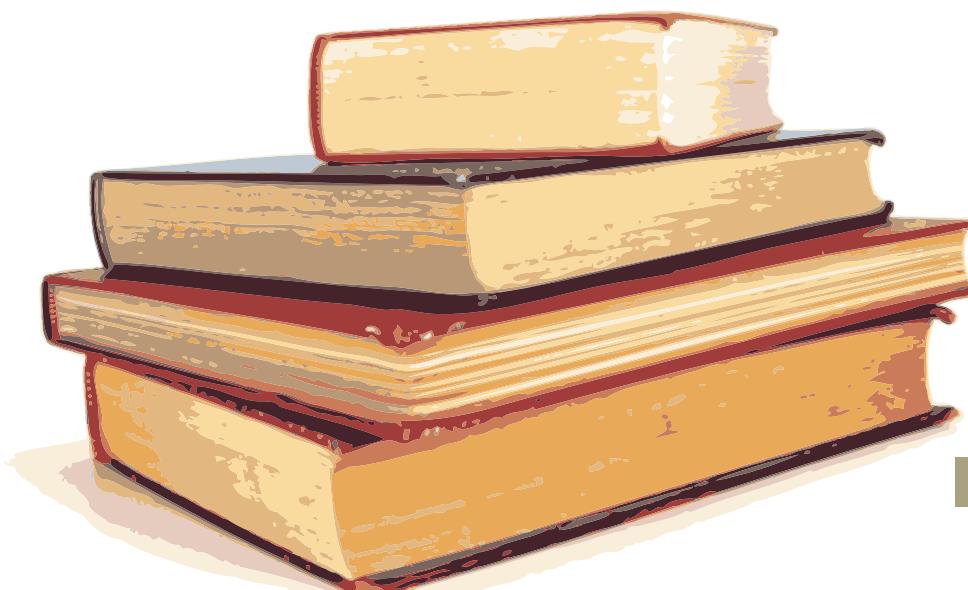
Son muchas las opciones en el diseño que se han explorado en este tipo de estudios, con muestras menos amplias<sup>8</sup>, o

bien, con universos más acotados y formas de obtención de información a distancia<sup>9</sup>.

Por eso es fundamental tener en cuenta que, en su gran mayoría, estas variantes han cuidado que los errores de muestra se hayan calculado para un nivel de confianza del 95%, cifra para todas las encuestas que ha recomendado el CERLALC.

El CERLALC ha venido recopilando todos los estudios de comportamiento lector realizados en la región, desde el 2000 hasta la fecha, y sigue encontrado dificultades para comparar sus resultados. La posibilidad de un trabajo conjunto entre las entidades oficiales de cada país y las ONG del sector interesadas en lograr mayor asertividad en los planes de lectura y escritura, se logrará si se adopta una metodología común.

9 En el caso de España, la metodología utilizada por la empresa Precisa Research, y posteriormente por la empresa Conecta para la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), con el patrocinio del Ministerio de Cultura de España, utilizó una muestra de 4.000 entrevistas telefónicas para individuos mayores de catorce años.





# ANEXO I. FORMULARIO

## Metodología común para la medición de comportamiento lector Encuesta sobre comportamiento lector

### I. Caracterización y perfil del encuestado

<b>A. IDENTIFICACIÓN</b>	
1. Región	5. Teléfono
2. Provincia, Estado o Departamento	6. Total de hogares en la vivienda
3. Ciudad o Municipio	7. Hogar No.
4. Dirección de la vivienda	8. Total de personas en el hogar

<b>B. DATOS DE LA VIVIENDA</b>	
1. Casa _____	3. Apartamento _____
2. Cuarto(s) en inquilinato _____	4. Otra vivienda _____

<b>C. DATOS DEL HOGAR</b>	
1. ¿Cuáles de los siguientes servicios o bienes en uso, posee este hogar?	
a. Servicio de internet _____	d. Computador para uso del hogar _____
b. Televisor _____	e. Televisión por suscripción _____
c. Reproductor de DVD _____	

<b>D. REGISTRO DE PERSONAS</b>	
1. ¿Cuáles son los nombres y apellidos de las personas que comen y duermen habitualmente en este hogar?	
Nombres y apellidos	Nombres y apellidos
Nombres y apellidos	Nombres y apellidos

<b>E. CARACTERIZACIÓN DEL ENCUESTADO</b>	
1. Género	5. ¿Actualmente asiste al preescolar, escuela, colegio o universidad? a. Sí _____ b. No _____
a. Femenino _____	b. Masculino _____
2. Edad (años)	
3. Ingresos del hogar en el mes Valor mensual\$ (registrar el mes y año)	6. ¿Cuál es el último grado de escolaridad terminado a. Ninguna _____ b. Primaria _____ c. Secundaria _____ d. Técnico _____ e. Universitario _____ f. Posgrado _____
4. De acuerdo a su categoría ocupacional, ¿usted es? a. Empleador _____ b. Asalariado _____ c. Trabajador independiente _____ d. Pensionado _____ e. Otra _____	

## II. Tipo y frecuencia de lectura

### 1. La lectura, en general, es algo que le interesa

Viene de I.E.2 mayores de 12 años

- a. Mucho  
b. Bastante

- c. Poco  
d. No le interesa

### 2. ¿Aprendió a leer y escribir?

- a. Sí

- b. No

Pasar a II.7

### 3. ¿Usted lee, aunque sea de vez en cuando y por más de 15 minutos seguidos libros, revistas, diarios, textos digitales o algún otro tipo de material?

- a. Sí

- b. No

### 4. ¿En algún momento de su vida leyó libros, revistas, diarios en papel o en digital?

- a. Sí

- b. No

### 5. ¿Lee usted los papeles que llegan a su casa, como facturas de servicios, publicidad u otros?

- a. Sí

- b. No

### 6. ¿Lee usted subtítulos en televisión?

- a. Sí

- b. No

### 7. ¿Lee usted los carteles en la calle?

- a. Sí

- b. No

## II. Tipo y frecuencia de lectura

### 8. ¿Reconoce las letras del abecedario?

- a. Sí  b. No   
Termina para los que no saben leer

### 9. ¿Usted qué lee?

	En soporte físico (impresos en papel)		En soportes digitales	
	Sí	No	Sí	No
a. Libros	Pasar II.10.a		Pasar II.10.a	
b. Textos escolares	Pasar II.10.b		Pasar II.10.b	
c. Diarios y periódicos	Pasar II.10.c		Pasar II.10.c	
d. Revistas	Pasar II.10.d		Pasar II.10.d	
e. Otros ¿Cuáles?	Pasar II.10.e		Pasar II.10.e	

### 10. ¿Cuántas horas promedio lee a la semana?

	En soporte físico (impresos en papel)	En soportes digitales
a. Libros	Pasar 11	Pasar 11
b. Textos escolares	Pasar 12	Pasar 12
c. Diarios y periódicos	Pasar 13.a, 14 y 17	Pasar 13.a, 14 y 17
d. Revistas	Pasar 13.d, 14 y 16	Pasar 13.d, 14 y 16
e. Otros ¿cuáles?		

### 11. ¿Cuántos libros leyó en?

	Soporte físico (impresos en papel)	Soportes digitales
a. Último mes	Pasar 13.b, 14 y 15	Pasar 13.b, 14 y 15
b. Últimos tres meses	Pasar 13.b, 14 y 15	Pasar 13.b, 14 y 15
c. Últimos doce meses	Pasar 13.b, 14 y 15	Pasar 13.b, 14 y 15

## II. Tipo y frecuencia de lectura

### 12. ¿Cuántos textos escolares leyó en?

	Soporte físico (impresos en papel)	Soportes digitales
a. Último mes	Pasar 13.b, 14 y 15	Pasar 13.b, 14 y 15
b. Últimos tres meses	Pasar 13.b, 14 y 15	Pasar 13.b, 14 y 15
c. Últimos doce meses	Pasar 13.b, 14 y 15	Pasar 13.b, 14 y 15

### 13. ¿Con qué frecuencia lee?

	Diaramente	Alguna vez a la semana	Alguna vez a mes	Alguna vez a trimestre	Casi nunca	Nunca
	1	2	3	4	5	6
a. Libros						
b. Textos escolares						
c. Periódicos						
d. Revistas						
e. Textos en internet						
f. Otros ¿cuáles?						

### 14. ¿Qué lee a través de internet?

Viene de II.13.e

- a. Material de interés personal
- b. Material para el estudio
- c. Material para el trabajo
- d. Material sobre trámites y servicios
- e. Noticias e información de actualidad
- f. Correo, chat, redes sociales
- g. Otro ¿cuál?




## II. Tipo y frecuencia de lectura

### 15. ¿Qué tipo de libros lee?

Pasar a II.18, 19, 20.1  
y 20.4

	Diariamente	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Casi nunca	Nunca
a. Libros para niños						
b. Libros para jóvenes						
c. Historietas						
d. Novela/cuento						
e. Poesía						
f. Ensayo						
g. Biografías						
h. Autoayuda y superación						
i. Religión						
j. Historia, política y sociales						
k. Esoterismo (ocultismo)						
l. Artes						
m. Cocina/manualidades y asuntos prácticos						
n. Científico técnico						
o. Textos escolares						
p. Enciclopedias y diccionarios						
q. Guías y manuales						
r. Otros ¿cuál?						

### 16. ¿Qué revistas lee?

Pasar a II.18, 19, 20.2 y 20.4

	Diariamente	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Casi nunca	Nunca
a. Espectáculos/farándula/femeninas						
b. Librerías y culturas						
c. Informativas generales						
d. Ciencia y tecnología/educativas						
e. Jóvenes y adolescentes						

## II. Tipo y frecuencia de lectura

### 16. ¿Qué revistas lee?

f. Eróticas						
g. Religiosas						
h. Historietas						
i. Políticas						
j. Otra ¿cuál?						

### 17. ¿Qué periódicos lee?

Pasar a II.18, 19, 20.3  
y 20.4

	Diarilmente	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Casi nunca	Nunca
a. Informativos generales						
b. Económicos						
c. Religiosos						
d. Deportivos						
e. Para jóvenes						
f. Otros ¿cuál?						

### 18. ¿Cuál es su idioma de lectura?

a. Español	
b. Portugués	
c. Lenguas indígenas ¿cuál?	
d. Otra ¿cuál?	


### 19. ¿Qué otros idiomas lee?

a. Español	
b. Portugués	
c. Inglés	
d. Francés	
e. Italiano	
f. Alemán	
g. Japonés	
h. Otro ¿cuál?	


## II. Tipo y frecuencia de lectura

**20. ¿En cuáles de los siguientes lugares suele leer?**

		Libros (1)	Revistas (2)	Periódicos (3)	Textos en internet (4)
a.	La casa				
b.	El salón de clase (aula)				
c.	Centros con acceso a TIC (café internet, telecentros)				
d.	Librerías				
e.	Lugares religiosos				
f.	Las bibliotecas				
g.	Las cafeterías/los centros comerciales				
h.	El sitio de trabajo				
i.	Al aire libre				
j.	Los consultorios/salones de belleza/peluquerías				
k.	El transporte público				
l.	Otros sitios ¿cuáles?				

**21. ¿Usted le lee a?**

	Diariamente	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Casi nunca	Nunca
	1	2	3	4	5	6
a.	Sus hijos					
b.	Su pareja					
c.	Sus amigos					
d.	Sus familiares					
e.	Otros ¿cuáles?					

**22. ¿Con relación a hace tres años, en su tiempo libre actual, usted lee?**

a. Más que antes	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Pasar a II.24
b. Igual que antes		Pasar a II.24
c. Menos que antes		Pasar a II.23

## II. Tipo y frecuencia de lectura

### 23. ¿A qué dedica el tiempo que antes ocupaba en leer?

- |                             |  |
|-----------------------------|--|
| a. Trabajo                  |  |
| b. Estudio                  |  |
| c. Navegar por internet     |  |
| d. Deporte                  |  |
| e. Va más al cine           |  |
| f. Va más al teatro         |  |
| g. Ve más TV                |  |
| h. Estar más con la familia |  |
| i. Estar con los amigos     |  |
| j. Otros hobbies ¿cuáles?   |  |

### 24. ¿En su infancia leían o leía?

- |                |  |
|----------------|--|
| a. Sí          |  |
| b. No          |  |
| c. No recuerda |  |

### 25. ¿Su padre o su madre leía habitualmente?

- |            |  |
|------------|--|
| a. Sí      |  |
| b. No      |  |
| c. No sabe |  |

### 26. ¿En este hogar, cada cuánto leen los adultos con los niños de cinco a doce años, por entretenimiento?

- |                             |  |
|-----------------------------|--|
| a. Diariamente              |  |
| b. Una vez a la semana      |  |
| c. Una vez cada quince días |  |
| d. Una vez al mes           |  |
| e. Con otra frecuencia      |  |
| f. Nunca                    |  |

## II. Tipo y frecuencia de lectura

**27. Después de que aprendió a leer ¿sus padres o familiares le regalaron libros, historietas y/o revistas?**

- a. Muchas veces
- b. Pocas veces
- c. Nunca


**28. ¿Comenta habitualmente con las personas que vive, algunas de las cosas que algún miembro lee, en libros, diarios, revistas, textos en computador o de otro tipo?**

- a. Sí
- b. No
- c. Vive solo/no tiene con quién comentar
- d. No sabe/no responde


**29. ¿Con qué frecuencia comenta la lectura de libros, periódicos o revistas con las personas que viven en su hogar?**

- a. Frecuentemente
- b. De vez en cuando
- c. Nunca


**31. ¿Qué persona(s) influyó para que usted lea?**

- a. Padre, madre
- b. Hermanos
- c. Otro familiar
- d. Amistades, parejas
- e. Maestro, profesor
- f. Bibliotecario de la escuela, bibliotecario
- g. Jefe, compañero de trabajo
- h. Compañero político, de sindicato, asociación
- i. Vecinos, gente del barrio
- j. Ninguna persona
- k. Otra persona ¿cuál?


### III. Motivos para leer, razones por las no se lee y limitaciones

#### 1. ¿La lectura para usted es?

Viene de II.13.1 a 13.4

- |    |  |
|----|--|
| a. | Fuente de conocimiento profesional     |
| b. | Una actividad placentera               |
| c. | Fuente de conocimiento para la escuela |
| d. | Fuente de conocimiento para la vida    |
| e. | Otro ¿cuál?                            |


#### 2. ¿Cuáles son los motivos por los que usted lee?

Viene de II.13.1 a 13.3

- |    |  |
|----|--|
| a. | Motivos de trabajo                           |
| b. | Motivos de estudio (solo libros de texto)    |
| c. | Motivos de estudio (NO solo libros de texto) |
| d. | Actualización/perfeccionamiento profesional  |
| e. | Placer o gusto                               |
| f. | Motivos religiosos                           |
| g. | Otros motivos ¿cuáles?                       |


#### 3. ¿A qué se debe que usted no lea o que no lea con mayor frecuencia?

Viene de II.13.4 a 13.6

- |    |                                     |
|----|-------------------------------------|
| a. | No le gusta leer                    |
| b. | Por no disponer de dinero           |
| c. | Ya no le interesa                   |
| d. | Tiene otras prioridades             |
| e. | Cambió de hábitos                   |
| f. | Porque prefiere otras actividades   |
| g. | Por falta de tiempo                 |
| h. | Porque tiene limitaciones para leer |
| i. | Otros ¿cuáles?                      |


Pasa a II.4

#### 4. ¿Cuál de las siguientes limitaciones tiene usted para leer?

- |    |  |
|----|--|
| a. | Lee muy despacio                               |
| b. | No comprende todo lo que lee                   |
| c. | No tiene suficiente concentración para leer    |
| d. | No lee por limitaciones físicas (visión, etc.) |
| e. | Otra ¿Cuál?                                    |


## IV. Uso del tiempo libre

### 1. ¿Qué actividades hace en su tiempo libre?

Viene de I.E.2 mayores de doce años

	Mucho	Bastante	Poco	Nada
	1	2	3	4
a. Ver televisión				
b. Ver videos				
c. Leer (periódicos, revistas, libros, textos en internet)				
d. Escuchar música				
e. Ir a bailar				
f. Escuchar radio				
g. Navegar en internet				
h. Practicar deporte o asistir a eventos deportivos				
i. Ir al cine				
j. Ir al teatro/danza/conciertos				
k. Ir a museos/exposiciones/centros históricos				
l. Ir al aire libre				
m. Salir con amigos				
n. Descansar				
o. Otras ¿cuáles?				



## V. Acceso a la lectura

### 1. ¿Los libros que usted lee son?

Viene de II.13.a y 13.b

- a. Comprados
- b. Fotocopiados
- c. De la biblioteca del hogar
- d. Regalados
- e. Prestados por bibliotecas y escuelas
- f. Prestados por particulares (familiares, amigos)
- h. Descargados internet
- g. Descargados dispositivos electrónicos (tabletas, teléfonos móviles)
- i. Otros ¿cuáles?

Diariamente	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Casi nunca	Nunca

### 2. ¿Las revistas que usted lee son?

Viene de II.13.d

- a. Comprados
- b. Fotocopiados
- c. De la biblioteca del hogar
- d. Regalados
- e. Prestados por bibliotecas y escuelas
- f. Prestados por particulares (familiares, amigos)
- h. Descargados internet
- g. Descargados dispositivos electrónicos (tabletas, teléfonos móviles)
- i. Otros ¿cuáles?

Diariamente	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Casi nunca	Nunca

## V. Acceso a la lectura

### 3. ¿Los periódicos que usted lee son?

	Diariamente	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Casi nunca	Nunca
a. Comprados						
b. Fotocopiados						
c. De la biblioteca del hogar						
d. Regalados						
e. Prestados por bibliotecas y escuelas						
f. Prestados por particulares (familiares, amigos)						
h. Descargados de internet						
g. Descargados de dispositivos electrónicos (tabletas, teléfonos móviles)						
i. Otros ¿cuáles?						

### 4. ¿Cuántos libros compró en los últimos?

Viene de V.1.a

	Tres meses	Doce meses
a. Total libros		
b. Total textos escolares		

### 5. Aproximadamente, ¿cuánto gastó en libros durante el último año?

a. Valor anual \$ \_\_\_\_\_

## V. Acceso a la lectura

### 6. ¿Cuántas revistas compró en los últimos?

Viene de V.2.a

	Tres meses	Doce meses
a. Total revistas		
b. Total por suscripción		

### 7. Aproximadamente, ¿cuánto gastó en revistas durante el último año?

a. Valor anual \$ \_\_\_\_\_

### 8. ¿Usted compra libros para?

Viene de V.4

- a. Atender requerimientos escolares/académicos
- b. Atender requerimientos laborales
- c. Entretenimiento
- d. Regalar
- e. Consultar
- f. Otros motivos ¿cuáles?


### 9. ¿Dónde compra los libros?

	Textos escolares	Otros
a. Librerías		
b. Ferias del libro		
c. Tiendas de usados		
d. Almacenes de cadena (supermercados)		
e. Calle (vendedores ambulantes)		
f. Quioscos		
g. Pedidos por internet		

## V. Acceso a la lectura

### 9. ¿Dónde compra los libros?

h.	Iglesias, centros religiosos		
i.	Casa o lugar de trabajo (servicio puerta a puerta)		
j.	Otro sitio ¿cuál?		

### 10. ¿Qué tipo de libros adquirió a través de internet?

Viene de V.9.g

	Sí	No
a. Impreso en papel		
b. Libro digital o electrónico		

### 11. En total, ¿cuántos libros tiene en su casa?

- a. Total libros impresos (en papel)  
b. De ese total, ¿cuántos son textos escolares?  
c. Total libros digitales o electrónicos  
d. De ese total, ¿cuántos son textos escolares?


### 12. ¿Con qué frecuencia visita una biblioteca?

- a. Todos o casi todos los días  
b. Una o dos veces por semana  
c. Los fines de semana  
d. Alguna vez al mes  
e. Alguna vez al trimestre  
f. Alguna vez al año  
g. Casi nunca  
h. Nunca
- Pasa a V.14  
Pasa a V.13  
Pasa a V.13

## V. Acceso a la lectura

**13. ¿Cuál es el motivo por el cual no ha ido a una biblioteca?**

Pasa a V.17

- a. No conoce ninguna/no sabe dónde están situadas
- b. No tiene tiempo
- c. No tiene suficientes libros
- d. No encuentra los libros que le interesan
- e. No le interesa/ no le gusta leer
- f. No hay bibliotecas donde vivo
- g. Prefiero conseguir libros por otros medios
- h. No sé buscar libros
- i. No me ayudan a buscar lo que necesito
- j. No tienen buen servicio e instalaciones
- k. El horario no me conviene
- l. Problemas de Salud o discapacidad
- m. Otros ¿cuáles?


**14. ¿Qué tipo de biblioteca visita?**

- a. Pública
- b. Escolar
- c. Universitaria
- d. Comunitaria
- e. Especializada, empresas
- f. Otras¿cuáles?


**15. ¿Cuando va a la biblioteca por lo general busca?**

- a. Libros
- b. Periódicos
- c. Revistas
- d. Consulta en internet
- e. Películas o música
- f. Otro motivo ¿cuál?


## V. Acceso a la lectura

### 16. ¿Qué tipo de actividades realiza en la biblioteca?

a. Leer para investigar	<input type="checkbox"/>	Viene de V.15.a, 15.b, 15.c, 15.d
b. Leer para estudiar	<input type="checkbox"/>	Viene V.15.b, c y d
c. Leer por placer en un lugar tranquilo	<input type="checkbox"/>	Viene de V.15.a - 15.d
d. Leer periódicos y revistas	<input type="checkbox"/>	Viene de V.15.a - 15.f
e. Utilizar el computador, internet	<input type="checkbox"/>	Viene de V.15.e - 15.f
f. Participar de conferencias, cursos y talleres	<input type="checkbox"/>	Viene V.15.e - 15.f
g. Participar de conciertos, exposiciones, etc.	<input type="checkbox"/>	Viene de V.15.a
h. Ver películas/ oír música	<input type="checkbox"/>	Viene de V.15.a
i. Leer libros que no tengo o no consigo en las librerías	<input type="checkbox"/>	Viene de V.15.a - 15.f
j. Préstamo de libros	<input type="checkbox"/>	
k. Otro ¿cuál?	<input type="checkbox"/>	

### 17. ¿En los últimos tres meses ha consultado el sitio web de una biblioteca ?

- a.  Sí       Pasa a V.18  
 b.  No       Pasa a V.17

### 18. ¿Qué actividades ha realizado en el sitio web de una biblioteca?

a. Consulta del catálogo en línea	<input type="checkbox"/>
b. Descarga de libros o documentos digitalizados	<input type="checkbox"/>
c. Uso de servicios en línea (solicitud de préstamo, renovación)	<input type="checkbox"/>
d. Uso de programas de formación	<input type="checkbox"/>
e. Visitar exposiciones virtuales	<input type="checkbox"/>
f. Lectura de contenidos (noticias, textos, etc).	<input type="checkbox"/>
g. Obtener información general	<input type="checkbox"/>
h. Otro ¿cuál?	<input type="checkbox"/>

## V. Acceso a la lectura

### 19. ¿Para cuál de las siguientes actividades utiliza usted internet?

Viene de II.14 y IV.1.g

	Al menos una vez por día	Al menos una vez por semana	Al menos una vez al mes
a. Leer revistas digitales			
b. Leer periódicos			
c. Leer libros			
d. (Descargar e-book)			
e. Chat			
f. Correos electrónicos			
g. Visitar páginas web			
h. Servicios en línea			
i. (Banca on-line, reservas, compra)			
j. Descargar archivos (música, cine, series, programas)			
k. Blogs			
l. Otros ¿cuál?			
m. No utiliza internet			

### 20. Si leyó en medios digitales o electrónicos, ¿a través de qué medio lo hizo?

Viene V.19.a hasta V.19.l

a.	Computador de escritorio	
b.	Computador portátil	
c.	Teléfono móvil	
d.	Tableta	
e.	Otro ¿cuál?	

## V. Acceso a la lectura

### 21. ¿Por qué no leyó en medios digitales y/o electrónicos?

Viene de V.19.m

- a. No tiene acceso a un computador o dispositivo
- b. No tiene acceso a conectividad en su computador o dispositivo
- c. No hay lugares de acceso a computadores y/o dispositivos cercanos (café internet, telecentros, tecnocentros, bibliotecas)
- d. No sabe usar el computador
- e. No le gusta leer por medios electrónicos o digitales
- f. Otro ¿cuál?




## VI. Comportamiento lector para personas entre 5 y 12 años de edad

### 1. ¿Le gusta que le lean?

Viene de I.E.2

a. Sí

b. No

c. No sabe

Pasar a VI.3

Pasar a VI.3

### 2. ¿Quién prefiere que le lea?

a. Los abuelos

b. El papá

c. La mamá

d. Otros familiares

e. El (la) profesor(a)

f. El (la) bibliotecario(a)

g. Otro tipo de persona, ¿cuál?

h. No sabe

### 3. ¿Le gusta leer?

a. Sí

b. No

c. No sabe leer

e. No sabe si le gusta

Terminar

Pasa a VI.5

### 4. ¿Con qué frecuencia lee por gusto o por entretenimiento?

a. Diariamente

b. Alguna vez a la semana

c. Alguna vez al mes

d. Alguna vez al trimestre

e. Casi nunca

f. Nunca

## VI. Comportamiento lector para personas entre 5 y 12 años de edad

### 5. ¿En qué medio lee?

- |   | Sí | No |
|---|----|----|
| a. En soporte físico (impreso en papel) |    |    |
| b. En soportes digitales o electrónicos |    |    |

### 6. ¿En dónde le gusta leer?

- |                          |
|--------------------------|
| a. En la casa            |
| b. En la escuela         |
| c. En la biblioteca      |
| d. En otro lugar, ¿cuál? |
| e. No sabe               |


### 7. ¿Qué lee a través de internet?

- |                                 |
|---------------------------------|
| a. Material de estudio          |
| b. Libros infantiles            |
| c. Correo, chat, redes sociales |
| d. Otro ¿Cuál?                  |
| e. No lee a través de internet  |


### 8. ¿Cuál es la razón principal porque no le gusta leer?

Viene de VI.3.b

- |                              |
|------------------------------|
| a. Porque le parece difícil  |
| b. Porque no tiene qué leer  |
| c. Porque no tiene tiempo    |
| d. Porque le parece aburrido |
| e. Otra razón, ¿cuál?        |
| f. Nadie lee en el hogar     |
| g. No sabe la razón          |






## ANEXO II. ASPECTOS DE DILIGENCIAMIENTO Y CONSISTENCIA

### Partes constitutivas del formulario

El formulario de comportamiento lector consta de seis capítulos, donde se analizan algunos elementos de secuencia y consistencia con las siguientes instrucciones:

- Caracterización y perfil del encuestado
- Tipo y frecuencia de lectura
- Motivos y limitaciones para leer
- Uso del tiempo libre
- Acceso a la lectura
- Comportamiento lector para personas entre cinco y doce años de edad:

### Informante y secuencia del formulario

El método de recolección propuesto es dirigirlo a informantes directos, de acuerdo con el número de personas que componen cada hogar. En los casos de los informantes entre cinco y doce años de edad pueden estar acompañados de un informante idóneo, que resida en el hogar y que pueda responder correctamente las preguntas.

El formulario describe la secuencia de las preguntas, según las opciones de respuesta. Por ejemplo, Pasar a II.10.a hace referencia al capítulo II, pregunta 10, opción a.

El capítulo I está enfocado en averiguar las características y el perfil básico de los miembros del hogar, a través de los datos de ubicación de la vivienda, el tipo de vivienda, bienes y servicios con que cuenta el hogar, el registro de personas y el perfil básico de los miembros del hogar por edad, género, ingresos del hogar en el mes, escolaridad y categoría ocupacional.

### *A. Identificación*

1. Región	5. Teléfono
2. Provincia, Estado o Departamento	6. Total de hogares en la vivienda
3. Ciudad o Municipio	7. Hogar No.
4. Dirección de la vivienda	8. Total de personas en el hogar

La sección A indaga por la identificación básica del hogar, que permita la ubicación geográfica.

### *B. Datos de la vivienda*

1. Casa	2. Cuarto(s) en inquilinato
3. Apartamento	4. Otra vivienda

La sección B averigua por las características de la vivienda en la que residen el o los hogares identificados.

## C. Datos del hogar

1. ¿Cuáles de los siguientes servicios o bienes en uso, posee este hogar?	
a. Servicio de internet	d. Computador para uso del hogar
b. Televisor	e. Televisión por suscripción
c. Reproductor de DVD	

La sección C profundiza en los servicios o bienes a disposición del hogar, relacionados directa o indirectamente con el comportamiento lector, para cada uno de los miembros del hogar.

## D. Registro de personas

¿Cuáles son los nombres y apellidos de las personas que comen y duermen habitualmente en	
Nombres y apellidos	Nombres y apellidos
Nombres y apellidos	Nombres y apellidos

Indagar por los nombres y apellidos de cada una de las personas que conforman el hogar, permite identificar en cada formulario las personas del hogar que respondieron la encuesta.

## E. Caracterización del encuestado

1. Género a. Femenino b. Masculino	1. ¿Actualmente asiste al preescolar, escuela, colegio o universidad? a. Sí b. No
2. Edad (años) 3. Ingresos del hogar en el mes}  Valor mensual \$ (registrar el mes y el año)	2. ¿Cuál es el último grado de escolaridad terminado? a. Ninguna b. Primaria c. Secundaria d. Técnico e. Universitario f. Posgrado
4. De acuerdo con su categoría ocupacional. ¿Ustedes?  a. Empleador b. Asalariado c. Trabajador independiente d. Pensionado e. Otro	

La sección E es importante en el formulario, pues permite identificar y caracterizar el perfil básico de cada uno de los miembros del hogar, y posteriormente de la población, por edad, género y distribución geográfica. La caracterización permite medir, analizar y concluir sobre el comportamiento lector según total nacional, o ciudad o región, entre otros. En la pregunta 2 se filtra e identifica las personas entre cinco y doce años, para aplicarles el formulario específico del capítulo V. En la pregunta 3 sobre los ingresos del hogar, se indaga únicamente al jefe de hogar y el resultado se registra en moneda local, junto con el mes y año de referencia.

## **Capítulo II**

### **Tipo y frecuencia de la lectura**

El tipo y frecuencia de la lectura está enfocado en examinar a cada miembro del hogar, qué es lo que lee, qué género lee y con qué frecuencia lee.

El rango de preguntas que abarca el número 1 al número 8 está orientado en identificar el tipo lector por medio del interés por la lectura, el alfabetismo, la funcionalidad de la lectura y algunos tipos de lectura. Estas preguntas son de respuesta única.

Las preguntas comprendidas del numeral 9 al numeral 17, se encargan de indagar por la lectura de libros, textos escolares, diarios y periódicos, revistas, entre otros, según soporte; el número de horas promedio que dedicó cada miembro del hogar a la lectura, según tipo; el número de libros y de textos escolares que leyó en el último mes, tres meses y doce meses; la frecuencia de lectura, la lectura a través de internet; y los géneros de libros, revistas y periódicos que leen por frecuencia. Las opciones de los numerales 9 al 17 son múltiple respuesta.

Las preguntas 18 y 19 hacen referencia al idioma en el cual las personas leen. La pregunta 18 es de respuesta única y la 19 admite múltiple respuestas.

Las preguntas del numeral 20 al 31, examinan comportamientos lectores identificados por el lugar de lectura; prácticas lectoras de los miembros del hogar; prácticas lectoras en la infancia; influencia del núcleo familiar en la lectura; influencia de otras personas en la lectura. Las preguntas 22

a 29 son de respuesta única. Las preguntas 30 y 31 son de múltiple respuesta en dos opciones.

## **Capítulo III**

### **Motivos para leer, razones por las que no lee y limitaciones**

Se pretende conocer, para las personas del hogar, lo que significa la lectura, los motivos para leer, cuando práctica la lectura con menos frecuencia, cuáles son las razones y las limitaciones para leer. Las preguntas del numeral 1 a 3 están filtradas desde el capítulo II con la pregunta 13 ¿Con qué frecuencia lee? Todas las preguntas del capítulo III tienen como opción única respuesta.

## **Capítulo IV**

### **Uso del tiempo libre**

El capítulo indaga por las diferentes actividades en tiempo libre que realiza cada uno de los miembros del hogar, calificando su importancia según criterios de frecuencia. La pregunta es de opción múltiple respuesta.

## **Capítulo V**

### Acceso a la lectura

El acceso a la lectura concentra en las preguntas 1 a 11 los tipos de textos adquiridos por las personas del hogar y la frecuencia de uso; el número de libros y revistas comprados en el último año; las razones y los lugares donde se compran los libros y revistas, y el uso del internet en la compra de libros. Las preguntas 1 a 9 y 11 son de opción múltiple de respuesta. La pregunta 10 tiene como opción única respuesta.

Las preguntas 12 a 18 indagan por el uso, frecuencia y tipo de bibliotecas que frecuentan las personas; motivos y prácticas lectoras en las bibliotecas; razones por las cuales no se visita las bibliotecas y el acceso a través de la web a las bibliotecas. Las preguntas 12, 13 y 17 son de única respuesta; la pregunta 14, 16, 18 y 21 de múltiple respuesta; la pregunta 15, 19 y 20 son de múltiple respuesta en dos opciones.

## **Capítulo VI**

### Comportamiento lector para personas entre 5 y 12 años de edad

El propósito del capítulo es identificar las prácticas, comportamientos y lecturas en los niños entre cinco y doce años de edad. Se indaga por el gusto a la lectura, la frecuencia, el tipo y el medio de lectura. Las preguntas 1, 3, 4, 6 son de única respuesta; las preguntas 2, 5, 7 y 8 son de múltiple respuesta en dos opciones.



# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ÁLVAREZ, D. (2006). *Seis ensayos para una bibliotecología de la lectura*. Medellín, Colombia. [Trabajo presentado para optar a la categoría de Profesos Asociado. Escuela Interamericana de Bibliotecología Universidad de Antioquia].
- \_\_\_\_\_. (2010). *Notas preliminares sobre la idea de comportamiento lector*. Medellín, Colombia.
- DONNAT, O., DE FREITAS, E. Y FRANK, G. (2001). *Manual de buena práctica sobre la elaboración de encuestas sobre los comportamientos de lectura en Europa*. Primera versión. Traducción para el CERLALC de Bernardo García Guerrero. Centro Nacional del Libro de Grecia.
- ONU (2005). Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division. *Designing Household Survey Samples: Practical Guidelines*. New York: United Nations Publication
- URIBE, R. Y BARRERO, J. (2008). “Comportamiento lector y consumo de libros en Iberoamérica” en *El Espacio iberoamericano del Libro 2008*. Sao Paulo: CERLALC y GIE.



**E**l estudio del comportamiento lector plantea enormes retos. Cualquier ejercicio de este tipo exige una delimitación conceptual sobre qué, del amplio universo de las prácticas de lectura, se va a estudiar. Prácticas ejecutadas sobre los diversos objetos que hacen posible la circulación de la información y de otras expresiones culturales. Por eso, no es obvio ni trivial determinar qué textos y qué tipo de actividades van a servir para recabar la información, además de los criterios con los que se van a analizar los datos obtenidos.

Este documento ofrece una propuesta, elaborada por el CERLALC, de una metodología común para la exploración y medición del comportamiento lector en los países iberoamericanos. Es resultado del trabajo conjunto de una serie de especialistas de la región, que tomó como punto de partida diversos ejercicios de este tipo realizados tanto en América Latina como en España, Portugal y otros países.