



SEGMENTACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LOS PÚBLICOS DE LA LECTURA

DATOS Y REFLEXIONES

Resumen ejecutivo



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA

RESUMEN EJECUTIVO

La lectura ha sido, es y será una pieza central en el conjunto de prácticas culturales de la ciudadanía, de ahí la relevancia de dedicar un estudio a conocer sus públicos en detalle, con el objetivo de diseñar estrategias y políticas consistentes. En esta investigación se ha realizado una aproximación detallada al perfil de los públicos de la lectura a partir, principalmente, de los datos de la Encuesta de participación cultural de la CAE de 2018. El análisis se ofrece de forma desagregada para atender distintos segmentos de público (desde los no lectores hasta los lectores más voraces) poniendo el acento en desgajar el impacto de distintos factores explicativos, con un interés especial no solo en observar su impacto, sino en entenderlo.

• UN CONCEPTO DE LECTURA

Si bien **qué se entiende por “lectura” y qué se considera como “hábito”** son cuestiones que a priori parecerían aporomáticas, tienen en la práctica consecuencias y resultados muy dispares según se definan. En primer lugar, es necesario tener en cuenta qué matices incluye el concepto de lectura en este tipo de estudios. Habitualmente se distingue entre dos grandes tipos: lectura en el tiempo libre y lectura por razón de los estudios o del trabajo. Cuando se trata del análisis de las prácticas culturales, la lectura se suele acotar a aquella que se elige libremente y se realiza en el tiempo libre. En segundo lugar, conviene situar la idea de hábito. Existen dos aproximaciones para medir los hábitos de lectura:

- La que se basa en la **frecuencia** de lectura. Esta es la metodología que siguen en el informe anual de → **Hábitos de lectura y compra de libros** que realiza periódicamente la Federación de Gremios de Editores de España y en el Sociómetro vasco.
- La que se basa en el número de libros leídos en determinado período de tiempo. Esta es la metodología que siguen el Eurobarómetro-Eurostat, el Ministerio de Cultura o el Observatorio Vasco de la Cultura.

La presente investigación se centra en la lectura de libros como **decisión propia, vinculada al tiempo libre y por considerar que no existe hábito a menos que se lean 3 libros o más al año.**

• SEGMENTACIÓN DE PÚBLICOS DE LA LECTURA

Teniendo en cuenta la delimitación anterior, en términos generales **el público con hábito lector asciende en el contexto de la CAE a un 34,2 %**, con una composición plural: un 9,9 % de lectores con hábito regular (de 6 a 8 libros), un 9,4 % de lectores con hábito intenso (entre 9 y 12 libros) y un 14,9 % con un hábito voraz (más de 12 libros al año). Hay, además, hasta un **21,2 % de población con un hábito latente** (lectura ocasional, de 3 a 5 libros al año). En conjunto, suman **un 55,4 % de la población con un hábito mínimamente activo** (desde ocasional o voraz). El público no lector (no haber leído ningún libro en todo el año de referencia), por el contrario, asciende a un 25,1 %, aunque **hasta un 44,6 % se puede considerar población sin hábito lector.**

Gráfico 1. Población de la CAE según sus hábitos de lectura (grandes grupos) (%)

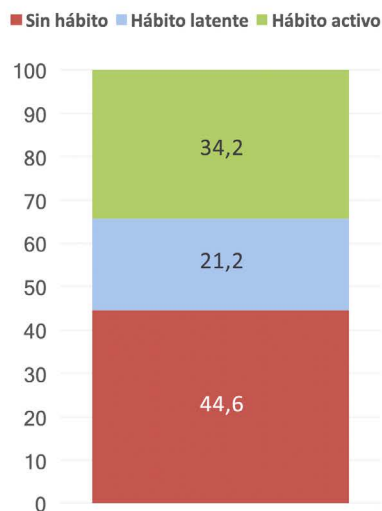
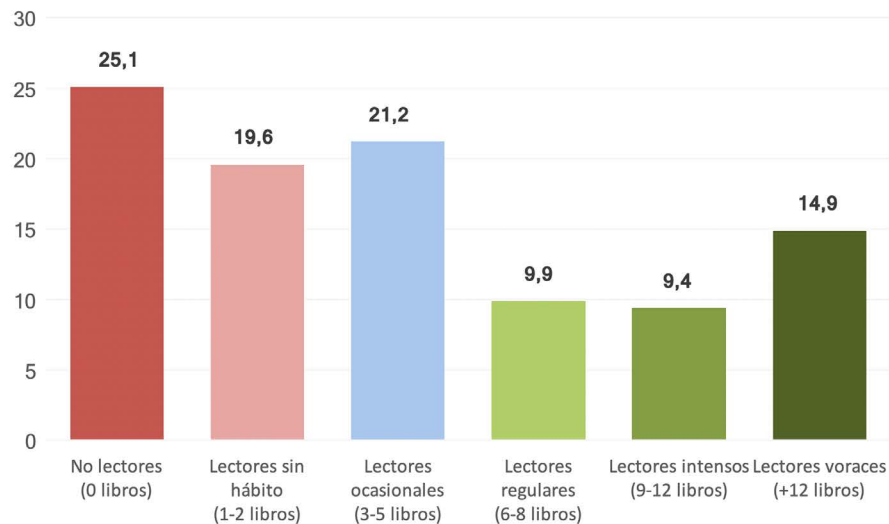


Gráfico 2. Población de la CAE según sus hábitos de lectura (grupos detallados) (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta de participación cultural en la CAE 2018

Atendiendo a las características de la ciudadanía, es posible identificar un conjunto de factores explicativos que ayudan a entender parte de estos hábitos de lectura.

• INFLUENCIA DE LAS PRÁCTICAS CULTURALES DE LA INFANCIA

Gráfico 3. Públicos de la lectura según frecuencia de lectura en la infancia (%)

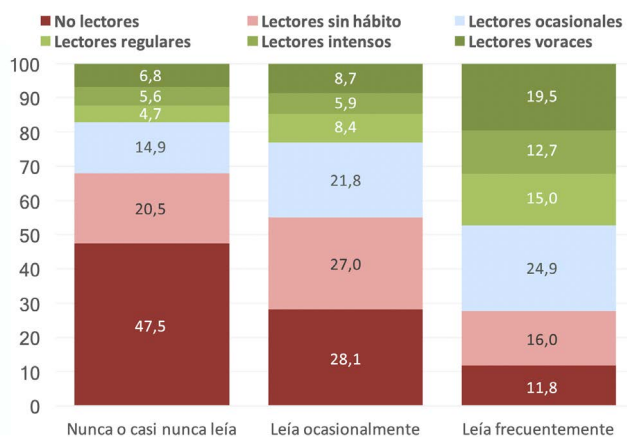
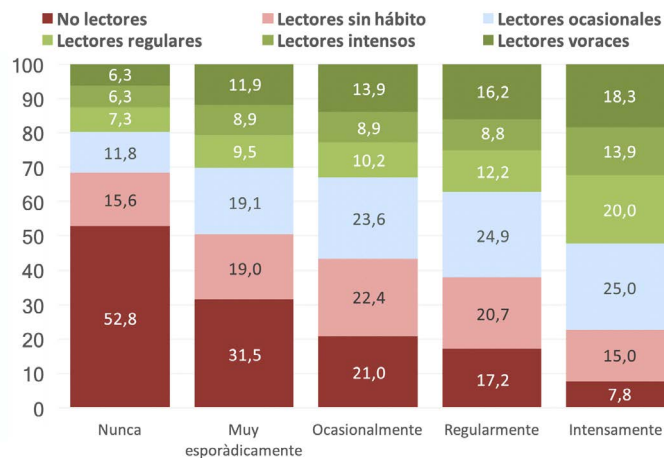


Gráfico 4. Públicos de la lectura según frecuencia de realización de distintas prácticas culturales receptivas en la infancia (excepto leer e ir a la biblioteca) (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta de participación cultural en la CAE 2018

Solo 2 de cada 10 personas de las que leían frecuentemente durante la infancia son personas sin hábito lector, y 5 de cada 10 tienen un hábito regular, intenso o muy intenso (categoría que destaca especialmente). En cambio, 7 de cada 10 personas que durante la infancia no leían nunca o casi nunca son en el futuro personas sin hábito lector. Ejerce, por tanto, una **gran influencia**, sobre todo **en concepto de no-lectura**.

Hay que destacar **que la lectura en la infancia forma parte de un entorno general favorable o predispuesto hacia la actividad cultural**. Dicho de otro modo: las personas que leen participan también en otras actividades culturales, y viceversa. Concretamente, observando los gráficos anteriores, **el hábito lector es más intenso en la edad adulta cuanto más se participaba en cultura en la infancia**, ya fuera en actividades receptivas o activas.

• PERFIL CULTURAL DE LOS PÚBLICOS LECTORES

El perfil cultural de los distintos públicos lectores es importante para entenderlos de forma más completa e integrada. En primer lugar, hay un factor clave que alimenta una predisposición general a la cultura: la motivación intrínseca a la realización de la actividad. **El hábito lector es mayor entre las personas que declaran estar motivadas por razones simbólicas** (enriquecerse, autorrealización personal) o culturales (aprender, adquirir nuevos conocimientos) que entre las personas que están motivadas por razones sociales (socializar, encontrarse con los amigos) y emocionales (evadirse, desconectar, descubrir sensaciones nuevas). Esta asociación es previsible considerando que las motivaciones simbólicas y culturales están más estrechamente relacionadas con la lectura, ya que otras prácticas (culturales y no culturales) están mejor posicionadas para satisfacer necesidades sociales y emocionales. **Los hábitos de lectura más intensos se relacionan con una motivación expresiva (leer por gusto, por satisfacción); y las personas menos lectoras tienen una visión más instrumental de la lectura (leer para obtener una utilidad y no una satisfacción).**

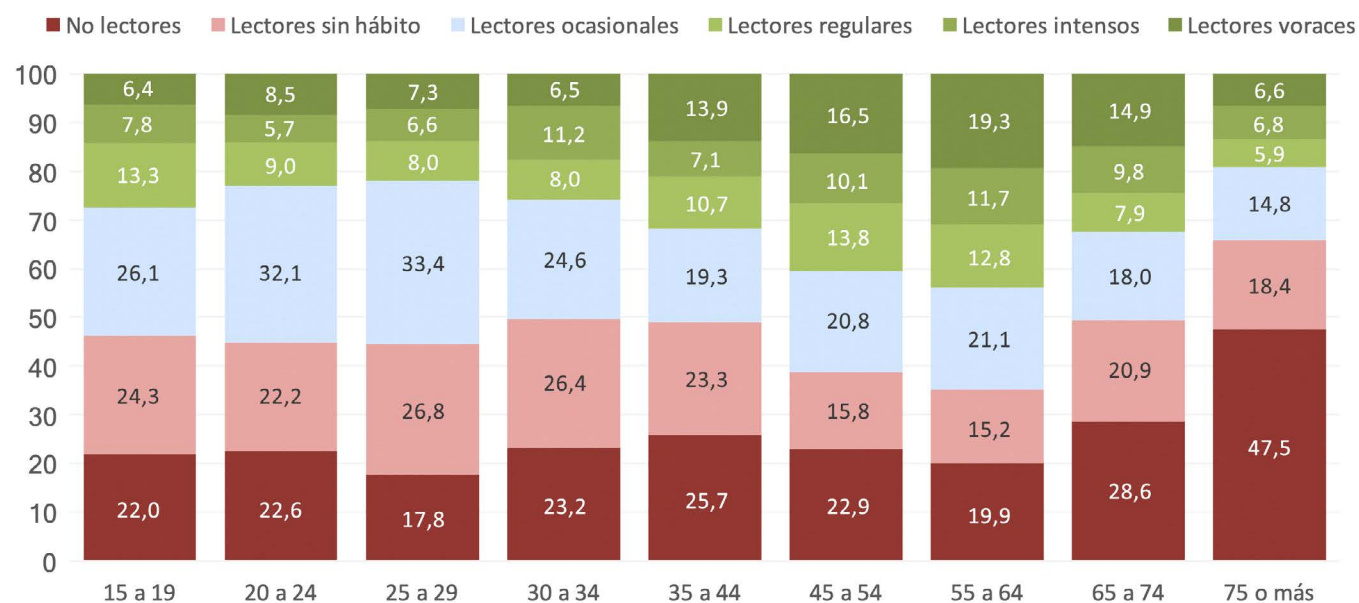
Otro elemento de interés es la **correlación entre un mayor hábito lector y mayores hábitos en otras prácticas culturales**, aunque con distintos grados. Estos resultados respaldan la idea de la **existencia de estilos de vida más inclinados a la participación cultural en conjunto** y, en específico, a la lectura de libros en el tiempo libre. Finalmente, cabe destacar que **la televisión, los videojuegos y las plataformas audiovisuales no muestran un impacto relevante** en la práctica de la lectura.

• CICLO DE VIDA Y PERFIL DEMOGRÁFICO

Existe una edad sociológica o ciclos de vida en la medida en que hay condiciones sociales diferenciales que acompañan distintas etapas y procesos de transición. Esta mirada sociológica debe contribuir a una mayor profundidad en la interpretación de las distintas edades, considerando en estos casos las **condiciones sociales que se asocian a cada etapa vital y sus transiciones**. De esta forma, la cantidad de tiempo libre y la edad tienen interacciones entre ellas a la sombra de las distintas responsabilidades de cada momento. Si bien **variables como el tiempo libre o la edad tienen un efecto escaso tomadas de forma independiente, su efecto es superior cuando se consideran sus interacciones a la sombra de cada momento del ciclo de vida**. Esto es especialmente notable para las edades de la vida adulta: menor tiempo libre cuando se tienen hijos y en sus edades tempranas (efectos alrededor de los 35), y mayor cuando éstos empiezan a tener una vida más autónoma (a partir de los 45). Además, cabe considerar que la varianza en tiempo libre es más amplia en fin de semana, dado que entre semana hay mayores responsabilidades y se trata generalmente de un tiempo social destinado al ocio.

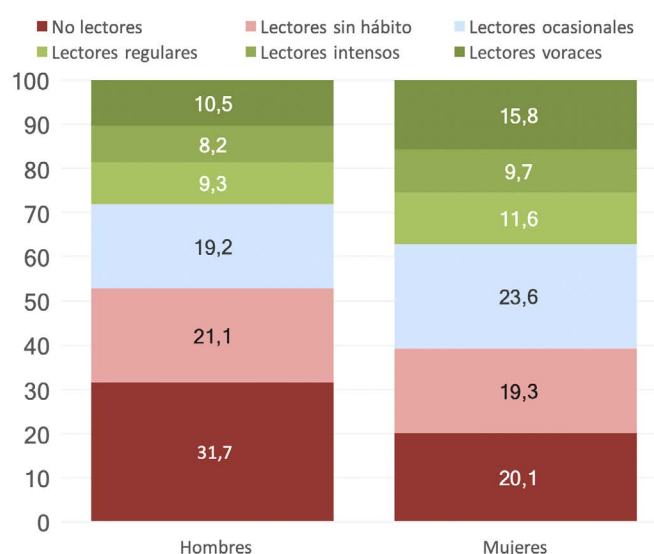
El siguiente gráfico muestra la relación general entre edad y hábitos de lectura. Muestra que **las edades adultas de 45 a 64 años (etapas de nido vacío y previa jubilación) concentran mayor hábito lector**, y muestra también como con **la cuarta edad aparecen nuevos problemas vinculados a la salud** y, en concreto en el caso de la lectura, problemas de la vista. Asimismo, deja entrever cierta **pérdida de hábitos en la juventud temprana**.

Gráfico 5. Niveles de lectura según distintos grupos de edad (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta de participación cultural en la CAE 2018

Gráfico 6. Niveles de lectura según género (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta de participación cultural en la CAE 2018

En paralelo a todas estas cuestiones, otra de las variables que más diferencias contribuyen a observar en todos los estudios relativos a la lectura es el hecho de **ser hombre o mujer, siendo estas últimas las más lectoras de libros en su tiempo libre**. Los datos de la Encuesta de Participación Cultural de la CAE reflejan que la diferencia principal se produce en la categoría de no lectores (personas que no han leído ningún libro en el año de referencia). La siguiente categoría que más diferencias identifica es la de superlectores (personas que han leído más de 12 libros en el año de referencia).

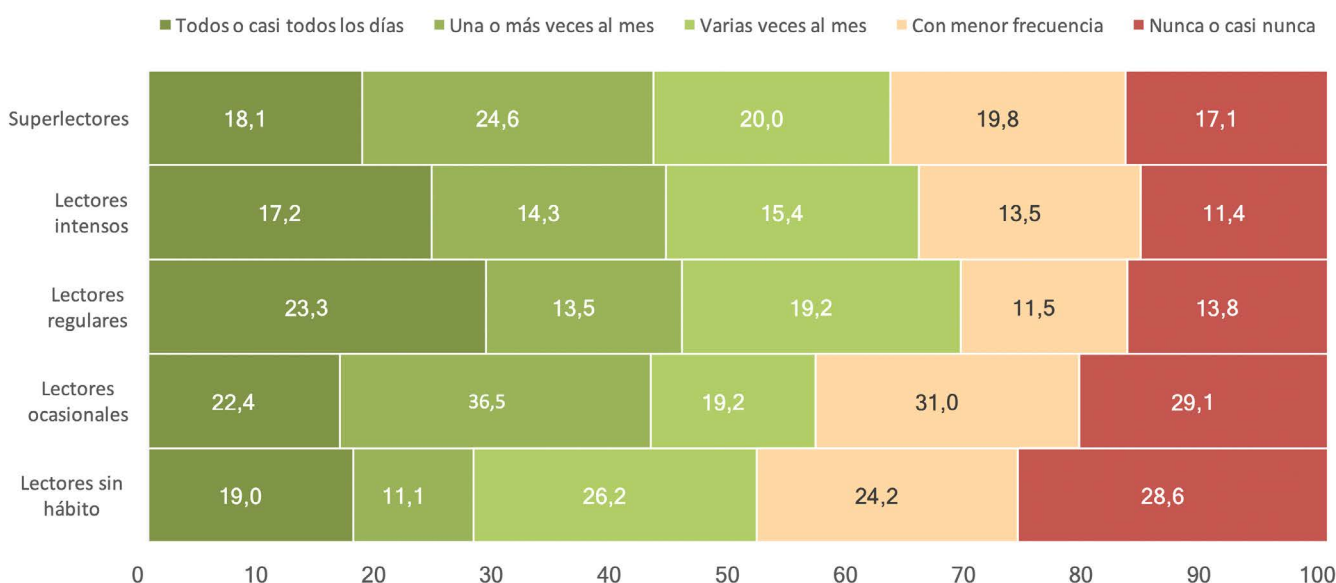
Los mecanismos subyacentes a esta brecha de género son aún objeto de debate, entre los que se pueden citar tanto factores de tipo biológico (este fenómeno se observa de forma universal) como cultural (el tamaño de la brecha varía en distintos contextos).

Al margen de esta cuestión, es relevante tanto la constatación del hecho como la observancia que **incluso en los períodos de mayores obligaciones familiares persiste el hábito**. Es decir, las motivaciones intrínsecas y la internalización de valores y actitudes (procesos muy vinculados al desarrollo durante la infancia, donde ya se observa la diferencia de comportamiento lector entre hombres y mujeres) son de una gran potencia: **el interés, la predisposición, la voluntad, tienen una enorme capacidad para imponerse a causas externas de todo tipo**.

• LECTURA EN EUSKERA

La lectura en euskera requiere un análisis específico. Su evolución en los diez últimos años se ha identificado como positiva, aunque su crecimiento ha sido menor comparado al de las otras prácticas culturales consideradas.

Gráfico 7. Frecuencia de lectura en euskera según niveles generales de lectura (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta de participación cultural en la CAE 2018

La frecuencia de lectura en euskera en relación con la frecuencia general de lectura muestra que hay cierta asociación, pero no es clara ni lineal. El porcentaje de no lectores en euskera disminuye conforme hay un mayor hábito lector, pero las categorías de lectores con diversa frecuencia no muestran esta tendencia lineal. Hay, por tanto, otros factores a considerar.

Una mirada por edades tanto a la competencia lectora en euskera como a la frecuencia de lectura en euskera muestra que **los jóvenes son el principal vector de cambio**, aunque se trata de un colectivo en el que se aprecia una pérdida de hábito lector respecto a la infancia.

Si bien el porcentaje medio de personas que leen bien en euskera es del 29,5 %, este porcentaje asciende al 72,6 % entre las personas de 15 a 19, y solo empieza a ser inferior a la media a partir de los 44 años.

Gráfico 8. Frecuencia de lectura en euskera según edad (%)

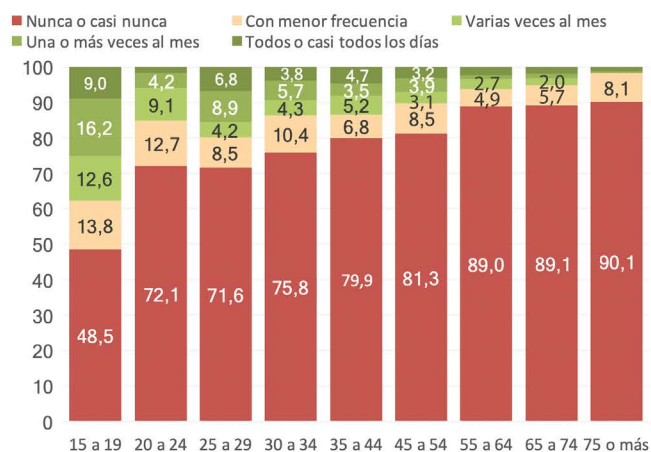
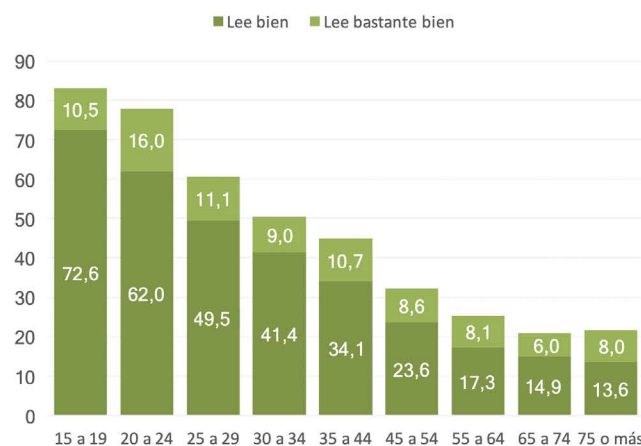


Gráfico 9. Competencia lectora buena o bastante buena en euskera según edad (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta de participación cultural en la CAE 2018

*Se ha optado por unificar los extremos de la variable de tiempo libre ("Nada" y "Más bien poco", por un lado, y "Más bien mucho" y "Mucho" por el otro) para evitar las distorsiones que provocan la poca cantidad de casos en estos extremos (inferior a 10 personas).

Por último, aunque no se trate de motivos expresados para leer en euskera sino para realizar actividades culturales en euskera de forma general, es interesante destacar que el compromiso con el euskera y el entorno próximo (amistades, familia) se expresan como los dos motivos fundamentales. Entre los más jóvenes, el entorno social es un aspecto clave, seguramente en clave de las necesidades de socialización típicas de este momento vital. Asimismo, entre los más jóvenes tiene más peso la comodidad con el idioma, mientras en los más mayores se valoran más aspectos como la cantidad y la calidad de la oferta.

Horizontes

El nivel de detalle expuesto en relación con los hábitos respecto a la lectura sirve para acomodar los objetivos a los puntos de partida, dotándolos así de una mayor factibilidad. A nivel general, la expectativa razonable es el trasvase de un segmento al siguiente segmento, aunque esto es relevante entre los públicos desinteresados y latentes, pero no tanto entre aquellos que son ya lectores regulares, intensos o voraces. Es interesante en este punto cruzar la segmentación realizada con una visión estratégica del desarrollo de públicos.

Públicos desinteresados o con otros intereses (sin hábitos)	No lectores (0 libros)	25,1 %	Estrategias de diversificación
	Lectores sin hábito (1-2 libros)	19,6 %	
Públicos interesados (hábitos latentes)	Lectores ocasionales (3-5 libros)	21,2 %	Estrategias de ampliación
Públicos actuales (hábitos activos)	Lectores regulares (6-8 libros)	9,9 %	Estrategias de profundización
	Lectores intensos (9-12 libros)	9,4 %	
	Lectores voraces (+12 libros)	14,9 %	

Los datos y las reflexiones expuestas en el presente informe deben contribuir a pensar en estrategias aún más específicas en consideración de la diversidad de situaciones. De forma general, sin ánimo de exhaustividad, pero ejemplificando la relación con los resultados obtenidos, cabe remarcar que:

- **Las estrategias de diversificación**, orientadas a **públicos desinteresados**, afrontan la dificultad principal de la barrera psicológica, con relación a las creencias y el estilo de vida de las personas. Cabe considerar, a pesar de ello, que como muestra el caso de los públicos en edad de jubilación y cuarta edad, es posible que haya otras barreras más allá del interés, aunque generalmente este se considere un factor clave.
- En el caso de las barreras psicológicas, se trata de orientar sus intereses hacia la lectura promoviendo un cambio profundo en su relación con la cultura en general y con la lectura en concreto.
- En este sentido, y por obvio que parezca, es necesario mantener en perspectiva que, a pesar de las etiquetas, generalmente se tratará de un público con otros intereses, y no solo “desinteresado”.
- La importancia de esta barrera psicológica se da especialmente entre los no lectores: más de la mitad dice que su gusto por la lectura es “poco” o “nada”, y para un 80 % es “poco”, “nada” o solamente “algo”. Entre las personas sin hábito lector pero que han leído 1 o 2 libros este último grupo se reduce a casi la mitad y representan un 46,9 %. Hay tanto personas que no tienen interés en la lectura como personas que sí lo tienen, aunque no lean o lean poco. Cabe considerar que estas segundas que ya tienen un interés son más susceptibles a ser seducidas, pero en estos casos es más claro que habrá intereses competentes.
- Atendiendo a los formatos, vías de adquisición y géneros literarios, se puede entender que el papel sea más atractivo, que el entorno cercano puede ejercer una influencia positiva (aunque la compra es la forma principal de adquisición) y que los intereses específicos pueden ser una puerta de entrada para los no lectores (aunque hay un grado importante de indeterminación de las propias preferencias).

- Las **estrategias de ampliación**, orientadas principalmente a **públicos interesados pero que no tienen un hábito regular**, afrontan en este caso cuestiones que van más allá de las relacionadas con factores distintos a los psicológicos y de motivación intrínseca. Aunque siguen siendo elementos importantes en la determinación del hábito lector, hasta un 70 % de ellos dicen tener bastante o mucho gusto por la lectura. Además de los intereses competentes, en este caso las recomendaciones se dirigen a facilitar el desarrollo de forma más extensa, más amplia, atendiendo cuestiones más prácticas: la conciliación con otras actividades, el acceso a la oferta, el marketing, un entorno favorecedor (iniciativas sociales, agentes del sector, equipamientos públicos...).
- Las **estrategias de profundización**, orientadas a los **públicos actuales**, afrontan una situación distinta a las anteriores. Si bien en este caso se pueden diferenciar públicos actuales con distintos niveles, el objetivo se dirige sobre todo a consolidar, a retener y a mejorar su experiencia con la lectura con el objetivo de la fidelización. Son, además, un público que puede ser cómplice en generar entornos favorables a la lectura tanto a nivel formal (iniciativas organizadas) como informal (amigos, familiares...), con un papel activo.

