

Lectura y
Escritura
MANUALES **M**



Metodología común para explorar y medir el comportamiento lector

El encuentro con lo digital



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

Organização
das Nações Unidas
para a Educação,
a Ciência e a Cultura



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

Bajo los auspicios de la UNESCO

Centro Regional para o Fomento do Livro
na América Latina e Caribe

Sob os auspícios da UNESCO



Francisco José Borja Cevallos
Ministro de Cultura y Patrimonio de Ecuador
Presidente del Consejo

Marta Lafuente
Ministra de Educación y Cultura de Paraguay
Presidenta del Comité Ejecutivo

Fernando Zapata López
Director

Alba Dolores López Hoyos
Secretaria General

Marina Valencia Mejía
Subdirectora de Lectura, Escritura y Bibliotecas

Bernardo Jaramillo Hoyos
Subdirector de Producción y Circulación del Libro

Yecid Ríos Pinzón
Subdirector de Derecho de Autor

Metodología común para explorar y medir el comportamiento lector

El encuentro con lo digital



Bajo este sello se publicarán obras enfocadas al fomento de las prácticas más diversas de la lectura y la escritura en las bibliotecas y otros espacios de gran importancia como factores de desarrollo personal y de integración social.

© 2014. CERLALC-UNESCO

© 2014. Roberto Igarza y Lenin Monak Salinas

Primera edición, 2014

Coordinación editorial
José Diego González M.

Corrección de textos
José Diego González M.

Diseño y concepto gráfico
Marca Registrada

Diseño de cubierta
Diana Martínez

Diagramación
Epígrafe Ltda.

ISBN: 978-958-671-200-2

CERLALC-UNESCO
Calle 70 No. 9-52
Tel. (57 1) 540 2071
libro@cerlalc.org
www.cerlalc.org
Bogotá, D. C., Colombia

Con el apoyo de:



 **CONACULTA**

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

Metodología común para explorar y medir el comportamiento lector El encuentro con lo digital

Contenido

Nota preliminar	9
Presentación	11
Introducción	15
Antecedentes	17
Marco conceptual	21
Evolución	21
Ampliando el enfoque	23
Experiencias de lectura: la evolución del comportamiento lector	25
Desafíos	27
Objetivos de la encuesta	35
Objetivo general	35
Objetivos específicos	35
Instrumento	37
Diseño de la encuesta	37
Ficha metodológica de la encuesta	39
Formulario tipo	40
Referencias bibliográficas	61

Nota preliminar

El presente documento tiene como base la *Metodología común para explorar y medir el comportamiento lector*, publicada por el CERLALC en 2011, a la que complementa y actualiza. Incorpora las discusiones y reflexiones surgidas en la mesa de expertos «Indicadores de lectura, libro y desarrollo», celebrada en Ciudad de México, con el apoyo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), los días 8, 9 y 10 de septiembre de 2014, a la que fueron convocados por el CERLALC Alberto Mayol Miranda, Alejandra Pellicer, Daniel Goldin, Didier Álvarez Zapata, Gemma Lluch Crespo, Germán Rey, Luis González Martín, Néstor García Canclini. En representación de CONACULTA asistieron Ricardo Cayuela Gally, director general de Publicaciones; Angélica Vázquez del Mercado, directora general adjunta de Fomento a la Lectura y el Libro, y Carlos César Ávalos Franco, coordinador nacional de Desarrollo Institucional. Por el CERLALC participaron Fernando Zapata López, director, y Bernardo Jaramillo Hoyos, subdirector de Producción y Circulación del Libro. Concurrieron, además, representantes del Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México (INEGI): Félix Vélez Fernández Várela, subdirector; Arcelia Breceda Solís, jefe del Departamento de Diseño de Cuestionarios de Encuestas Especiales; Laura Josefina Quiroz Beatriz, jefe del Departamento de Manuales de Capacitación de Encuestas; Ricardo Alejandro Lascencia Salceda, enlace en Diseño de Instrumentos de Captación y Materiales de Apoyo. Participaron también José Ángel Quintanilla D'Acosta y Lorenzo Gómez

Morín Fuentes, presidente del Consejo Directivo y director ejecutivo de Funlectura, respectivamente. La elaboración del documento estuvo a cargo de Roberto Igarza, doctor en comunicación social y experto en educación, y Lenin Monak Salinas, coordinador de Estudios y Estadísticas del CERLALC.

Presentación

En septiembre de 2011, el CERLALC dio a conocer la *Metodología común para explorar y medir el comportamiento lector*, cuya publicación coincidió con la celebración del cuadragésimo aniversario del Centro. Se trató de la primera propuesta metodológica que conoció la región iberoamericana para, a través de una encuesta, encontrar indicadores comunes para explorar el comportamiento lector. Desde su publicación, la metodología sirvió de guía para los estudios de este tipo que se llevaron a cabo en Argentina (2011), Brasil (2011), Chile (2014), Colombia (2012 y 2014), Ecuador (2012) y Venezuela (2012).

Con el paso del tiempo y la experiencia adquirida, el CERLALC renovó su interés por ahondar en este campo, convencido de la necesidad de optimizar los instrumentos de medición para dar cuenta de fenómenos socioculturales que siguen ganando en complejidad. Esta necesidad se hizo aún más acuciosa frente a los resultados de las evaluaciones de los planes y programas de promoción de la lectura y de las encuestas nacionales de lectura, cuya progresión ha sido, cuando no inferior, apenas similar a las tasas de crecimiento sociodemográfico y de cobertura y acceso a la educación. Este divorcio —entre la percepción de que cada vez más miembros han ingresado a la población lectora y los pobres resultados obtenidos en las mediciones adelantadas— sirvió para dar mayor fuerza a la idea de que existía una carencia para dar cuenta de los fenómenos y prácticas de lectura en escenarios en los que se ha acentuado el impacto de las tecnologías de la información y de la

comunicación. Ya en 2013, esta idea se puso de presente en la *Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica*, publicada por el CERLALC:

Se evidencia cada vez con más énfasis la necesidad de vincular en la observación de la realidad, las prácticas de la lectura con la escritura. Los nuevos escenarios, en los que se incluyen más dispositivos y se inscriben nuevas prácticas híbridas y transmediales de producción y consumo, demandan reconocer la necesidad de nuevas competencias «lectoras». Asimismo, la relación entre lectura y escritura entra en una nueva fase, impulsada por usuarios que entremezclan las dos prácticas, alternando como nunca antes entre ambas. Nuevas y tradicionales competencias de lectura-escritura. No necesariamente esto conduce al desarrollo de nuevos indicadores de medición para las encuestas sobre lectura y para la evaluación de los programas de promoción. Sin embargo, es casi seguro que esto implique una revisión y rearticulación de los indicadores para dar cuenta de mejor manera de lo que está ocurriendo y mostrar algunos indicios de cómo progresar ahí donde no se están obteniendo los resultados esperados (124-125).

Con este propósito en mente, se incluyó en el Programa Técnico del Centro para el bienio 2014-2015 el proyecto «Programa regional de indicadores de lectura, libro y desarrollo», cuyo objetivo principal ha sido revisar, para ampliar su alcance, la mencionada *Metodología común para explorar y medir el comportamiento lector* del año 2011. Tres años después la complejidad para hacer una delimitación conceptual del amplio universo de prácticas lectoras sigue siendo la misma. Quizás aún mayor, si se tiene en cuenta que tienden a hacerse más usuales las experiencias de lectura discontinuas y fragmentarias, tan alejadas de esa imagen arquetípica que se tiene del lector y de la lectura.

Esta metodología que el lector tiene ahora en sus manos busca, entre otras cosas, poner justamente en valor la lectura en tiempos fragmentarios. De igual modo, hace un llamado a superar la visión librodeterminista que ha relegado a un lugar subsidiario las lecturas que no caben dentro de ese marco. Asimismo, insta a considerar la lectura como una práctica en la que cada vez más conviven y hasta compiten los soportes, buscando así evitar una indeseable separación. Al tiempo llama la atención sobre un fenómeno aún incipiente, favorecido por el paradigma digital: la alternancia entre lectura y escritura en espacios que demandan la interacción del usuario. Por último, pero no menos

importante, propone una complejización de la categoría de lector para dar debida cuenta de ese gran segmento de la población que se sitúa en ese campo medio comprendido entre los lectores frecuentes y los no lectores. Son todos estos aspectos que se discuten largamente en las páginas que siguen, por lo que no es necesario extenderse mucho más aquí.

Esta actualización es el resultado de un largo proceso de debate y de intercambio de ideas que se inició con la *Nueva agenda por el libro y la lectura* —motivo por el cual el Centro acudió de nuevo a los buenos oficios del consultor argentino Roberto Igarza— e incluyó una mesa con expertos de distintos países que se celebró en Ciudad de México, con el apoyo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), los días 8, 9 y 10 de septiembre de 2014. Es pues deseo del CERLALC que esta metodología actualizada no solo sirva para propiciar una mayor reflexión sobre la multiplicidad de prácticas que caben bajo una sola palabra, *lectura*, sino que se constituya en la base de las futuras mediciones que se lleven a cabo en sus veintiún países miembros.

Fernando Zapata López
Director

Introducción

Esta metodología para explorar y medir el comportamiento lector ofrece una orientación acerca de aquello que podría considerarse ineludible si la metodología aplicada pretende auscultar la pluralidad de prácticas de lectura e identificar el rol de los diversos actores sociales y contextos en los procesos de adopción de comportamientos y de evolución de las prácticas, así como entender el entramado de factores sociales, culturales y económicos que interactúan con las motivaciones personales y con los colectivos identitarios para configurar los comportamientos de consumo cultural.

Fundada a la vez en la experiencia y en una mirada prospectiva sobre los comportamientos lectores, esta metodología puede operar como núcleo o componente vertebrador, agenda de indicadores compartidos y lista de variables ineludibles para posicionar la labor de medición en un plano de comparabilidad regional. Como intersección común, opera en la construcción de las estructuras locales bajo una fórmula abierta que puede ser enriquecida mediante anclajes culturales, sociales y políticos locales, en aras de dar mejor cuenta de lo acontecido en cada país y en cada momento histórico particular. Desde ese punto de vista, es un sistema abierto y permeable, con vocación de adicionarse y entrecruzarse.

El dispositivo metodológico propuesto comprende un formulario descriptivo y explicativo, fundado en una agenda temática que sigue una secuencia, emplea unas taxonomías y unas variables cuantitativas

y, sobre todo, unas referencias al sujeto lector, informante, observador y protagonista, capaz de declarar su autopercepción como sujeto de habla y de consumo, todo ello simultáneamente, con la finalidad de dar cuenta de una situación próxima a la realidad. Como toda metodología, ofrece una representación social del lector y de los actores alrededor de las prácticas de lectura, como la familia, las bibliotecas, la escuela y el Estado. Desde una perspectiva teórica, supone un andamiaje conceptual a partir de una actualización de los principales marcos referenciales con una doble finalidad. Por una parte, servir y sugerir, ambas cosas a la vez, la interpelación de las prácticas de encuesta a la luz de comportamientos que se renuevan y, por otra, declarar las premisas sobre las cuales puede adaptarse el dispositivo para recoger intenciones destinadas a un diseño local concreto y a un colectivo social particular.

La metodología comprende un dispositivo amplio y, a la vez, superador de una encuesta masiva. Incluye el instrumento de medición, al tiempo que ofrece las referencias conceptuales que pueden coadyuvar en la interpretación de los resultados sin ser sugerente acerca del registro dentro del cual los valores podrían calificarse y, mucho menos aún, adscribirse a las buenas prácticas. Como soporte pragmático, se emplea en recoger los aspectos salientes de las experiencias locales y comparadas incrementando su potencial de comparabilidad; un efecto deseable si se pretende emplear los resultados para la construcción de series históricas sustentables, tanto como puede serlo desde el punto de vista político, a los efectos de participar activamente en la disputa sobre los recursos y finalidades de la producción y circulación de bienes culturales. La medición sigue siendo una clave analítica de significativo peso en la toma de decisiones sobre políticas públicas.

Antecedentes

El interés por el conocimiento de las prácticas lectoras, de la formación de lectores, de la vivencia de la lectura y de la escritura, del uso y apropiación simbólica del leer y del lenguaje no son nuevos en la región. Políticas públicas recientes en los países como los planes nacionales de lectura han reforzado la lectura, el acceso a materiales de lectura, la dotación de bibliotecas públicas, la formación de mediadores, entre otros, tanto en espacios tradicionales como no convencionales, para una población infantil, en etapa escolar o adulta. Un elemento faltaba para complementar lo realizado: las mediciones y evaluaciones de dichas políticas públicas. Un reto nada fácil si entendemos que la medición y el análisis de las prácticas lectoras comportan la subjetividad de lo íntimo, personal e intangible de la experiencia de lectura (Lahire, 2004, 9). Determinar los elementos, indicadores y parámetros que aportan a la construcción de categorías son una dificultad metodológica y una limitación de los estudios exclusivamente estadísticos que abordan la lectura. Pero no por ello se deben excluir dichos estudios. Son, por el contrario, necesarios y complementarios a los estudios etnográficos y cualitativos por sus aportaciones en la caracterización e identificación de líneas de base, tendencias y comportamientos con respecto a la palabra escrita.

Los primeros trabajos que auscultaron la lectura en la región combinaron elementos sociológicos y de consumo, y se circunscribieron principalmente al ámbito de los libros. Entre estos, cabe mencionar los de

Chile (1999), con la *Encuesta nacional de lectura y consumo de libros*; los de Brasil (2000) y los de Colombia (2000), con las publicaciones del *Retrato de lectura en Brasil y Hábitos de lectura y consumo de libros en Colombia*. A la fecha, son veinte las encuestas de lectura con cobertura nacional en América Latina, de las cuales once fueron realizadas en la década de 2000: Argentina (2006), Brasil (2000 y 2007), Colombia (2000 y 2005), México (2006), Perú (2006), Portugal (2007), República Dominicana (2006) y Uruguay (2002 y 2009). Desde el año 2000, España realiza anualmente la medición *Hábitos de lectura y compra de libros en España*. Entre 2011 y 2014, se intensificaron las mediciones y su alcance. En dicho período, se realizaron nueve encuestas en la región: Argentina (2011), Brasil (2011), Chile (2011 y 2014), Colombia (2012 y 2014), Ecuador (2012), México (2014) y Venezuela (2012).

El Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC, ha estado presente en varias de las mediciones realizadas patrocinando o brindando asistencia técnica en la formulación de las encuestas. En este último aspecto, el Centro es tal vez el primer organismo que ha abordado a través de una metodología común la iniciativa de medir, seguir y evaluar las políticas públicas en lectura. Así, en 2011, publicó la *Metodología común para explorar y medir el comportamiento lector*, trabajo que surgió como resultado de varias jornadas de deliberación con expertos de Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, España, México, Perú y Venezuela. La metodología planteó aspectos sociológicos de las prácticas de la lectura, así como elementos categóricos de cuantificación, cálculo y medición del comportamiento lector, contemplando aspectos iniciales de la lectura en un entorno digital.

Desde entonces, la *Metodología común para medir y explorar el comportamiento lector* se convirtió en una guía que han utilizado los países en sus mediciones no solo por el conjunto de recomendaciones que incorpora, sino por la facilidad con la que se adapta a condiciones particulares —sin que por ello se desdibuje el interés de buscar indicadores mínimos comunes en torno a la lectura en la región—. Desde su versión inicial hasta su publicación la han utilizado Argentina (2011), Brasil (2007, 2011), Chile (2014), Colombia (2012 y 2014), Ecuador (2012) y Venezuela (2012).

Con el camino recorrido en los países, en las evaluaciones de los planes nacionales de lectura, en las políticas públicas para su fomento

y promoción y, en general, en las mediciones del comportamiento lector y de los hábitos de lectura, el CERLALC encontró elementos comunes para revisar la metodología publicada en 2011, especialmente con el propósito de responder a los vertiginosos cambios en las formas de comunicarse, a los nuevos recursos disponibles para la educación y a las posibilidades de la diversión interactiva, todos estos aspectos asociados al desarrollo y uso de las TIC.

El CERLALC, consciente de tal situación y sabedor de su rol como promotor de las mediciones en Iberoamérica, revisó los principios y postulados sobre los que se diseñaron las encuestas de lectura y su propia metodología para seguir dando cuenta de la lectura en general y de su práctica en escenarios de consumos híbridos y transmediales en particular.

Marco conceptual

Evolución

La primera versión de esta metodología se desarrolló a partir de un ejercicio colectivo en el que participaron representantes de los países miembros del CERLALC en reuniones organizadas en Bogotá, en 2005, y en Santa Cruz de la Sierra, en 2007. En ese proceso, prevaleció la necesidad de identificar las prácticas lectoras de los ciudadanos latinoamericanos con la finalidad de diseñar 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. En esa oportunidad, se establecieron definiciones sobre algunos conceptos centrales de la medición, susceptibles de resolver cuestiones básicas sobre categorías que facilitarían la implementación y, sobre todo, la interpretación y la comunicación de los resultados.

Así, por ejemplo, se establecían las siguientes definiciones:

Leer y escribir

Son *prácticas sociales* que permiten a las personas «habitar» las dimensiones simbólicas de la lectura y la escritura. El que 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, citado en *Metodología común* 23).

La lectura y la escritura

[...] 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, citado en *Metodología común* 24).

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, citado en *Metodología común* 24-25).

Ese marco definía las prácticas de lectura como las formas en las que los sujetos las construyen y las significaciones que estas tienen, involucrando así 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 elementos 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. 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 las competencias lectoras.

La presente actualización, que surge de una serie de debates con especialistas y un foro de expertos realizado en México en septiembre de 2014, tiene como finalidad aportar de manera pertinente a la renovación del marco conceptual para el diseño y la implementación de la medición, así como también para la interpretación de sus resultados.

En el contexto actual, su misión no pretende ser exhaustiva de la evolución de los comportamientos lectores, pero sí revelar sin estridencias, ni exagerada moderación, los fenómenos que operan sobre las disposiciones del lector; las variantes y alternativas a las escenas de lectura tradicionales, y la autopercepción del lector-informante en función de nuevos contextos de lectura y de nuevos soportes, así como sobre los supuestos acerca del sujeto lector y las categorías empleadas para ayudar en el análisis de los resultados.

Ampliando el enfoque

A la vista de los resultados obtenidos con este tipo de instrumentos de medición, incluso con la experiencia de complejos entrecruzamientos entre indicadores, emergen limitaciones propias e inherentes a las categorías y métodos empleados frente a la complejidad de los fenómenos culturales que se pretende investigar e interpretar. Las experiencias adquiridas no hacen más que reforzar el interés por renovar los niveles de reconocimiento de las múltiples formas de combinación posibles entre lectura y escritura, entre los actos prescriptivos del sistema escolar y los actos de lectura autogestionados, entre lectura por placer y lectura condicionada y profesional. Se renueva el interés por una mejora continua que promueva resultados de mayor calidad, sin necesariamente extender los dispositivos de medición, para representar más acabadamente los géneros literarios y periodísticos, las lecturas técnicas, la vinculación entre los procesos de lectura y escritura de textos en sus múltiples combinaciones con otras formas de producir y compartir contenidos culturales. Las experiencias indican que los instrumentos deben optimizarse para facilitar la operación de desmontaje de los estereotipos que suelen simplificar la relación entre perfiles de *no lectores* y *escolares de bajo rendimiento*, reaprender las múltiples y complejas relaciones entre otros lenguajes y la lectura de textos, entre segmentos sociodemográficos e imaginarios literarios.

El estado de avance en la materia motiva e invita a superar etapas condicionadas por la investigación de naturaleza cuantitativa, a desprenderse de la premisa que sugiere una relación unívoca entre la cantidad declarada de libros leídos y las categorías de lectores *frecuentes* o *débiles*. Invita a eludir, entre otras, las típicas correlaciones entre la caracterización sociodemográfica y sociocultural con los consumos culturales, en general, y con los hábitos de lectura, en particular, indagando

lo que *a priori* se calificó de excepcional o extraordinario y ofreciendo una puesta en perspectiva menos lineal y prejuiciosa de las combinaciones entre categorías. En especial, a partir de las prácticas sociales intervenidas por el paradigma digital que actualmente concierne más actividades de casi todos los segmentos poblacionales y etarios. Un interés compartido por superar las simplificaciones que reducen las relaciones a cantidades, poniendo de relieve nuevos interrogantes sobre, por ejemplo, el vínculo entre el número de estudiantes y el aumento de lectores frecuentes, entre leer con intensidad y buenos resultados escolares, entre vender más libros y un aumento de interés por la lectura o entre saber leer y el gusto por la literatura.

Existen numerosas problematizaciones, tanto o más importantes que las anteriores, como la complejidad del universo simbólico en el que se sitúa el libro, sobre todo pero no exclusivamente, cuando se trata de adolescentes. La mediatización creciente de una parte muy significativa de las actividades humanas es constitutiva de una complejización del ecosistema del que ni el libro, ni los periódicos, ni las revistas pueden autoexcluirse (complejización que conlleva a reinterpretar la dimensión social de la lectura, que se vuelve un acto más transparente y permeable cuanto más atravesado es por otras prácticas sociales estimuladas por el vector digital, especialmente, las de naturaleza comunicacional). Esta situación, que tiene gran incidencia cultural, demanda subsanar la ausencia de la dimensión cualitativa de las investigaciones cuando se procura entender la diversidad de escenas en las que se combinan prácticas, lenguajes y actores sociales, entre las que se destacan la fragmentación de la atención, el solapamiento de consumos y las nuevas socialidades. La dificultad proviene en gran medida de intentar afirmar categorías a partir de una medición basada mayormente en cantidades, cuando se trata de un fenómeno mucho más complejo. Sería el caso de cuando se asimilan categorías de lectores a las identidades atribuidas a sujetos económicos mediante criterios cuantitativos con indicadores proporcionales al promedio de libros vendidos o a *sujetos culturales* utilizando la cantidad de libros leídos en el año¹.

1 Por ejemplo, en algunos estudios italianos, lector fuerte es la persona que lee entre diez y doce libros al año, y en algunos indicadores de Francia o Alemania quien compra o lee más de veinte libros anuales.

Aunque estas categorizaciones no representen potenciales formas de exclusión, para hurgar en este tipo de complejidades se vuelve una urgencia asimilar una mirada más cualitativa que permita explicar esta nueva etapa en la región, donde el sistema educativo y los sistemas culturales han incrementado significativamente su valoración y su alcance.

Experiencias de lectura: la evolución del comportamiento lector

Las experiencias de lectura y escritura, como otras formas de producir y compartir contenidos culturales, están siendo renovadas rápida y profundamente al ser atravesadas por fenómenos distintos, pero todos de naturaleza convergente-digital.

Las prácticas de lateralización, horizontalización o bifurcación son el resultado de las estrategias que el lector emplea para mantenerse alerta y conectado con otros universos simbólicos, con otros lectores, con los demás, sin dejar de lado lo funcional, ni la principal fuente de información o fruición. La escena discurre entre, por un lado, una lectura centrada en el mensaje principal, el texto canónico, y las actividades mentales que esta supone y estimula, y, por otro, en un cúmulo de alternativas de derivación que permanecen latentes hasta que el lector toma la opción de desapegarse del tronco narrativo y desviarse para adoptar una lateral o perpendicular, bifurcándose hacia una remisión sugerida por el propio texto, inducida por una huella abandonada por el autor o exacerbada por una intromisión, pertinente o impertinente, desde un universo simbólico exterior, paralelo o extranjero a la narración. La comunicación horizontal es uno de los factores susceptibles de subvertir el ordenamiento que supone lo unívoco y vertical de la narración, eso que acaba erosionando el carácter epicéntrico del narrador dentro del ecosistema y refuerza, al mismo tiempo, el valor de lo social y de lo dialógico. En otros términos, la experiencia se personaliza al construirse en esa intersección entre, por una parte, lo vertical, lo troncal, lo unívoco y, por otra, lo horizontal, lo conversacional, lo compartido.

La producción de sentido es fruto de una combinación que resulta de las competencias del usuario para gestionar las tensiones que supone elegir una combinación y una secuencia entre muchas posibles, ya que se trata de ordenar la distribución del tiempo en fragmentos de atención.

A la vez, la desmaterialización de los contenidos que, desapegados de sus soportes tradicionales, se rematerializan con la facilidad que les brindan las redes y la capacidad de todas las pantallas para reproducirlos, independientemente de su origen, valor transaccional o finalidad. Los procesos de rematerialización implican desapegarse de un soporte privilegiado para el cual había sido concebida su distribución y circular con fluidez entre muchos, evitando la correspondencia obligada entre soporte, formas de acceso y contexto de uso. Así, el libro perdió el rol de exclusividad para anclar el texto, como el televisor perdió la suya respecto de la televisión. En función del contexto de uso, del valor económico del acceso y de las facilidades para mantenerse abierto a la comunicación horizontal, el usuario elige la plataforma de intercambios y el contenido. Si lugar y espacio ya no coinciden, tecnologización mediante, los contextos pierden significación. El sobreequipamiento tecnológico se traduce en un apilamiento de medios disponibles, lo que estimula un consumo solapado de contenidos culturales. Sin que este modelo tenga vocación de reemplazo de los más tradicionales, el potencial entrecruzamiento de medios, soportes y lenguajes expande las alternativas de sinergia entre prácticas sociales que acaban representando un nuevo umbral de desafíos para las próximas mediciones.

Si bien es habitual constatar que el libro sigue ocupando un espacio en los universos simbólicos de los más jóvenes, al mismo tiempo se comprueba una transición en sus representaciones simbólicas. Los textos se presentan bajo otras disposiciones y cohabitan con mayor frecuencia en escenas más competitivas. La lectura ocupa un lugar modesto frente a otros consumos culturales, ya que no cuenta con el estatuto de excepción que sí posee la música en todo contexto y lugar. Los universos simbólicos de los jóvenes son atravesados con naturalidad por formas de sociabilidad, presenciales o mediatizadas, que se destacan.

Aun cuando se advierte cierta disrupción respecto de otras generaciones, las nuevas experiencias, que ponen en una misma escena el libro junto a otros soportes y fuentes, no son exclusivas de los públicos más jóvenes. La tensión de las escenas está vinculada a la eficiencia con la que el usuario eligió su ecología de medios y con las disposiciones que adopta la dialógica entre *cohabitantes*, tanto personas que interactúan remotamente como medios de naturaleza diferente. El lector los pone en competencia y en cooperación, sin abandonar ninguno,

interactuando con cada uno para extraer el mayor valor posible de cada canal, reconociendo las ventajas de cada lenguaje con un sentido de economía de esfuerzo, pero también de goce y de funcionalidad. Si bien no es verdad que en la pantalla el lector se transforma en lector-escritor, el fenómeno tiende a amplificarse exponencialmente.

Desde que Internet repuso el texto en el centro de la comunicación y de las experiencias de consumo cultural en detrimento de la oralidad, la escritura también ha revivido. Esta última no tiene un carácter único en esas escenas, ni adopta un único estatuto gramatical. Responde a finalidades muy diversas y adopta estéticas y plataformas de naturaleza muy variada. Puede tener un carácter participativo-individual, por ejemplo, los comentarios al pie de una entrada de un blog, de una nota periodística o de un video; puede ser una escritura productivo-colaborativa, típica expresión de los trabajos de los fanes (*fanfiction*); de naturaleza productivo-autónoma, como la escritura de una entrada en un blog personal o la escritura de un tuit, o finalmente de carácter comunicativo, por ejemplo, el correo electrónico que epistolariza el intercambio o el chat en el que la escritura oraliza los mensajes. Si bien debe atenderse a las formas de escritura, han de evidenciarse, en primer lugar, las múltiples relaciones que la lectura mantiene con la escritura.

Estas escenas transmediales parecen indescriptibles si se parte de supuestos, de categorías de contextos y de soportes tradicionales. La intermitencia, alternancia, infrecuencia y no secuencialidad en el uso de los diversos soportes y lenguajes, así como las variantes en la relación lectura-escritura, son elementos constitutivos de escenas reguladas por lógicas cada vez más diversas y personalizadas que enjuician permanentemente el rol del libro y el valor del texto. El entrecruzamiento de narrativas, lenguajes y medios, propia de una transmediatización de la lectura, se traduce en una complejización de las prácticas sociales, lo que advierte de la necesidad de contar con formas diferentes y más integradoras de medir los comportamientos.

Desafíos

El diseño y la implementación de un dispositivo metodológico del alcance proyectado en este documento conlleva desafíos que deben identificarse *a priori* de modo que puedan establecerse las condiciones necesarias para su moderación y tratamiento y, en los casos que

pudiese corresponder, analizar los riesgos para el contexto dado. Algunos de ellos son:

- *La visión librodeterminista* que deja un lugar secundario a la lectura de otros medios y en otros soportes que no sea el impreso, lo que se evita revisitando, por ejemplo, las categorías empleadas en las preguntas sobre géneros. La diversidad de prácticas demanda una mayor pluralidad en cuanto a medios, soportes, géneros, etc.
- *La incierta intersección entre comportamiento lector y comprensión lectora*, ya que la indagación que pueden realizar las encuestas acerca de competencias lectoras es indirecta, lo que implica que sería erróneo pretender profundizar en competencias e inferir acerca de la relación entre comportamiento lector y prácticas, lo que puede surgir de entrecruzar los resultados con las investigaciones especializadas en lectura y las pruebas específicas sobre comprensión lectora.
- *La diferencia entre prácticas reales y declaradas* tiene numerosas causalidades. El entramado de legitimidades sociales y culturales opera tanto sobre la autopercepción del informante en relación con sus propios actos de lectura (declaración conscientemente limitada) como sobre *el olvido* de las prácticas con géneros carentes de legitimidad («leo un blog de cocina cotidianamente»), o medios menos *prestigiosos* («leo todas las semanas la revista del club social»), o lo hago en contextos que escapan del modelo letrado («leo en el metrobus», «jamás leo libros de biblioteca»).
- *El registro apropiado de la autopercepción identitaria*, el que debe facilitar manifestarse referencialmente respecto de los principales colectivos con los que el informante podría identificarse, por ejemplo, los amigos, los hermanos. Las identificaciones colectivas pueden contextualizar, informar acerca del modo en que se considera respecto de los grupos referenciales y de la valoración de la lectura en función de una posición social compartida.
- *La subvaluada lectura en tiempos fragmentados*. Las unidades de tiempo empleadas suelen dar cuenta de prácticas sociales ejemplares relacionadas con actos prolongados, de naturaleza inmersa, situados y orientados por un propósito de ocio, basados en una limitada y forzada relación entre literatura y lectura.

Las lecturas más fragmentadas, de corte funcional, no situadas de manera predeterminada, realizadas en la no linealidad, superpuestas

o solapadas con otros consumos culturales, o atravesadas por prácticas de comunicación, pueden resultar subdeclaradas.

Las lecturas profesionales, que suelen estar entretejidas con otras múltiples actividades laborales, pueden estar siendo subvaluadas. La contabilidad de esos tiempos exige esfuerzos de valoración más importantes aún que los esfuerzos de memorización. Cuanto más la lectura se vuelve intersticial, más la fragmentación de las lecturas tiene posibilidades de convertirse en la principal fuente de olvido, falta de mención o subvaloración.

- *La ambivalencia de las prácticas digitales.* Las preguntas suelen separar lo que las prácticas no informan. Suele forzarse una separación entre soportes (cuánto lee en digital, cuánto en papel) que no informa de una realidad en la que los contenidos fluyen, desmaterializados y rematerializados. Las preguntas tienden a desnaturalizar una práctica en la que cada vez más se integran, compiten y colaboran soportes, medios y lenguajes. Las prácticas de lectura pueden ser atravesadas por algún componente digital no solo en forma de vector de comunicación, sino como un soporte más que viene a entramarse para subsidiar la lectura, enriquecer la narración con otras vías de representación, completarla y ponerla en conversación: escenas de transmediatización que podrían convertirse en demasiado frecuentes para no dar cuenta de ellas. Podría ser que hurgar en estas prácticas implique sumar unidades distintas, complejidades diferentes, esfuerzos variados, intensidades y frecuencias que pertenecen a sistemas de unidades que no permiten la adición. La complejización que supone indagar sobre estas escenas invita a enriquecer estos dispositivos metodológicos integrando otras formas de investigación que permitan evitar que queden oscurecidas.
- *El interés por la relación de la lectura con la escritura* se vuelve un aspecto emergente en la medida en que las escenas tradicionales penetradas por otros soportes, medios y lenguajes revelan un acercamiento mayor del lector a las prácticas de escritura, fruto del estímulo comunicacional e interactivo que favorece el paradigma digital.
- *Las unidades leídas frente a las unidades no finalizadas* es un duelo metodológico que generalmente acaba representando mejor la lectura tradicional que las prácticas discontinuas (libros prácticos, comics), salvo cuando son rituales como la lectura de los periódicos.

Entre las lecturas de estudio y entre las profesionales, es muy común la lectura de fragmentos, capítulos o apartados, así como también es usual comenzar libros de literatura que nunca se leerán hasta el final.

- *La jerarquización entre prácticas* que tiende a resaltar la *lectura de ocio y por placer*, elevándola al rango de *lectura letrada* y reduciendo el valor de las lecturas de estudio o profesionales (aprendizajes informales), fruto del autodidactismo, de la obligación laboral o de los estudios (aprendizajes formales). La opción entre *buena* o *mala* lectura remite incesantemente al problema de las categorías y enfatiza, cada vez más, los interrogantes sobre cómo sacar de la marginalidad la lectura y la escritura entre pares, actividades inherentes a las redes sociales.
- *El elevado número de personas que se sitúan en un campo medio, sin estar comprendidos entre los lectores frecuentes y los no lectores.* Uno de los mayores desafíos consiste en visitar los criterios que definen la categoría *lector*. Según una definición tradicional, empleada en una versión anterior de esta metodología, se consideraba lector a todo sujeto que declara leer cualquier tipo de material escrito (texto escrito), sin que el instrumento suponga una calificación de las prácticas y representaciones de lectura según los contextos o soportes. A los fines prácticos, una de las reflexiones que condujo a la actualización de esta metodología indicó la necesidad de enfatizar los esfuerzos por desentrañar el significado de ese *campo medio*, un colectivo que puede representar en los países de la región más de la mitad de la población. Compuesto de lectores *infrecuentes*, *débiles* o *poco frecuentes*, se hace necesario aumentar la eficiencia de los descriptores para salir de esa tragedia metodológica que opaca a una población tan significativa. El dispositivo de medición profundiza el interés por ir a su rescate metodológico, el que no puede lograrse solamente mediante sistemas de medición por encuestas, aun cuando se magnifique el esfuerzo por ampliar las categorías y velar por detectar e identificar sus extraordinarias relaciones con la lectura y la escritura. Entender lo que ocurre en el interior de esa categoría demanda enriquecer los registros y entrecruzar sistemas de mediciones y no solo indicadores.

Uno de los mayores desafíos proviene de la posible y necesaria integración y entrecruzamiento de indicadores. Fuera de las encuestas

nacionales o regionales de lectura, existen otras instancias y vías para dar cuenta de los comportamientos y de las tendencias, algunas de ellas más complejas, otras más limitadas o circunscritas a ciertas categorías de lector o a contextos de lectura. El desafío consiste en integrar diversos niveles de relevamiento y análisis con la finalidad de reconocer un estatuto más plural y dinámico de las formas de leer que el que puede prescribir una encuesta nacional específica, y de aprovechar la densidad informativa de una declaración individual acerca del capital cultural y la trayectoria sociodemográfica y educativa del sujeto. El objetivo de toda integración debe ser aportar al entendimiento de los comportamientos del sujeto y a la elaboración de perfiles más diversos y contextualizados.

Sin pretender exhaustividad, un metasistema podría integrar tres niveles:

- a) Las encuestas de hogares, que tienen propósitos generales y que carecen de detalle sobre los consumos culturales, en general, y sobre las prácticas de lectura, en especial, pero que son más ricas en términos socio-económico-demográficos. Si se asumen algunas de estas variables como propias para las encuestas de lectura, se facilitan los puentes y los trabajos con multivariados de situación y de población.
- b) Las encuestas de consumos culturales que evidencian el valor de las actividades culturales y registran cómo los públicos se relacionan con el sistema cultural-mediático, lo que permite situar las lecturas en un campo más amplio y evidenciar la competitividad de estas respecto de otros consumos, con la limitación de que centran su interés en los espacios de ocio, sin contar con las prácticas profesionales, funcionales, útiles o de estudio. En el mismo plano, podrían integrarse indicadores de las encuestas sobre usos de TIC y conectividad.
- c) Las encuestas nacionales de lectura y escritura, cuyo principal objetivo es medir prácticas y coadyuvar a la toma de decisiones sobre políticas públicas de promoción de la lectura y la escritura y de desarrollo del sistema de redes de bibliotecas públicas.

La complejización actual, debido a la diversidad de prácticas de lectura y al entramado mediático en el que se sitúan, exige desentrañar el

misterio de *los del medio* (¿son poco frecuentes o lo hacen de otra forma, en otros contextos? ¿Cómo leen?), tanto como entender por qué los que afirman que ya no practican la lectura dejaron de leer (foco en la exclusión, el iletrismo). Desde esa perspectiva, la integración puede expandirse con un *enfoque contexto*, mediante preguntas complementarias y muy específicas acerca de los otros estímulos, medios, lenguajes y actores sociales que suelen cohabitar en las escenas de lectura y que no están siendo tenidos en cuenta en las encuestas. Por ejemplo, la relación entre la lectura y las conversaciones en las redes sociales o a través del teléfono móvil, las razones que lo llevan a elegir una ecología de medios y contenidos en esa escena de lectura.

Del mismo modo, bajo un enfoque interaccionista, puede expandirse la investigación mediante el entrecruzamiento con otros tipos de estudios sobre la relación de la lectura y la escritura con otras prácticas sociales, por ejemplo, cuál es el compartimento cuando se transforma en un lector-fan. Los trabajos de naturaleza etnográfica que combinan métodos tradicionales (como el diario) con métodos digitales (trazabilidad de la navegación) pueden dar cuenta de cómo operan los distintos componentes en las prácticas transmediales, que probablemente se encuentren entre las más subrepresentadas en las encuestas.

Estos trabajos se pueden focalizar tanto en las condiciones en las que se practica el acto de lectura (las disposiciones del contexto) como en el acto en sí mismo (la interacción entre el sujeto lector y lo que leen). Los trabajos focales pueden fortalecer el estudio sobre poblaciones particularmente sensibles. También podrían realizarse grupos focales sobre algunos colectivos de interés particular, como menores de doce años o en transición infanto-juvenil (de ocho a doce años). Podría ser relativamente fácil regularizar una encuesta escolar masiva y sistemática en los cambios de ciclo, así como incluir preguntas en las encuestas anuales de las universidades públicas o en el momento de la matriculación de ingreso.

Desde una perspectiva distinta pero complementaria, las mediciones de comportamiento lector pueden entrecruzarse, en beneficio de una mejor interpretación de los resultados, con las evaluaciones o pruebas del sistema educativo nacional y, sobre todo, de los sistemas internacionales, como por ejemplo, TERCE (UNESCO) y PISA (OCDE), las cuales gozan de una valoración social y política en la región y cierta

legitimidad en cuanto a comparabilidad internacional. En ese marco, podrían también considerarse indicadores de vulnerabilidad social y cultural (infraestructura, acceso a contenidos, proximidad de la oferta, diversidad de la oferta a la que tiene acceso, etc.).

Por otra parte, la exploración y medición del comportamiento lector de un país interactúa tanto con las políticas gubernamentales como con la oferta de materiales escritos y de bienes culturales, en general. El análisis de esas disposiciones gubernamentales y privadas, en forma de indicadores de producción, asequibilidad y circulación, añade valor al entendimiento de la evolución de las prácticas de la lectura en la sociedad.

La complejidad de la situación parece prescribir un camino que elude la tentación de la descripción comparativa, propia de la sociografía de la lectura, para escoger la complementariedad entre lo descriptivo y lo explicativo, aun cuando esto demanda una extrema prudencia en la interpretación.

Objetivos de la encuesta

Objetivo general

- Contar con indicadores comunes que describan el comportamiento lector en los países iberoamericanos. Estos indicadores permitirán el diseño, la formulación y la evaluación de políticas y planes de lectura y escritura.

Objetivos específicos

- Conocer aspectos específicos del comportamiento lector, en el ámbito tradicional y en el digital, a través de sus materiales (libros, periódicos, revistas e hipertextos) y soportes (impresos, digitales), frecuencias, preferencias, idiomas, motivos, contextos, limitaciones, acceso a textos escritos, asistencia a bibliotecas, entre otros.
- Registrar la evolución de las formas, los intereses, las prácticas, los medios y beneficios de la lectura.
- Definir un mínimo de indicadores sobre diferentes aspectos del comportamiento lector que puedan recabarse de manera periódica en distintos países iberoamericanos para poder establecer comparaciones en el tiempo y entre países, con el propósito de contar con elementos para promover el diseño, seguimiento y evaluación de las políticas públicas en materia de lectura.

Instrumento

Diseño de la encuesta²

Las siguientes son un mínimo de recomendaciones a considerar para diseñar, implementar y ejecutar la encuesta. Estas son aplicables en encuestas de lectura y escritura en instrumentos dedicados (encuestas de comportamiento lector), anexos (encuestas de hogares con módulos sobre lectura) y mixtos (encuestas de cultura con módulo sobre lectura).

- La metodología tiene el propósito de obtener indicadores para medir y describir el comportamiento lector con la bondad de poder aplicarse en instrumentos exclusivos (encuestas de comportamiento lector) o complementarios con otras prácticas sociales (encuestas de consumo cultural, encuestas de uso de TIC, encuestas de hogares o encuestas multipropósito). En las encuestas complementarias, se debe tener presente un número de preguntas mínimo que ofrezca los indicadores necesarios para su interpretación y análisis de la lectura y su asociación con otras prácticas, pero con la precaución de que estas no se incrementen hasta el punto de agotar el encuestado.
- Las preguntas y los términos utilizados deben en lo posible reducir o eliminar las interpretaciones subjetivas por parte del encuestador o

2 La fiabilidad y precisión de los resultados obtenidos parten del apropiado diseño y formulación de la encuesta, junto con los adecuados instructivos de diligenciamiento y validación del proceso de aplicación. Estos elementos reducirán los errores y sesgos en la entrevista, la interpretación y el análisis de los resultados y permitirán focalizar mejor las estrategias de políticas públicas.

el encuestado. En caso de que se indague sobre términos que no son de carácter unívoco, se ha de instruir al encuestador, con manuales, instructivos, guías de diligenciamiento, para que precise el sentido de la pregunta. Son ejemplos expresiones como *lector ocasional*, *lector frecuente*, *libro electrónico*, *libro digital*, *lectura en Internet*, *lectura de ocio*, *lectura de placer*, *lectura por obligación*, *lectura profesional*, entre otros.

- El diseño de la encuesta tiene que partir de considerar el objetivo de la investigación, la población objetivo a encuestar, el alcance de la encuesta, los indicadores mínimos a obtener, las preguntas a tener en cuenta para la obtención de los indicadores y el diseño muestral. Estadísticamente, la representación de la población objetivo con alcance nacional y/o regional demanda unas técnicas especializadas que deberían reconocer elementos diferenciadores por la complejidad del tema y por su relacionamiento social, familiar y cultural con respecto a lo escrito. Por ejemplo, sería preferible indagar por la lectura, sus prácticas y relacionamiento en el núcleo del hogar con cada uno de los miembros y no con un representante. De la misma manera, es mejor entrevistar directamente a los niños del hogar con la asistencia de un adulto que preguntarle a un adulto por los intereses, gustos y prácticas de lectura de los menores. En definitiva, la precisión de los resultados es mayor y el margen de error se reduce con encuestas asistidas en persona que las realizadas telefónicamente. Finalmente, evitar en lo posible pequeñas muestras propias de los sondeos, a menos de que sean estudios focalizados, por el riesgo de la pérdida de representatividad cuando el alcance es nacional o regional.
- Un aspecto útil en el diseño y aplicación de la encuesta es mantener la serie de los resultados, con el propósito de lograr que las diferentes mediciones sean comparables en el tiempo. De esta manera, se garantiza la evaluación y rediseño de las políticas públicas en lectura con técnicas como el análisis de corte transversal.

Ficha metodológica de la encuesta

Encuesta de medición del comportamiento lector en entornos convencionales y digitales

Concepto	Descripción
Unidad de investigación	Personas de cinco y más años en viviendas con hogares.
Informantes	Personas de cinco y más años de edad.
Tipo de cuestionario	Entrevista directa.
Ámbito geográfico de investigación	Población residente en el territorio nacional (rural y/o urbano).
Tamaño de la muestra	Establecido según el alcance y cobertura de la investigación.
Tipo de muestreo	Se sugiere una muestra multietápica, estratificada por conglomerados.
Error muestral	Se determinan según criterios de valores absolutos de los errores estándar, errores estándar relativos e intervalos de confianza (95%).
Módulos	<p>Variables demográficas y socioeconómicas de la población estudiada</p> <p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación del hogar (región, provincia, ciudad, dirección, teléfono, número de hogares en la vivienda, número de personas en el hogar). • Datos de la vivienda (casa, apartamento, otra). • Datos del hogar. • Registro de los miembros del hogar. • Características del encuestado. <p>Perfil del lector</p> <p>El objetivo de este bloque es caracterizar al lector, según su percepción de la lectura, intensidad y su relación con los círculos más cercanos. Indagar sobre los hábitos de lectura, motivos para leer, prácticas de lectura realizadas en la infancia, usos de la lectura en escenarios transmediales, y caracterización del lector de libros, periódicos y revistas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autopercepción como lector. • Hábitos lectores, motivos y dificultades para leer. • Lectura en la infancia y prácticas con los niños. • Escenas transmediales. • Perfil del lector de libros. • Perfil del lector de periódicos. • Perfil del lector de revistas.

Continúa...

Concepto	Descripción
Módulos	<p>Internet, usos y acceso La finalidad de este módulo es identificar el acceso y los usos de internet, los dispositivos digitales de lectura, y el uso y frecuencia de estos en la lectura.</p> <p>Asistencia a bibliotecas El módulo tiene por objetivo identificar las prácticas de la población en la asistencia y uso de las bibliotecas.</p> <p>Hábitos de escritura El objetivo de la sección consiste en identificar las prácticas de escritura de la población en escenarios transmediales y de lectura híbrida.</p> <p>Comportamiento lector para personas entre 5 y 12 años de edad El módulo de niños tiene por finalidad conocer, desde los primeros años, los gustos y hábitos lectores de la población infantil, en medios convencionales y/o digitales.</p>
Indicadores	<p>El diseño del formulario permite el cruce de un considerable número de variables para focalizar la población con indicadores tipo, entre los cuales tenemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lectura según categoría de textos (libros, revistas, periódicos, páginas web, blog, foros, correo electrónico, redes sociales), por rangos etarios, género y nivel educativo. • Frecuencia de lectura de la población lectora según categoría de texto. • Lectura de textos por categoría, según soporte y frecuencia. • Lectura de textos por categoría, según lugar. • Posicionamiento de la lectura con otras actividades. • Motivos y limitaciones para leer, según variables sociodemográficas. • Lectura en escenarios transmediales, según variables sociodemográficas. • Lectura y escritura en escenarios transmediales, según variables sociodemográficas. • Uso, acceso a internet y dispositivos digitales en la lectura, según variables sociodemográficas. • Lectura de textos según categoría, soporte y frecuencia por variables sociodemográficas. • Promedio de libros leídos al año por rangos, según variables socioeconómicas.

Formulario tipo

El formulario anexo es un instrumento básico para capturar la información mínima requerida en estudios de comportamiento lector en escenarios convencionales y en entornos digitales. Con este, se pretende poner a disposición un referente en el diseño, medición e implementación de iniciativas de representación social del lector y de sus entornos, sumando, además, la trazabilidad y comparabilidad como elementos adicionales en la toma de decisiones sobre políticas públicas en la materia.

Metodología para medir el comportamiento lector (en entornos convencionales y digitales)

I. Caracterización del encuestado

A. Identificación

1. Región	5. Teléfono
2. Provincia, estado o departamento	6. Total de hogares en la vivienda
3. Ciudad o municipio	7. Hogar número
4. Dirección de la vivienda	8. Total de personas en el hogar

B. Datos de la vivienda

1. Casa <input type="checkbox"/>	3. Habitación en alquiler dentro de una vivienda <input type="checkbox"/>
2. Apartamento <input type="checkbox"/>	4. Otra vivienda <input type="checkbox"/>

C. Datos del hogar

1. Ingresos del hogar en el mes

Valor mensual \$ _____ (registrar el mes y año)

2. ¿Cuáles de los siguientes servicios o bienes en uso posee este hogar?

a. Servicio de Internet <input type="checkbox"/>	c. Televisión gratuita <input type="checkbox"/>
b. Televisión por suscripción <input type="checkbox"/>	d. Computador de uso compartido <input type="checkbox"/>

D. Registro de personas

1. ¿Cuáles son los nombres y apellidos de las personas que comen y duermen en ese hogar?

a.	d.
b.	e.
c.	f.

E. Caracterización del encuestado

1. Género

a. Femenino

b. Masculino

2. Fecha de nacimiento

DD____ MM____ AAAA_____

3. ¿Cuál es su actividad principal?

a. Empleador *Pasa a 4, 5 y 7*

e. Estudiante *Pasa a 4, 5 y 6*

b. Asalariado *Pasa a 4, 5 y 7*

f. Desempleado *Pasa a 4, 5 y 7*

c. Trabajador independiente *Pasa a 4, 5 y 7*

g. Otra *Pasa a 4, 5 y 7*

d. Pensionado *Pasa a 4, 5 y 7*

4. ¿Qué dispositivo tecnológico usa diariamente con mayor frecuencia?

a. Una computadora de escritorio en el trabajo

b. Una computadora de escritorio en el hogar

c. Una computadora portátil o tableta del trabajo

d. Una computadora portátil o tableta de uso personal

e. Un teléfono móvil del trabajo

f. Un teléfono móvil de uso personal

g. Ninguno de los anteriores

5. ¿Sabe leer y escribir?

a. Sí *Continúa*

b. No *Pasa a II.C.1 y termina*

6. ¿En qué grado de escolaridad se encuentra?

a. Primaria

b. Secundaria

c. Terciario no universitario

d. Formación profesional no universitaria

e. Universitario

f. Posgrado

g. Ninguno

7. ¿Cuál es su último grado de escolaridad?		
	Completo	Incompleto
a. Primaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Secundaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Terciaria no universitaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Formación profesional no universitaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Universitaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Posgrado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Ninguna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

II. Perfil del lector

A. Auto percepción

1. ¿Cuál es su grado de comprensión de un texto (1 muy fácil y 5 muy difícil)?						
1	2	3	4	5	Ns/nc	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

2. ¿Con respecto a un año atrás, usted considera que...?	
a. Lee más	<input type="checkbox"/>
b. Lee igual	<input type="checkbox"/>
c. Lee menos	<input type="checkbox"/>
d. No sabe/no contesta	<input type="checkbox"/>

3. Señale su nivel de interés de acuerdo con la lectura que realiza por gusto o necesidad		
	Lectura por gusto	Lectura por necesidad
a. Mucho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Bastante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Poco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Nada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ¿Para qué considera usted que le ha servido la lectura?	
a. Para aprender	<input type="checkbox"/>
b. Para divertirse	<input type="checkbox"/>
c. Para mejorar en el trabajo	<input type="checkbox"/>
d. Por cultura general	<input type="checkbox"/>
e. Para nada	<input type="checkbox"/>
f. Otra ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

5. Evalúe de 1 a 4. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted con las siguientes afirmaciones? (1 totalmente en desacuerdo y 4 totalmente de acuerdo)					
	1	2	3	4	Ns/nc
a. Solo leo si tengo que hacerlo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Para mí leer es perder el tiempo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Leer es uno de mis pasatiempos favoritos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Me gusta hablar con otras personas sobre lo que leo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Me alegro de recibir un libro como regalo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Disfruto visitando librerías y quioscos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Disfruto visitando bibliotecas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Me gusta intercambiar libros y revistas con mis amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Se me hace difícil terminar de leer un libro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Se me hace difícil leer en pantallas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. No puedo permanecer leyendo por más de unos pocos minutos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Me gusta leer en pantallas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Con respecto a las personas que lo rodean y al material de lectura, usted considera que:			
	Familia	Amigos	Compañeros
a. Lee más	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Lee menos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. ¿En qué idiomas lee?	
a. Español	<input type="checkbox"/>
b. Portugués	<input type="checkbox"/>
c. Inglés	<input type="checkbox"/>
d. Francés	<input type="checkbox"/>
e. Italiano	<input type="checkbox"/>
f. Alemán	<input type="checkbox"/>
g. Japonés	<input type="checkbox"/>
h. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

8. ¿En qué idioma prefiere leer?	
a. Español	<input type="checkbox"/>
b. Portugués	<input type="checkbox"/>
c. Inglés	<input type="checkbox"/>
d. Francés	<input type="checkbox"/>
e. Italiano	<input type="checkbox"/>
f. Alemán	<input type="checkbox"/>
g. Japonés	<input type="checkbox"/>
h. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

9. ¿A qué dedica el tiempo que antes dedicaba a leer? Viene de II.A.2.c	
a. A ir a trabajar	<input type="checkbox"/>
b. A ir a estudiar	<input type="checkbox"/>
c. A navegar por Internet	<input type="checkbox"/>
d. A hacer deporte	<input type="checkbox"/>
e. A ir al cine	<input type="checkbox"/>
f. A ir al teatro	<input type="checkbox"/>
g. A ver más televisión	<input type="checkbox"/>
h. A estar más con la familia	<input type="checkbox"/>
i. A estar con los amigos	<input type="checkbox"/>
j. A otra actividad ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

B. Hábitos lectores, motivos y dificultades para leer

1. ¿Cuáles son las principales razones por las que usted lee y con qué frecuencia?					
	Diariamente	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Nunca
a. Por razones de estudio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Para informarse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Por actualización o perfeccionamiento profesional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Por gusto y/o placer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Por motivos religiosos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Por crecimiento o superación personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Por cultura general	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. No sabe/no contesta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. ¿Cuáles de las siguientes lecturas realiza por gusto o necesidad?		
	Por gusto	Por necesidad
a. Libros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Periódicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Correo electrónico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Redes sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Páginas web (diferentes a periódicos, revistas, blogs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Blogs, foros y otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Otra ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. ¿Qué materiales y en cuáles de los siguientes lugares suele leer?			
	Libros	Revistas	Periódicos
a. En la casa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. En el salón de clase (aula)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. En centros con acceso a TIC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. En librerías	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. En lugares religiosos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. En las bibliotecas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. En las cafeterías	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. En el sitio de trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Al aire libre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. En los consultorios/salones de belleza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. En el transporte público	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. En otros sitios ¿Cuáles? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ¿Usted a quién le lee y con qué frecuencia?					
	Diariamente	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Nunca
a. Sus hijos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Su pareja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Sus amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Sus familiares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cuáles de las siguientes limitaciones o dificultades tiene usted para leer?	
a. Lee muy despacio	<input type="checkbox"/>
b. No comprende todo lo que lee	<input type="checkbox"/>
c. No tiene la suficiente concentración para leer	<input type="checkbox"/>
d. No tiene la paciencia para leer	<input type="checkbox"/>
e. No lee por limitaciones físicas	<input type="checkbox"/>
f. Otra ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>
g. Ninguna	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuáles son las principales razones por las que usted no lee o no lee con mayor frecuencia? <i>Viene de II.A.2.c.</i>	
a. Porque no le gusta leer	<input type="checkbox"/>
b. Por falta de tiempo	<input type="checkbox"/>
c. Porque prefiere otras actividades recreativas	<input type="checkbox"/>
d. Porque le da pereza	<input type="checkbox"/>
e. Por falta de dinero	<input type="checkbox"/>
f. Porque no sabe qué leer	<input type="checkbox"/>
g. Porque no tiene un lugar apropiado para leer	<input type="checkbox"/>
h. Por limitaciones para leer	<input type="checkbox"/>
i. Porque no tiene acceso permanente a Internet	<input type="checkbox"/>
j. Otra ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

C. Lectura en la infancia y prácticas con los niños

1. En su infancia, ¿quién le leía y con qué frecuencia lo hacían?					
	Diariamente	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Nunca
a. Leía solo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Le leía su padre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Le leía su madre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Le leían otros familiares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Le leían sus maestros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. ¿Qué personas influyeron para que usted lea?	
a. Sus padres	<input type="checkbox"/>
b. Otros familiares	<input type="checkbox"/>
c. Sus maestros	<input type="checkbox"/>
d. Sus amigos	<input type="checkbox"/>
e. Por iniciativa propia	<input type="checkbox"/>
f. El bibliotecario	<input type="checkbox"/>
g. Otros ¿Quiénes? _____	<input type="checkbox"/>
h. Nadie	<input type="checkbox"/>
i. No sabe/no contesta	<input type="checkbox"/>

3. Después de que aprendió a leer, ¿sus padres o familiares le regalaron libros, historietas y/o revistas?	
a. Muchas veces	<input type="checkbox"/>
b. Pocas veces	<input type="checkbox"/>
c. Nunca	<input type="checkbox"/>

4. ¿En este hogar cada cuánto leen los adultos con los niños de 5 a 12 años, por entretenimiento?	
a. Diariamente	<input type="checkbox"/>
b. Alguna vez a la semana	<input type="checkbox"/>
c. Alguna vez al mes	<input type="checkbox"/>
d. Alguna vez al trimestre	<input type="checkbox"/>
e. Alguna vez al año	<input type="checkbox"/>
f. Nunca	<input type="checkbox"/>

D. Escenas transmediales

1. ¿Usted podría decir si realiza estas acciones y con qué frecuencia?						
	Diariamente	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Alguna vez al año	Nunca
a. Lee con la televisión prendida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Lee oyendo música	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Lee, mientras navega en las redes sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Lee en silencio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Lee en voz alta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Lee y toma notas o subraya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Contesta llamadas mientras lee	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Chatea mientras lee	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Cuando lee textos impresos, ¿con qué frecuencia realiza alguna actividad en Internet, vinculada con lo que lee en...?						
	Diariamente	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Alguna vez al año	Nunca
a. Libros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Periódicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Ya sea en soporte impreso o en pantalla, ¿qué otra actividad realiza relacionada con lo que lee?			
	Libros	Revistas	Periódicos
a. Busca información complementaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Consulta las cifras o recomendaciones del texto (notas al pie, remisión de publicidad, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Mira videos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Participa en foros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Consulta otros lectores en plataformas especializadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Consulta redes sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Consulta plataformas de preguntas y respuestas (Wikipedia, YahooRespuestas, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Escribe en redes sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. No hace nada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Mientras lee, ¿realiza alguna actividad participativa en Internet vinculada con lo que lee, con el tema o el autor?			
	Libros	Revistas	Periódicos
a. Realiza comentarios en sus comunidades de las redes sociales (Facebook, Twitter, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Escribe en su blog	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Participa en la elaboración de historias paralelas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Comenta en el blog del autor o de la editorial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Escribe correos electrónicos a sus contactos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Escribe correos electrónicos al autor o a la editorial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Consulta sobre el tema, el autor o la editorial en las comunidades de las redes sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Se adhiere o se inscribe en sitios y redes para mantenerse informado acerca del tema, del autor o de la editorial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. No hace nada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ¿Qué actividades hace en su tiempo libre?				
	Mucho	Bastante	Poco	Nada
a. Ver televisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Ver videos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Leer (periódicos, revistas, libros)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Escuchar música	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Ir a bailar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Escuchar radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Navegar en Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Practicar deporte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Ir al cine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Ir al teatro/danza/conciertos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Ir a museos/exposiciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Ir al aire libre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m. Salir con amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n. Otras ¿Cuáles? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

III. Perfil del lector de libros

Viene II.B.2.a

1. ¿Con qué frecuencia lee libros impresos?	
a. Diariamente	<input type="checkbox"/>
b. Alguna vez a la semana	<input type="checkbox"/>
c. Alguna vez al mes	<input type="checkbox"/>
d. Alguna vez al trimestre	<input type="checkbox"/>
e. Alguna vez al año	<input type="checkbox"/>
f. Nunca	<input type="checkbox"/>

2. ¿Qué tipo de libros lee y en qué formato?		
	Impreso	Digital
a. Libros infantiles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Libros juveniles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Textos educativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Enciclopedias y diccionarios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Científicos/técnicos/profesionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Historia, política y sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Operativos o de operación técnica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Literatura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Religión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Superación personal/autoayuda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Cocina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. ¿Cuáles son las razones por las que escoge un libro?	
a. Por el tema	<input type="checkbox"/>
b. Por el título	<input type="checkbox"/>
c. Por el autor	<input type="checkbox"/>
d. Por recomendación de un amigo o familiar	<input type="checkbox"/>
e. Por motivos educativos	<input type="checkbox"/>
f. Por motivos de trabajo	<input type="checkbox"/>
g. Por comentarios y/o anuncios en prensa, radio o televisión	<input type="checkbox"/>
h. Por recomendaciones en sitios web especializados/redes sociales	<input type="checkbox"/>

4. ¿Los libros que lee son?	
a. Comprados	<input type="checkbox"/>
b. Fotocopiados	<input type="checkbox"/>
c. Regalados	<input type="checkbox"/>
d. Prestados por bibliotecas	<input type="checkbox"/>
e. Prestados por familiares y/o amigos	<input type="checkbox"/>
f. Descargados de Internet en PC	<input type="checkbox"/>
g. Descargados de Internet en dispositivos digitales (tabletas, móviles, etc)	<input type="checkbox"/>
h. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

5. Los libros que usted compra los adquiere en:		
	Impreso	Digital
a. Librería	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Sitios web especializados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Otros sitios web	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Ferias del libro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Almacenes de cadena o grandes superficies	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Quioscos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Ventas ambulantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Puerta a puerta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuántos libros compró en los últimos doce meses?	
	Cantidad
a. Total libros	_____
b. Total textos escolares	_____

7. En total, ¿cuántos libros tiene?		
	Impresos	Digitales
a. Textos escolares	_____	_____
b. Libros (no textos)	_____	_____

8. ¿Con qué frecuencia usted...?			
	Siempre	A veces	Nunca
a. Inicia la lectura de un libro y no la termina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Lee más de un libro al mismo tiempo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Lee el mismo libro más de una vez	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Lee solo algunas partes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Lee un libro entero a la vez	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Va hasta el final del libro incluso si no le gusta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

IV. Perfil del lector de periódicos

Viene II.B.2.c

1. ¿Con qué frecuencia lee periódicos impresos?	
a. Diariamente	<input type="checkbox"/>
b. Alguna vez a la semana	<input type="checkbox"/>
c. Alguna vez al mes	<input type="checkbox"/>
d. Alguna vez al trimestre	<input type="checkbox"/>
e. Alguna vez al año	<input type="checkbox"/>
f. Nunca	<input type="checkbox"/>

2. ¿Qué tipo de periódicos lee y en qué soporte?		
	Impreso	Digital
a. Informativos generales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Económicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Religiosos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Deportivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Para jóvenes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. ¿Los periódicos que usted lee son?	
a. Comprados en establecimientos comerciales (quioscos, tiendas, etc.)	<input type="checkbox"/>
b. Comprados a través de suscripción (impresos)	<input type="checkbox"/>
c. Comprados a través de suscripción (digital)	<input type="checkbox"/>
d. Gratuitos (impresos)	<input type="checkbox"/>
e. Gratuitos (a través de Internet)	<input type="checkbox"/>
f. Prestados por bibliotecas	<input type="checkbox"/>
g. Prestados por familiares y/o amigos	<input type="checkbox"/>
h. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

V. Perfil del lector de revistas

1. ¿Con qué frecuencia lee revistas impresas?	
a. Diariamente	<input type="checkbox"/>
b. Alguna vez a la semana	<input type="checkbox"/>
c. Alguna vez al mes	<input type="checkbox"/>
d. Alguna vez al trimestre	<input type="checkbox"/>
e. Alguna vez al año	<input type="checkbox"/>
f. Nunca (<i>termina</i>)	<input type="checkbox"/>

2. ¿Qué tipo de periódicos lee y en qué soporte?		
	Impreso	Digital
a. Juveniles e infantiles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Historietas/Pasatiempos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Música/Vídeo/Cine y fotografía	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Deportes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Naturaleza/Animales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Agropecuarias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Profesionales/Científicas/Tecnología	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Arte/Cultura/Literatura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Moda/Cocina/Espectáculos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Política/Económicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Eróticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Esotéricas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m. Religiosas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n. Salud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o. Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. ¿Las revistas que lee son?	
a. Compradas en establecimientos comerciales (quioscos, tiendas, etc.)	<input type="checkbox"/>
b. Compradas a través de suscripción (impresos)	<input type="checkbox"/>
c. Compradas a través de suscripción (digital)	<input type="checkbox"/>
d. Gratuitas (impresas)	<input type="checkbox"/>
e. Gratuitas (a través de Internet)	<input type="checkbox"/>
f. Prestadas por bibliotecas	<input type="checkbox"/>
g. Prestadas por familiares y/o amigos	<input type="checkbox"/>
h. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

VI. Internet, usos y acceso

1. ¿Usted tiene servicio de Internet?	
a. Sí <input type="checkbox"/> Continúa	b. No <input type="checkbox"/> Pasa a VII

2. ¿Con qué frecuencia se conecta a Internet?	
a. Diariamente	<input type="checkbox"/>
b. Alguna vez a la semana	<input type="checkbox"/>
c. Alguna vez al mes	<input type="checkbox"/>
d. Alguna vez al trimestre	<input type="checkbox"/>
e. Alguna vez al año	<input type="checkbox"/>
f. Nunca (<i>termina</i>)	<input type="checkbox"/>

3. ¿En cuáles lugares se conecta a Internet?	
a. Trabajo	<input type="checkbox"/>
b. Institución educativa (escuela, universidad)	<input type="checkbox"/>
c. Casa	<input type="checkbox"/>
d. Café internet	<input type="checkbox"/>
e. Biblioteca pública	<input type="checkbox"/>
f. Zonas públicas	<input type="checkbox"/>
g. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

4. ¿Con qué dispositivo se conecta?	
a. Computadora de escritorio	<input type="checkbox"/>
b. Portátil/laptop	<input type="checkbox"/>
c. Tableta	<input type="checkbox"/>
d. Lector de libros digitales	<input type="checkbox"/>
e. Teléfono móvil	<input type="checkbox"/>
f. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

5. ¿Qué lee en los dispositivos digitales y con que frecuencia						
	Diariamente	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Alguna vez al año	Nunca
a. Libros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Periódicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Correo electrónico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Redes sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Páginas web (diferentes a periódicos y blogs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Blogs, foros y otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Con los dispositivos digitales ¿qué acostumbra a leer?	
a. Material de interés personal	<input type="checkbox"/>
b. Material para el estudio	<input type="checkbox"/>
c. Material para el trabajo	<input type="checkbox"/>
d. Material sobre trámites	<input type="checkbox"/>
e. Noticias e información actual	<input type="checkbox"/>
f. Correo, chat, redes sociales	<input type="checkbox"/>
g. Literatura	<input type="checkbox"/>
h. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

7. ¿Cuáles son las tres principales razones por las que usted se conecta a Internet?	
a. Para leer libros en línea	<input type="checkbox"/>
b. Para leer periódicos o revistas	<input type="checkbox"/>
c. Para buscar información	<input type="checkbox"/>
d. Para estudiar	<input type="checkbox"/>
e. Para trabajar	<input type="checkbox"/>
f. Para hacer trámites (bancarios, etc.)	<input type="checkbox"/>
g. Para participar en redes sociales	<input type="checkbox"/>
h. Para jugar	<input type="checkbox"/>
i. Para oír música	<input type="checkbox"/>
j. Para ver videos	<input type="checkbox"/>
k. Para hacer compras	<input type="checkbox"/>
l. Otra ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

VII. Asistencia a bibliotecas

1. ¿A qué biblioteca asistió en los últimos doce meses?	
a. Pública	<input type="checkbox"/>
b. Escolar	<input type="checkbox"/>
c. Universitaria	<input type="checkbox"/>
d. Comunitaria	<input type="checkbox"/>
e. Especializada, empresas	<input type="checkbox"/>
f. Otras ¿Cuáles? _____	<input type="checkbox"/>
g. No asistió	<input type="checkbox"/> <i>Pasa a 4</i>

2. ¿Cuáles son los motivos por los que usted va a una biblioteca?	
a. Para buscar información	<input type="checkbox"/>
b. Para estudiar	<input type="checkbox"/>
c. Para leer	<input type="checkbox"/>
d. Para participar en cursos y/o talleres	<input type="checkbox"/>
e. Para participar en actividades culturales	<input type="checkbox"/>
f. Para conectarse a Internet	<input type="checkbox"/>
g. Para ver películas	<input type="checkbox"/>
h. Para oír música	<input type="checkbox"/>
i. Otra ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

3. ¿Qué tipo de actividades realiza en la biblioteca?	
a. Leer libros	<input type="checkbox"/>
b. Leer revistas	<input type="checkbox"/>
c. Leer periódicos	<input type="checkbox"/>
d. Utilizar el computador e Internet	<input type="checkbox"/>
e. Asistir a conciertos, exposiciones, etc.	<input type="checkbox"/>
f. Ver películas/oir música	<input type="checkbox"/>
g. Solicitar libros en préstamo	<input type="checkbox"/>
h. Otra ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cuáles son las principales razones por las que no asiste a una biblioteca?	
a. No tiene tiempo	<input type="checkbox"/>
b. No le gusta leer	<input type="checkbox"/>
c. No le gustan las bibliotecas	<input type="checkbox"/>
d. No encuentra materiales de lectura que le interesen	<input type="checkbox"/>
e. No sabe dónde está, no la conoce	<input type="checkbox"/>
f. Está muy lejos	<input type="checkbox"/>
g. Prefiere conseguir los materiales de lectura por otros medios	<input type="checkbox"/>
h. No tiene buen servicio o instalaciones	<input type="checkbox"/>
i. El horario no le conviene	<input type="checkbox"/>
j. Tiene problemas de salud o discapacidad	<input type="checkbox"/>
k. Otra ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

VIII. Hábitos de escritura

1. ¿A usted qué tanto le gusta escribir?	
a. Mucho	<input type="checkbox"/>
b. Algo	<input type="checkbox"/>
c. Poco	<input type="checkbox"/>
d. Nada	<input type="checkbox"/> Pasa a 2 y a 5

2. ¿Escribir para usted es?	
a. Muy fácil	<input type="checkbox"/>
b. Fácil	<input type="checkbox"/>
c. Difícil	<input type="checkbox"/>
d. Muy difícil	<input type="checkbox"/>
e. No sabe/no contesta	<input type="checkbox"/>

3. ¿Por qué razón usted escribe?	
a. Para comunicarse con otros	<input type="checkbox"/>
b. Para el trabajo	<input type="checkbox"/>
c. Para aprender	<input type="checkbox"/>
d. Para expresar sus emociones o pensamientos	<input type="checkbox"/>
e. Para discutir o confrontar ideas	<input type="checkbox"/>
f. Para sentirse mejor	<input type="checkbox"/>
g. Para dar a conocer acontecimientos importantes (familiares, sociales, etc.)	<input type="checkbox"/>
h. Otra ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

4. ¿Qué escribe y con qué frecuencia lo hace?						
	Diariamente	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Alguna vez al año	Nunca
a. Documentos de trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Documentos académicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Mensajes de texto (tel. móvil)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Correo electrónico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Conversaciones en el chat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Mensajes en redes sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. En un blog o foros de discusión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Otros ¿Cuáles? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Nada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cuál es la principal razón por la que no escribe o no lo hace con mayor frecuencia? <i>Viene de VIII.1.b, c y d</i>	
a. No siente la necesidad	<input type="checkbox"/>
b. No le interesa	<input type="checkbox"/>
c. No tiene motivación	<input type="checkbox"/>
d. No tiene quién lo guíe o corrija	<input type="checkbox"/>
e. No tiene nada que decir	<input type="checkbox"/>

6. ¿Con quién comparte lo que escribe?	
a. Con sus padres	<input type="checkbox"/>
b. Con sus hermanos	<input type="checkbox"/>
c. Con sus hijos	<input type="checkbox"/>
d. Con otros familiares	<input type="checkbox"/>
e. Con sus amigos	<input type="checkbox"/>
f. No lo comparte	<input type="checkbox"/> <i>Pasa a 8</i>

7. ¿Cómo lo comparte?	
a. Impreso	<input type="checkbox"/>
b. Por correo electrónico	<input type="checkbox"/>
c. En foros de Internet	<input type="checkbox"/>
d. En las redes sociales	<input type="checkbox"/>
e. En talleres literarios	<input type="checkbox"/>
f. Otros ¿Cuáles? _____	<input type="checkbox"/>

8. ¿En qué soporte escribe más frecuentemente?	
a. En hojas sueltas	<input type="checkbox"/>
b. En un cuaderno reservado para escribir	<input type="checkbox"/>
c. En cualquier cuaderno	<input type="checkbox"/>
d. En su computadora de escritorio	<input type="checkbox"/>
e. En un portátil o tableta	<input type="checkbox"/>
f. En su teléfono móvil	<input type="checkbox"/>
g. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>

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

1. ¿Le gusta que le lean?	
a. Sí	<input type="checkbox"/>
b. No (<i>pasa a 3</i>)	<input type="checkbox"/>
c. No sabe (<i>pasa a 3</i>)	<input type="checkbox"/>

2. ¿Quién prefiere que le lea?	
a. Los abuelos	<input type="checkbox"/>
b. El papá	<input type="checkbox"/>
c. La mamá	<input type="checkbox"/>
d. Otros familiares	<input type="checkbox"/>
e. El (la) profesor(a)	<input type="checkbox"/>
f. El (la) bibliotecario(a)	<input type="checkbox"/>
g. Otro tipo de persona ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>
h. No sabe	<input type="checkbox"/>

3. ¿Le gusta leer?			
a. Sí	<input type="checkbox"/>	c. No sabe leer	<input type="checkbox"/> <i>Termina</i>
b. No	<input type="checkbox"/> <i>Pasa a 8</i>	d. No sabe si le gusta	<input type="checkbox"/>

4. ¿Con qué frecuencia lee por gusto o por entretenimiento?	
a. Diariamente	<input type="checkbox"/>
b. Alguna vez a la semana	<input type="checkbox"/>
c. Alguna vez al mes	<input type="checkbox"/>
d. Alguna vez al trimestre	<input type="checkbox"/>
e. Casi nunca	<input type="checkbox"/>
f. Nunca	<input type="checkbox"/>

5. ¿En qué medio lee?		
	Sí	No
a. En soporte físico (impreso)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. En soportes digitales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. ¿En dónde le gusta leer?	
a. En la casa	<input type="checkbox"/>
b. En la escuela	<input type="checkbox"/>
c. En la biblioteca	<input type="checkbox"/>
d. En otro lugar ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>
e. No sabe	<input type="checkbox"/>

7. ¿Qué lee a través de Internet?	
a. Material de estudio	<input type="checkbox"/>
b. Libros y revistas infantiles	<input type="checkbox"/>
c. Correo, chat, redes sociales	<input type="checkbox"/>
d. Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>
e. No lee a través de Internet	<input type="checkbox"/>

8. ¿Cuál es la razón principal porque no le gusta leer? Viene de 1.b	
a. Porque le parece difícil	<input type="checkbox"/>
b. Porque no tiene qué leer	<input type="checkbox"/>
c. Porque no tiene tiempo	<input type="checkbox"/>
d. Porque le parece aburrido	<input type="checkbox"/>
e. Otra razón ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/>
f. Nadie lee en el hogar	<input type="checkbox"/>
g. No sabe la razón	<input type="checkbox"/>

Referencias bibliográficas

- Alonso Arévalo, J., Cordon García, J. A., & Gómez Díaz, R. (2014). *Comparación de los hábitos y perfil del lector digital entre Estados Unidos y España*. Salamanca.
- Barbero, J, Lluch G. (2011). *Lectura, escritura y desarrollo en la sociedad de la información*. Bogotá, D. C.: CERLALC.
- Braga, G., & Ribeiro Pinheiro, L. V. (2009). *Desafios do impresso ao digital-Questões contemporâneas de informação e conhecimento*. Brasília: IBICT e UNESCO.
- CERLALC. (2012). *Comportamiento lector y hábitos de lectura*. Bogotá. CERLALC.
- CERLALC. (2011). *Metodología común para explorar y medir el comportamiento lector*. Bogotá. CERLALC.
- CERLALC. (2013). *Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica*. Bogotá, CERLALC.
- Chartier, R. (2005). *El presente del pasado. Escritura de la historia, historia de lo escrito*. México, D.F. Universidad Iberoamericana.
- Chartier, R. (2007). ¿La muerte del libro?. *Co-herencia*, 119-129.
- Chartier, R., & Cavallo, G. (1997). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus.
- Fernández Gómez, M. J., Cordon García, J. A., Alonso Arévalo, J., & Gómez Díaz, R. (2014). *Prácticas de consumo electrónico: los lectores ante los nuevos soportes*. Salamanca: Universidad de Salamanca.

- García Delgado, B., & Arias Rubio, G. (2014). Papel vs. digital: hábitos de lectura de los estudiantes de la UEM. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*.
- Gutiérrez, E. (2009). Leer digital: la lectura en el entorno de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *Signo y Pensamiento*, 144-163.
- Lahire, B. (2004). *Sociología de la lectura*. Barcelona: Gedisa
- Lluch, G. (2014). *Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Millan, J. A. (2008). Los modos de la lectura digital. En *La lectura en España, 2008. Leer para aprender* (págs. 299-311). Madrid.
- Ravettino Destefanis, A. (2013). *Los nuevos intermediarios culturales de la lectura. Cambios en la difusión de libros en la era digital*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Reig, D., & Vílchez, L. F. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Madrid.
- Reimers, F., & Jacobs, J. (2008). Leer, (comprender y aprender) y escribir para comunicarse. Desafíos y oportunidades para los sistemas educativo. En *La lectura en la sociedad de la información*. Madrid: Fundación Santillana.
- Rowell, J., & Burke, A. (2009). Reading by Design: Two Case Studies of Digital Reading Practice. *Journal of Adolescent & Adult Literacy* 53, 106-118.
- Trillos Pacheco, J. J. (2013). *La lectura hipermedial y su incidencia en la comprensión lectora en estudiantes universitarios*. Barranquilla: Universidad Autónoma del Caribe.
- West, M., & Chew, H. E. (2014). *Reading in the mobile era*. París: UNESCO.

El Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC, es un organismo intergubernamental, bajo los auspicios de la UNESCO, que trabaja en la creación de condiciones para el desarrollo de sociedades lectoras. Para ello orienta sus acciones hacia el fomento de la producción y circulación del libro; la promoción de la lectura y la escritura, y el estímulo y protección de la creación intelectual.

Son países miembros del CERLALC:

Argentina • Bolivia (Estado Plurinacional de) • Brasil • Chile • Colombia • Costa Rica • Cuba • Ecuador • El Salvador • España • Guatemala • Honduras • México • Nicaragua • Panamá • Paraguay • Perú • Portugal • República Dominicana • Uruguay • Venezuela (República Bolivariana de)

Este documento forma parte de la amplia gama de esfuerzos que el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC, realiza para generar conocimiento, divulgar información especializada e impulsar procesos de formación en todas sus áreas misionales.

Metodología para explorar y medir el comportamiento lector: el encuentro con lo digital se imprimió por primera vez el mes de diciembre de 2014 en los talleres de Corcas Editores Ltda. En su composición se utilizó tipo Minion de Adobe Systems Inc.

Hoy por hoy, las prácticas de lectura y escritura se renuevan rápida y profundamente a causa de fenómenos de índole convergente-digital. La cohabitación de soportes, la desmaterialización del contenido y el sobreequipamiento tecnológico configuran un escenario que estimula un consumo solapado de contenidos culturales y que propicia la fragmentación y discontinuidad en las prácticas de lectura.

Este documento ofrece una propuesta metodológica para el estudio del comportamiento lector y la exploración de los hábitos de lectura que supera la visión librodeterminista de los instrumentos tradicionales de medición. Busca poner en su justo valor la lectura en tiempos fragmentarios y evitar una forzosa separación entre soportes que distorsiona la naturaleza de prácticas en las que suelen integrarse y competir lenguajes, medios y soportes. Pretende, además, ahondar en el examen de ese significativo segmento poblacional (mayoritario en los países iberoamericanos) comprendido entre los lectores frecuentes y los no lectores. Esboza también el camino a seguir si se quiere ampliar el nivel de análisis, mediante el entrecruzamiento de indicadores de lectura con variables sociales, económicas y demográficas.

Con el apoyo de:

