



NO TENEMOS
LÍDER, PERO NO
ESTAMOS SOLOS

Galería de Papel. Pedro León Zapata. (El Nacional, 19-09-2003)

ZAPATA

EL LECTOR VENEZOLANO

y las políticas públicas para el libro y la lectura

La lectura como herramienta para la producción social del conocimiento es fundamental para el desarrollo de las sociedades modernas. Nadie lo duda, pero ante la concurrencia de múltiples interpretaciones, elaboraciones de sentido, visiones y proyectos de país, muchas veces se pierde de vista la utilidad de esta herramienta, limitándole a las planificaciones de Estado buena parte de su razón de ser como garantes de derecho en sociedades democráticas.

¿Y cuál puede ser la utilidad de la lectura en la hora de las oralidades secundarias, de los discursos de las culturas híbridas, de los “tiempos” de la modernidad? Adelaida Nieto, citando a Amartya Sen, Premio Nóbel de Economía, puede ser reveladora: “El desarrollo puede concebirse, como un proceso de expansión de las libertades reales que disfrutaban los individuos”. ¡Qué grandeza! El desarrollo concebido como expansión de libertades y no como concentración de capitales. Porque no es libre quien no puede decidir si comer o no, quien no puede escoger si estudiar o no hacerlo, si tener un techo donde vivir, porque sus posibilidades económicas no se lo permiten, como lo señala Sen en su libro *Libertad y Desarrollo*. ¿Por qué hablo de esto en una reflexión sobre lectura? Porque estoy plenamente convencida que la lectura trae consigo el verdadero desarrollo social, cultural y económico. No debemos concebir el desarrollo sin libertad. No me refiero a libertad únicamente ante las leyes, sino libertad

El siguiente artículo presenta dos investigaciones realizadas por el Centro Nacional del Libro en un intento por caracterizar al lector venezolano desde su comportamiento como lector y desde el consumo que realiza del libro, en el contexto de otros consumos culturales; con miras a contribuir con la orientación de las políticas de Estado y la planificación de mercados de la industria editorial, en una hora que resulta crítica para el proyecto de nación y para la propia supervivencia empresarial

■ **Carlos Delgado-Flores**

real, la que implica ser libre de comer, ser libre de tener atención médica, ser libre de tener una vivienda digna. No es libre al interior de una sociedad, quien no tiene las necesidades básicas de sobrevivencia solucionada. Y ahí mismo, en ese terreno de la sobrevivencia, el ser humano tiene que ser libre de LEER, de leerse a sí mismo, a los demás. No es libre quien no tiene información, ni la capacidad de transformar la información en conocimiento y el conocimiento en sabiduría, que como escuche alguna vez, la sabiduría no es otra cosa que la capacidad de aplicar el conocimiento en la vida diaria”.

LECTORES DISFUNCIONALES

Cuando el Ejecutivo Nacional se convirtió en misionero (es decir: planificó las misiones educativas como estrategia central de los programas sociales) lo hizo a partir de la constatación de un dato de la realidad que resulta poco menos que una barrera para cualquier programa de superación de la pobreza: el 56% de la Población Económicamente Activa, entre 14 y hasta 65 años, aproximadamente 8 millones de personas, tiene una escolaridad promedio de 7° grado, 5 menos que el estándar de los países desarrollados y uno más que el promedio latinoamericano. Esta población está concentrada en los estratos D y E de la población, por debajo de la línea de pobreza y el hecho de que abandonara tempranamente la educación formal, hace que en ella se concentren la mayoría de los lectores disfuncionales del país.

Por lectores disfuncionales se entiende que son quienes leen sólo lo necesario para orientarse en los lugares y en la prensa; pueden leer un párrafo largo, pero no pueden sintetizar la idea central del mismo, ni expresarla coherentemente.

8 millones de personas, un tercio del total de la población nacional, hacen la diferencia entre la posibilidad de eliminar estructuralmente la pobreza y cargar con ella como Sísifo cuesta arriba con su roca auestas. Ubicado el objetivo, lo lógico era, entonces, proceder a re-escolarizarlo, ayudarles a corregir la disfuncionalidad lectora, mejorar su nivel de capacitación laboral, ayudarles a generar estrategias propias para generar riqueza: becas, microcréditos, asesoría técnica para la formación de cooperativas, microempresas, Pymes, etc.

Las misiones educativas: Robinsón I y II, Ribas, Sucre y Vuelvan Caras, se propusieron escolarizar y capacitar a 5 millo-

“

Por lectores disfuncionales se entiende que son quienes leen sólo lo necesario para orientarse en los lugares y en la prensa; pueden leer un párrafo largo, pero no pueden sintetizar la idea central del mismo, ni expresarla coherentemente

”

nes de venezolanos en los próximos dos años, para lo cual se vienen empleando diversas metodologías de enseñanza acelerada. El gobierno preparó, para apoyar las misiones educativas, un programa de ediciones masivas, que comenzó en 2003 con la importación de 25 millones de ejemplares de libros cubanos de la llamada Biblioteca Familiar, y proseguirá este año con la aparición de la Biblioteca Popular Temática, con 27 millones de ejemplares, con la edición de más de 200 manuales técnicos hechos por el INCE y un tiraje cercano a los 5 millones de ejemplares y con la importación —anunciada por el Ministro de Cultura— de 400 millones de Bolívores en títulos de ciencias sociales, procedentes de Argentina y España, a ser distribuidos por la Red de Librerías Kuai Mare.

El sector privado editorial venezolano advierte un vicio monopolista de esta práctica del Ejecutivo (importaciones masivas y ediciones propias) que amenaza con eliminar esta industria con argumentos más ideológicos que ciertos, más propios de la coyuntura política que de la planificación de políticas públicas dentro de un proyecto nacional; anunciaron, no obstante, la reserva legal de sus acciones, pero lo cierto es que no hay buen ambiente para la reversión de estas medidas: las misiones, que nacieron con el buen propósito de revertir la pobreza y propiciar la inclusión social, amenazan con la eliminación de una industria cultural. Y no es exagerado decirlo: la tasa de rotación de inventarios de la industria editorial venezolana ronda los 24 meses, una introducción

masiva de libros no producidos por el sector privado nacional puede elevar en casi un año más este índice, lo que afectará en forma dramática el desempeño comercial del sector, afectando el empleo de alrededor de 180 mil familias venezolanas, más la pérdida de demanda agregada que esto genera, más la posibilidad cierta de afectar incluso la dotación de textos escolares. Hay posibilidades de que el tamaño del sector libro —estimado en 0.33% del Producto Interno Bruto, cerca de 330 millardos de Bolívores— se reduzca en más del 20% para el cierre de 2004.

Por otra parte, no hay garantía de que mediante un programa masivo de ediciones el público —potencial y real— de las misiones educativas vaya a convertirse en un público lector, en principio porque las ediciones masivas no tienen claro el mecanismo de distribución, más allá de que la Red de Librerías Kuai Mare contratará distribuidores de la Economía Social mediante consignación; y luego porque en el diseño del plan editorial no se caracterizó el perfil de la demanda, lo cual hace presumir la ocurrencia de errores por ausencia de mercadeo, el incremento de costos imprevistos y la dificultad de medir el impacto de estas ediciones en la formación de nuevos lectores y su incidencia en el proceso dentro del cual se inscriben, que es de la lucha contra la pobreza. Así pues, no basta con definir como público potencial de este programa los 8 millones de personas al cual se hizo referencia, porque en esta población seguramente habrá grupos con preferencias, hábitos de consumo, valores, historias de vida, etc., diferentes y en esa diferencia estará la mayor o menor efectividad del plan editorial. Por otra parte, pensar que este público lector pueda “militar” en la promoción de la lectura a desarrollarse en el marco de las misiones, equivale a darle a la planificación educativa un sentido ideológico que no debe tener dentro del ámbito democrático, so pena de desnaturalizarlo.

COMPORTAMIENTO LECTOR

Dos investigaciones realizadas por el Centro Nacional del Libro, arrojan luces para el diseño de políticas públicas para el libro y la lectura, que no han sido consideradas por quienes desarrollan el programa de ediciones masivas del gobierno y que bien podrían serles útiles.

Estas investigaciones son: el *Estudio de comportamiento lector realizado en padres compradores de libros escolares*,

realizado en la primera Feria del Libro Escolar, organizada por el CENAL en septiembre 2003, en el Parque Los Caobos, y el *Estudio de consumo del libro en el contexto de otros consumos culturales*, realizado en el marco de la I Feria del Libro Argentino de Caracas, también en el parque Los Caobos, en marzo de 2004.

Veamos el primero. El estudio de comportamiento lector realizado en padres compradores de libros escolares, sirvió como prueba piloto para medir la confiabilidad del diseño muestral del Estudio Nacional de Comportamiento Lector diseñado por el CENAL, el cual espera por su implementación. Su diseño se originó en un encuentro por el libro y la lectura organizado por el Centro Nacional del Libro con consultores del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC/UNESCO), en julio 2002 y su aplicación permitió caracterizar a los compradores de la feria y generar perfiles de comportamiento lector mediante análisis de conglomerados (clusters) realizados a la muestra, de 366 personas.

Así, se determinó que el perfil general del comprador en esta feria:

- Edades comprendidas entre 30 y 39 años (53%)
- La mayoría son mujeres (64.3%)
- Ingresos comprendidos hasta Bs. 500.000 (75.5%)
- Nivel de instrucción universitaria, tanto completa como incompleta (44.6%)
- La mayoría trabaja (70%)
- Categoría laboral: empleados tanto públicos como privados (37%)
- Tienen hijos en edad escolar (84.6%)
- Padres con 1 o 2 hijos (59.4%), cursantes de educación básica (68.1)
- Hijos cursan estudios en instituciones públicas (62.9%)

El análisis de conglomerados permitió ubicar siete grupos diferenciados, los cuales describimos a continuación:

Grupo 1.

Lectores con poca socialización

Representa el 15,11% de la muestra, con edades comprendidas entre 16 y 29 años, no tienen hijos y no suelen comentar sus lecturas.

“

Pensar que este público lector pueda “militar” en la promoción de la lectura a desarrollarse en el marco de las misiones, equivale a darle a la planificación educativa un sentido ideológico que no debe tener dentro del ámbito democrático, so pena de desnaturalizarlo

”

Grupo 2. Madres “coraje”

Representa el 22,25% de la muestra, integrado por mujeres entre 30 y 34 años, de bajos ingresos económicos, sostenes de familias de tamaño promedio, con instrucción básica completa, ingreso mensual inferior a 250.000 bolívares, 3 hijos en promedio, en edad escolar en instituciones públicas, desempleadas o empleadas en economía informal, que aprendieron a leer en la escuela enseñadas por sus maestros, gustan comentar sus lecturas y cuyos hijos prefieren leer cuentos a textos escolares.

Grupo 3. Padres lectores

Este grupo representa el 18,96% de la muestra, está conformado por hombres adultos de 46 años o más, que trabajan principalmente como obreros en empresas privadas, aunque la suma del ingreso familiar se ubica entre 1 y 3 millones de bolívares mensuales, tienen dos hijos en promedio, en educación media y diversificada. Los miembros de este grupo señalan haber aprendido a leer en la escuela enseñados por sus maestros, prefieren leer libros, mientras que sus hijos prefieren los textos escolares. Suelen ayudar a sus hijos a hacer sus tareas.

Grupo 4. Abuelos “jóvenes” lectores

Este grupo representa el 11,26% de la muestra, está integrado por adultos de 46 años o más, de género masculino, con instrucción universitaria completa, trabajan

como empleados en la administración pública, tiene 4 hijos o más, algunos de ellos en edad escolar. Los miembros de este grupo manifiestan haber aprendido a leer en casa, enseñados por padres o parientes. Sus hijos cursan educación media, diversificada, técnica y superior, son lectores de diversidad de géneros y temáticas y se ayudan a hacer las tareas entre sí.

Grupo 5. Adultos lectores

Representa el 10,16% de la muestra, conformado por adultos de 35 a 39 años, con instrucción universitaria completa, trabajan como empleados en empresa privada, sus ingresos familiares se ubican entre 500.000 y 1.000.000 de Bs. mensuales, tienen hijos en edad escolar, aprendieron a leer en casa enseñados por sus padres, leen principalmente periódicos y revistas, sus hijos cursan educación básica en instituciones privadas y prefieren leer cuentos.

Grupo 6. Madres “enfocadas”

Este grupo representa el 15,93% de la muestra, está conformado por mujeres, en edades comprendidas entre 30 y 34 años, madres de familias pequeñas, de un hijo, generalmente en edad escolar, en instituciones públicas, que aprendieron a leer en su casa enseñadas por sus padres, no suelen comentar sus lecturas y ayudan a sus hijos a hacer sus tareas.

Grupo 7. Padres “ausentes”

Representa el 6,32% de la muestra, conformado por hombres entre 30 y 34 años, desempleados, con 3 hijos, algunos en edad escolar, que aprendieron a leer en la escuela pero con colaboración de los padres, lectores de folletos y revistas. Sus hijos en educación media y diversificada estudian en instituciones públicas, sus hermanos y otros parientes les ayudan con las tareas y prefieren leer textos, novelas y cuentos.

Hay dos conclusiones preliminares surgidas del análisis de estos grupos. La primera: la socialización temprana del hábito de la lectura en el hogar permitirá la transmisión de esa práctica de padres a hijos. Ello no es una novedad, pero verlo en la perspectiva de una feria de libros escolares y en conjunto con otros grupos con características diferentes permite pensar que una buena estrategia de Estado para la promoción de la lectura puede basarse en la ubicación de estas familias de lectores (grupos 3, 4 y 5) en escala nacional, para incorporarlos mediante acciones de vo-

luntariado, a programas de promoción de lectura que a su vez fomenten la formación de capital social en las comunidades donde éstas familias se encuentran. Si proyectamos estos grupos a la población nacional, según edad y nivel socioeconómico tendremos que el grupo 3 representa 1.2 millones de personas; el grupo 4, 76.894 personas; y el grupo 5, 27.254 personas, para un total aproximado de 1.3 millones de lectores, compradores de textos escolares, pero a su vez, formadores de potenciales nuevos lectores (tres en promedio, por cada uno) que representan cerca del 49 % de la matrícula escolar nacional.

La segunda: que los grupos de lectores poco desarrollados aprendieron a leer en la escuela, enseñados por los maestros, y tienen poca socialización con la lectura, por tanto, revelan la poca atención que el sistema escolar viene dando a los procesos de enseñanza de la lectoescritura, lo cual tampoco es una novedad. Si como lo indicamos arriba, cerca del 49% de los estudiantes del sistema escolar cuentan con el apoyo de sus padres para el aprendizaje de la lectura, el restante 51% no tanto. Habría que revisar los patrones de formación familiar para tener un historial más competente, pero por lo pronto, se puede indicar, como hipótesis, que el desarrollo de las estrategias familiares de formación y divulgación del conocimiento son claves para el desarrollo cultural de las sociedades, más incluso, que la propia acción del Estado en rol de educador.

CONSUMO DEL LIBRO

El segundo estudio realizado por el CENAL pretendía ubicar al libro en el contexto de otros consumos culturales, tomando como punto de partida para su definición, el realizado por el Centro Gumilla en 1998. Se emplearon estrategias y categorías similares, como clasificar las actividades dentro de casa y fuera de casa, en el contexto del tiempo libre. Sin embargo, para caracterizar mejor la posible relación entre el lector y el comprador de libros, se amplió el registro hacia el consumo massmediático y hacia el uso de Internet, generando además una batería de enunciados sobre los cuales el encuestado podía manifestar su acuerdo o desacuerdo total o parcialmente; con ello se pudo establecer un perfil actitudinal que es perfectamente relacionable con otros estudios con ese enfoque realizados en el país.

Igualmente, se realizó un análisis de

“

Una buena estrategia de Estado para la promoción de la lectura puede basarse en la ubicación de estas familias de lectores (grupos 3, 4 y 5) en escala nacional, para incorporarlos mediante acciones de voluntariado, a programas de promoción de lectura

”

conglomerados a la muestra de 387 personas, cuyos resultados se muestran a continuación:

Grupo 1

Adultos contemporáneos, profesionales, casados, aficionados a la lectura y la música

Representa el 45,74% de la muestra y comparten las siguientes características sociodemográficas:

- Edades comprendidas entre 25 y 44 años
- Su nivel de instrucción es Universitaria Completa
- Trabajan
- Tienen un ingreso familiar promedio entre 600.000 y 1.200.000
- Están casados

Grupo 1

Frecuencia de hábito	Actividades dentro de casa en sus ratos libres	Actividades fuera de casa en sus ratos libres	Qué prefieren (actitudes, opiniones)	¿Sobre qué aspectos no fijan posición?
Todos los días	Leen prensa Oyen música		Ven películas en el cine más que en la casa Ven periódicos o leer internet para estar informados Eligen las películas que ven por el director Leen como principal fuente de conocimiento de una persona Oyen emisoras de radio que transmiten música Celebran fiestas con familiares y amigos en casa Leen por trabajo o clases No les gusta todo tipo de música No consideran que leer sea la principal fuente de conocimiento de una persona Prefieren emisoras de radio con programación informativa	Sobre preferencias por telenovelas o por noticieros de televisión
Algunos días de la semana	Navegan en internet Escriben, Chatean Ven videos	Van al cine Van a restaurantes Van a cibercafé		
Fines de semana	Cocinan Ven videos Oyen radio Escriben	Van a librerías Van a conciertos de música clásica Van a discotecas Van al cine Visitan a familiares y amigos Van a conciertos populares Van a centros comerciales		

Grupo 2

Jóvenes estudiantes, no activos económicamente, que gustan de ver videos, chatear y leer por placer

Representa el 10,34% de la muestra y comparten las siguientes características sociodemográficas:

- Edades entre 15 a 24 años
- Nivel de instrucción Secundaria Completa
- No trabajan
- Solteros
- Nivel de ingresos (Menos de 300.000)

Grupo 3

Personas solteras de bajos ingresos económicos, educación media incompleta, aficionados a la TV, no aficionados a la lectura y al Internet, y no realizan actividades de esparcimiento fuera de casa

Representan el 24,03% de la muestra y comparten las siguientes características sociodemográficas:

- Nivel de instrucción secundaria incompleta
- Ingresos promedios menores a 300.000
- Solteros

Grupo 4:

Adultos de edad madura, ingresos superiores, formación universitaria, probablemente “jubilados”, que gustan de la lectura, la música, el Internet y actividades culturales

Representan el 17,31% de la muestra y comparten las siguientes características sociodemográficas:

- Edades comprendidas entre 55 y 64 años
- Ingresos superiores a 1.200.000
- Divorciados
- Nivel de instrucción universitaria y/o postgrado

Grupo 5

Grupo muy pequeño de mujeres casadas, sin gustos por Internet, cibercafé y cines

Representan el 2,58% de la muestra y comparten las siguientes características sociodemográficas:

- Edades entre 35 y 44 años
- Ingresos promedios entre 600.000 y 1.200.000
- Casadas
- Nivel de instrucción universitaria completa
- Género Femenino

Grupo 2

Frecuencia de hábito	Actividades dentro de casa en sus ratos libres	Actividades fuera de casa en sus ratos libres	Qué prefieren (actitudes, opiniones)	¿Sobre qué aspectos no fijan posición?
Todos los días	Ven videos		Ven periódicos o leen en Internet para estar informados Leen para entretenerse Ven telenovelas Leen como principal fuente de conocimiento de una persona	En relación con la afirmación “Quien no sepa navegar en Internet quedará aislado del resto del mundo en un futuro próximo” Sobre ver películas en el cine o en la casa Sobre preferencias por emisoras de radio que transmiten música o que tienen programación informativa
Algunos días de la semana				
Fines de semana	Chatean			

Grupo 3

Frecuencia de hábito	Actividades dentro de casa en sus ratos libres	Actividades fuera de casa en sus ratos libres	Qué prefieren (actitudes, opiniones)	¿Sobre qué aspectos no fijan posición?
Todos los días	Oyen radio Ven televisión Cocinan Ven videos	Van a conciertos populares Va a centros comerciales	Oír todo tipo de música Ir a centros comerciales como un lugar de distracción y encuentro Oír emisoras de radios que transmiten música Leer para entretenerse que leer por trabajo o clases Ver películas en el cine que en la casa Prefieren las telenovelas a los noticieros de televisión Ver TV como su principal fuente de entretenimiento Leer como la principal fuente de conocimiento de una persona Para estar informados prefieren ver noticieros de TV o escuchar radio	Sobre celebrar las fiestas con familiares y amigos en casa, más que en sitios nocturnos por razones de ahorro y seguridad
Algunos días de la semana	Cocinan Leen revistas Leen prensa			
Fines de semana	Leen revistas	Visitan a familiares y amigos Van a parques populares		

Grupo 4

Frecuencia de hábito	Actividades dentro de casa en sus ratos libres	Actividades fuera de casa en sus ratos libres	Qué prefieren (actitudes, opiniones)	¿Sobre qué aspectos no fijan posición?
Todos los días	Chatean Escriben Navegan en internet Leen libros Oyen música	Van a parques Van a restaurantes	Ver periódicos o leer internet para estar informados Saber navegar en internet para no quedar aislado del resto del mundo en un futuro próximo Leer como principal fuente de conocimiento de una persona Ver películas en el cine más que en la casa Celebrar las fiestas con familiares y amigos en casas, que en sitios nocturnos por razones de ahorro y seguridad (total acuerdo) Ver películas independientemente del director	Pueden leer para entretenerse o por trabajo o clases
Algunos días de la semana	Leen revistas	Visitan a familiares y amigos Van a museos y galerías Van a bibliotecas Van a parques		
Fines de semana	Ven videos	Van a conciertos de música clásica Van a conciertos populares Van a teatros		

Grupo 5

Frecuencia de hábito	Actividades dentro de casa en sus ratos libres	Actividades fuera de casa en sus ratos libres	Qué prefieren (actitudes, opiniones)
Todos los días	Cocinan Leen prensa Oyen música Oyen radio Ven televisión		La TV es su principal fuente de entretenimiento Para estar informadas, ven periódicos o leen internet Leen como principal fuente de conocimiento Los centros comerciales son un lugar de distracción y encuentro Leen para entretenerse Prefieren ver películas en la casa que en el cine Prefieren los noticieros de televisión que las telenovelas
Algunos días de la semana		Van a librerías	Prefieren emisoras de radios que transmiten programación informativa a las que transmiten música Eligen películas que ven independientemente de quien sea su director No creen en la afirmación "Quien no sepa navegar en Internet quedará aislado del resto del mundo en un futuro próximo" No les gusta todo tipo de música
Fines de semana	Ven videos	Van a restaurantes Van a teatros Van a centros comerciales Visitan a familiares y amigos Van a parques Van a museos o galerías	

Hay algunas conclusiones preliminares de este estudio que pueden anotarse como de utilidad tanto para el diseño de políticas públicas para el libro y la lectura como para el mercadeo editorial:

- El lector autónomo suele leer, por placer, en su casa, con música. Como consumidor, tiende a equilibrar el tiempo de lectura con el de ver televisión, o video, o con la visita a centros comerciales, o a familiares y amigos.
- La mayoría de los lectores autónomos son "adultos contemporáneos", lo que denota una interesante coincidencia de perfil entre el grupo 1 de la encuesta de consumo del libro y el grupo 5 del estudio de comportamiento lector.
- Es posible que el grupo actitudinal N° 1 del estudio de consumo del libro, tenga "relaciones parentales" con el grupo actitudinal N° 4, lo cual también vendría a ser coherente con el comportamiento de los grupos 3, 4 y 5 del estudio de comportamiento lector.

Finalmente, puede decirse que el lector autónomo lo es por una tradición de socialización de la lectura, la cual reproduce en la formación de nuevas generaciones. Es una persona que cree en el progreso de la mano de la lectura, un cierto tipo de venezolano que tiene el potencial de liderazgo para conformar claves en los procesos de reconstrucción nacional y a los cuales hay que llegarles con otro tipo de discursos, con propuestas racionales, proyectos plausibles que los integren en procesos de producción de capital social, para los días por venir.

■ **Carlos Delgado-Flores**
Comunicador social con amplia experiencia en la fuente cultural y editorial. Colaborador de *Comunicación*.

Nota del autor: El autor quiere agradecer a la Psicóloga Leticia Caraballo por el análisis de conglomerados realizado para esta investigación.

FICHA TÉCNICA

Estudio 1

Encuesta de comportamiento lector para padres compradores de textos escolares
Lugar y fecha de recolección. Julio 2003, durante la I Feria del Libro Escolar del Parque Los Caobos

Tipo de muestreo: aleatorio

Tamaño de la muestra: 366 personas

Estudio 2

Encuesta de consumo del libro en el contexto de otros consumos culturales.

Lugar y fecha de recolección. Marzo 2004, durante la I Feria del Libro Argentino de Caracas

Tipo de muestreo: aleatorio

Tamaño de la muestra: 387 personas

Notas y referencias bibliográficas

Caraballo, Leticia (2004) *Análisis de Series Temporales y Análisis Jerárquico de Conglomerados para descripción y diagnóstico del comportamiento de variables relacionadas con el sector Libros. Informe final de consultoría.* Caracas. Mimeografiado.

Centro Nacional del Libro (2004) *El libro en números.* Boletín N° 2, año 2. Caracas. Mimeografiado.

(2004) *Hacia una Política Integral de Estado para el Libro y la Lectura (PIEL). Documento base para la discusión.* Caracas. Mimeografiado.

(2003) *Estudio Nacional de Comportamiento Lector.* Caracas. Mimeografiado

Instituto Nacional de Estadísticas (2004) *Indicadores de Fuerza de Trabajo. 2003-2004.* Mimeografiado.

Ministerio de Planificación y Desarrollo (2003) *Estudio: Simulaciones Contrafactuales para la fuerza de trabajo.* Caracas. Mimeografiado.

Nieto, Adelaida (2003) *Lectura y Desarrollo.* Ponencia Presentada en el marco del I Encuentro de Promotores de Lectura. Feria Internacional del Libro de Guadalajara. Diciembre 2003. Disponible en <http://www.cerlalc.org>

TODOS SON ENEMIGOS... ¡PERO
 EL PEOR ES AQUÉL, PORQUE
 PARECE QUE ESTÁ
 PENSANDO !

