

27 de Abril, Día del Libro

MUJER, MENOR DE 65 AÑOS, CON ESTUDIOS SECUNDARIOS O SUPERIORES: PERFIL DEL LECTOR ESPAÑOL

- *España cuenta con más de 23 millones de lectores de libros, el 57 por ciento de la población, de los que 17 millones leen con una frecuencia semanal.*
- *El número de lectores creció en los últimos cinco años en España un 7,3 por ciento 1.573.450 lectores, por encima del crecimiento de la población que fue del 4,5 por ciento, 1.740.027 habitantes, según el estudio sociológico de “Hábitos de lectura y compra de libros”.*
- *El número de lectores frecuentes, aquellos que leen al menos una vez a la semana, aumentó en 2.350.194 en los últimos cinco años.*
- *Las mujeres que no leen o que lo hacen esporádicamente aseguran mayoritariamente que esto se debe a la falta de tiempo. Los hombres no lectores señalan que no leen más porque no les gusta o porque prefieren dedicar su tiempo libre a otras actividades.*
- *Las nuevas tecnologías e Internet están cambiando la tendencia lectora y comienza a configurar un lector polivalente capaz de adentrarse y dominar el proceso lector a través de distintas formas de lectura.*

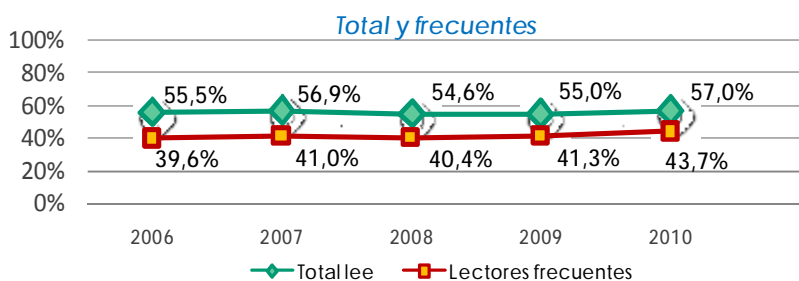
El perfil del lector de libros en España es el de una mujer, menor de 65 años y con al menos estudios secundarios. Éste es uno de los datos que se desprende del estudio sociológico realizado a partir del barómetro de “Hábitos de Lectura y Compra de Libros 2010” que elabora la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), con el patrocinio de la Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas del Ministerio de Cultura.

El lector tipo en España es una mujer preparada, que está al día y tiene un hábito de lectura muy consolidado y lo hace en cualquier soporte. Además, está acostumbrada a la lectura digital y afirma ser usuaria frecuente de Internet.

El Estudio, elaborado para la FGEE por *Conecta Research & Consulting*, revela que el número de lectores de libros mayores de 14 años en España superó en 2010 los 23 millones de habitantes, el 57 por ciento de la población. En los últimos cinco años, el número de lectores ha crecido por encima del aumento de la población que se ha producido en el país. De acuerdo con las cifras del Instituto Nacional de Estadística

(INE), el incremento de la población de 14 años o más fue del 4,5 por ciento, 1.740.027 habitantes, mientras que el de lectores fue del 7,3 por ciento, 1.573.450.

Tasa de lectores de libros en su tiempo libre



Si nos centramos en el número de lectores que declaran leer libros frecuentemente el dato es aún más positivo pues se observa que éste ha crecido en 2.350.194 en los últimos cinco años, un 15,3 por ciento y alcanza ya los 17.705.356 personas, lo que representa el 43,7 por ciento de la población.

Según los datos del Estudio, las diferencias entre sexos aún se mantiene en el hábito lector en España. El porcentaje de mujeres que leen libros en su tiempo libre con, al menos, una frecuencia trimestral sigue siendo mayor al de los hombres (61,6 por ciento frente al 52,2 por ciento de la población). En el caso de los lectores frecuentes –lectura diaria o semanal- las distancias se mantienen (48,1 por ciento de mujeres frente al 39,2 por ciento de los hombres).

A pesar de la mejora de las cifras, el número de no lectores o de lectores esporádicos sigue siendo muy importante. La lectura sigue sin formar parte de los hábitos de ,aproximadamente, la mitad de los españoles. Si se analizan las causas de ello, la mayoría de las mujeres no lectoras o que leen esporádicamente aseguran que se debe a la falta de tiempo. De hecho, el porcentaje de mujeres que leen más en verano que en el resto del año es superior al de los hombres, 39,7% frente al 31,3%.

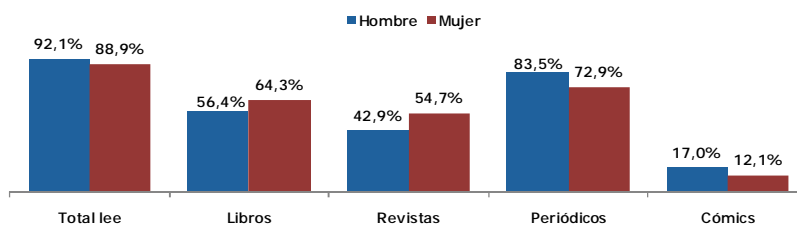
En el caso de los hombres, es mayoritario el número de aquellos que aseguran que no les gusta leer (53% de los no lectores) o que prefieren emplear su tiempo en otros entretenimientos.

Novela Histórica: Coinciden los gustos

En lo que sí coinciden hombres y mujeres es en su primera opción a la hora de escoger su lectura. Ambos sexos se decantan por las novelas históricas (44,2 por ciento y 40,1

por ciento, respectivamente). En la segunda opción vuelven las diferencias, los hombres se decantan por las de aventuras (31,5 por ciento), mientras que las mujeres prefieren las de intriga y misterio o las románticas, opción, esta última, minoritaria entre los hombres.

Frecuencia de lectura en cualquier medio



Lectura de cualquier contenido en cualquier soporte: Los hombres superan a las mujeres

Si se analiza no sólo la lectura de libros sino cualquier tipo y en cualquier soporte, se observa que los hombres leen en mayor porcentaje que las mujeres. La lectura de periódicos es una práctica más extendida y más frecuente entre los hombres que en las mujeres 83,5 por ciento frente a 72,9 por ciento. No obstante, mientras que las mujeres que leen periódicos prefieren los de información general, los hombres se decantan por la información deportiva. En el caso de las revistas, las mujeres tienen un mayor hábito que los hombres, 54,7 por ciento frente a 42,9 por ciento.

Cambio de hábitos

Del análisis de los datos del Estudio se puede concluir que la lectura, tal como se había contemplado hasta ahora, se inscribía fundamentalmente dentro de las actividades de ocio: era una lectura voluntaria y placentera, realizada en un ambiente adecuado y, por lo general, en formatos tradicionales. Ahora, el mundo globalizado e interconectado gracias a los nuevos medios tecnológicos, donde Internet aparece como una ventana abierta al mundo de la información, está provocando un cambio en la propuesta lectora. La tendencia actual se dirige a configurar un lector polivalente a través de distintas formas de lectura.

En España, la industria editorial mueve anualmente cerca de 4.000 millones de euros, un 0,7% del PIB y da empleo, directo e indirecto, a más de 30.000 personas. Las 889 empresas editoriales agrupadas en la FGEE representan cerca del 95% del sector y a lo largo de 2009 editaron más de 330 millones de libros y 76.000 títulos con una tirada media por título de 4.328 ejemplares.