



**ANUARIO ININCO**  
**INVESTIGACIONES**  
**DE LA**  
**COMUNICACIÓN**



**Observatorio  
ININCO de la  
Comunicación  
y la Cultura**

*ININCO Observatory of  
Communication and Culture*

*ININCO Observatoire de la  
Communication et de la Culture*

*Observatório ININCO  
de Comunicação e Cultura*

*Osservatorio ININCO della  
Comunicazione e della Cultura*

*Observatorium ININCO von  
Kommunikation und Kultur*

**28 2016**

El Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura (OICC) fue creado en el año 2005, bajo la coordinación del Sociólogo Carlos Guzmán Cárdenas y adscrito a la línea de investigación "Sociedad de la Información, Políticas Culturales y Economía de la Comunicación y la Cultura". A partir del 30 de Marzo de 2016, la División de Organización y Sistema, de la Dirección de Planificación y Presupuesto, del Vicerrectorado Administrativo de la UCV aprobó la creación de la Unidad Observatorio ININCO-UCV de Comunicación y Cultura. Su objetivo general es:

*Contribuir al fortalecimiento de la capacidad nacional para acumular y procesar información comunicacional y cultural, darle valor agregado, producir y usar estadísticas, indicadores y conocimientos acerca del estado y las dinámicas culturales y comunicacionales nacionales, regionales e internacionales, que servirán para apoyar los procesos estratégicos de planificación y toma de decisiones, orientar y evaluar políticas así como la acción de diversos actores, encontrar causalidades y realizar análisis prospectivos de las distintas actividades que emergen de la sociedad venezolana.*

**Observatorio ININCO-UCV  
de la Comunicación y la Cultura**  
observatorioinincouv@gmail.com

Twitter: @visionininco

Telf. (58-212) 605.04.45

www.facebook.com/groups/  
observatorioinincouv/

**Coordinador General**

**Soc. MSc. Carlos E. Guzmán Cárdenas**



CARLOS ENRIQUE  
GUZMÁN CÁRDENAS  
(Venezuela)

JEYCELITH JIMÉNEZ  
BARCO  
(Venezuela)

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS  
Doctorante en Humanidades, Magíster Scientiarum en Administración (2002), Especialista en Gerencia de Proyectos de Investigación y Desarrollo (1997) y Sociólogo por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Profesor Asociado e investigador del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV). Director del ININCO-UCV. Director Editor del Anuario ININCO/ Investigaciones de la Comunicación. Coordinador General y docente de la Maestría en *Gestión y Políticas Culturales* de la UCV. Responsable de la línea de investigación *Sociedad Informacional, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura* del ININCO-UCV. Profesor de postgrado del Máster en Comunicación Social UCV. Docente de pregrado en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Miembro de Comités Editoriales de Revistas Internacionales sobre Comunicación. Ha publicado siete libros y coautor de tres sobre Políticas Culturales, Economía de la Cultura y Consumo Cultural. Autor de capítulos en más de 22 libros. Colaborador en diversos diarios y revistas nacionales e internacionales con más de 62 artículos académicos publicados. Consultor internacional en Industrias Creativas, Contenidos Digitales, Comunicación Empresarial, Investigación y Marketing de Medios de Comunicación, TIC's, Telecomunicaciones y Cultura.  
Correo electrónico:  
cguzmancardenas@gmail.com;  
Twitter: @innovarium  
Teléfono ININCO-UCV: +58 212 6050445

JEYCELITH JIMÉNEZ BARCO  
Magíster Scientiarum en Comunicación Social, Universidad Central de Venezuela (UCV-2016). Maestrante de *Gestión y Políticas Culturales* por la UCV. Socióloga por la UCV. Diplomado en Docencia Universitaria para profesionales no Docentes, Educación. Gestora y productora cultural.  
e-mail: jeycelith@gmail.com



## Prácticas y hábitos de consumo cultural. Festival de la Lectura Chacao 2016, Venezuela

*Practices and habits of cultural  
consumption. Chacao Reading  
Festival 2016, Venezuela*

Recibido: 13/ 06/ 2016 • Aceptado: 06/ 07/ 2016

© De conformidad por sus autores para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla, y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que les corresponden como autores de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de los autores. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1° Octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico.

## RESUMEN

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS y JEYCELITH JIMÉNEZ BARCO

*Prácticas y hábitos de consumo cultural. Festival de la Lectura Chacao 2016, Venezuela*

El objetivo de esta investigación fue realizar una descripción de las prácticas y hábitos que definen *el consumo cultural* de los públicos que asistieron al **FESTIVAL DE LA LECTURA CHACAO 2016**, realizado en el Municipio de Chacao del Estado Miranda; cumpliendo con las exigencias del Observatorio ININCO-UCV orientadas a ofrecer mayor información sobre diferentes aspectos de la comunicación y la cultura en Venezuela. Como parte de este esfuerzo, en 2016 se inició un programa de encuestas orientadas a conocer el perfil de los públicos de diferentes recintos culturales del Distrito Metropolitano de Caracas: ferias del libro, festivales de teatros, ferias y festivales de música, entre otros. Este documento constituye un primer avance de los resultados obtenidos en 2016, a partir de preguntas orientadas a conocer si estos públicos son visitantes habituales del Festival de la Lectura Chacao 2016, si conocen otras ferias, motivos principales para leer, motivos de asistencia al Festival, el tipo de material comprado, gasto en compra de libros, valoración, etc. Encuesta por muestreo no probabilístico mediante la entrevista directa a la salida del Festival de la Lectura Chacao 2016. Diseño de la muestra: Muestreo opinático sin norma. 696 encuestados. Abril-mayo 2016. ININCO-001-2016/ ECFLCH. Datos procesados: Carlos Guzmán Cárdenas y Jeycelith Jiménez Barco. La investigación está adscrita al proyecto de Estudio "*La Festivalización de la Cultura en las Ciudades*" del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela, bajo la coordinación del Soc. MSC. Carlos Enrique Guzmán Cárdenas.

**Descriptor:** Festival / Lectura / hábitos de lectura de los visitantes / Motivos / Valoración / Compra de libros /

---

## ABSTRACT

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS y JEYCELITH JIMÉNEZ BARCO

*Practices and habits of cultural consumption. Chacao Reading Festival 2016, Venezuela*

The objective of this research was to describe the practices and habits that define the cultural consumption of the public attending the **CHACAO READING FESTIVAL 2016**, held in the Municipality of Chacao of Miranda State; complying with the requirements of the ININCO-UCV Observatory aimed at providing more information on different aspects of communication and culture in Venezuela. As part of this effort, a survey program was started in 2016 aimed at getting to know the profile of the audiences of different cultural venues of the Metropolitan District of Caracas: book fairs, theater festivals, fairs and music festivals, among others. This document constitutes a first advance of the results obtained in 2016, based on questions aimed at knowing if these audiences are regular visitors of the Festival of Reading Chacao 2016, if they know other fairs, main motives to read, reasons for attending the Festival, the type of material purchased, spending on buying books, evaluating, etc. Survey by non-probabilistic sampling by means of the direct interview to the exit of Festival of Reading of Chacao 2016. Design of the sample: Opinion sampling without norm. 696 respondents. April-May 2016. ININCO-001-2016 / ECFLCH. Data processed: Carlos Guzmán Cárdenas and Jeycelith Jiménez Barco. The research is part of the study "*The Festivalization of Culture in the Cities*" of the Institute of Communication Research (ININCO) of the Central University of Venezuela, under the coordination of the MSC Soc. Carlos Enrique Guzmán Cárdenas.

**Key Words:** Festival / Reading / reading habits of visitors / Reasons / Valuation / Purchase of books /

---

## RÉSUMÉ

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS y JEYCELITH JIMÉNEZ BARCO

*Pratiques et habitudes de consommation culturelle. Festival de lecture Chacao 2016, Venezuela*

L'objectif de cette recherche était de procéder à une description des pratiques et des habitudes qui définissent la consommation culturelle du public qui a assisté à la **CHACAO LECTURE FESTIVAL 2016**, a eu lieu dans la municipalité de Chacao Etat de Miranda ; se conformer aux exigences de l'Observatoire ININCO-UCV visant à fournir plus d'informations sur les différents aspects de la communication et de la culture au Venezuela. Dans le cadre de cet effort, en 2016 un programme d'études conçu pour identifier le profil du public de différents lieux culturels du District Métropolitain Caracas a commencé: foires du livre, festivals, théâtres, foires et festivals de musique, entre autres. Ce document constitue une première avance des résultats obtenus en 2016, des questions visant à déterminer si ces audiences sont des visiteurs réguliers au Festival de lecture Chacao 2016, si elles connaissent d'autres salons, principales raisons pour la lecture, les raisons de la participation au festival, le type de matériel acheté, les dépenses à l'achat de livres, festival d'évaluation, etc. L'enquête non échantillonnage probabiliste d'une interview directe de Festival de lecture Chacao 2016. Le plan d'échantillonnage: sans échantillonnage à base d'opinion standard. 696 répondants. Avril- Mai 2016. ININCO-001-2016 / ECFLCH. Les données sont traitées: Carlos Guzman Cardenas et Jeycelith Jiménez Barco. La recherche est attaché au projet d'étude "*Festivalisation de la Culture des villes*" à l'Institut pour les communications de recherche (ININCO) de l'Université centrale du Venezuela, sous la coordination de la Soc. MSC. Carlos Enrique Guzman Cardenas.

**Mots clés:** Festival / Lecture / habitudes de lecture des visiteurs / Thèmes / Note / Achat de livres /

---

## RESUMO

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS y JEYCELITH JIMÉNEZ BARCO

*Práticas e hábitos de consumo cultural. Leitura Festival Chacao 2016, Venezuela*

O objetivo desta pesquisa foi realizar uma descrição das práticas e hábitos que definem o consumo cultural do público que assistiu à **Leitura Festival Chacao 2016**, realizado no município de Chacao Miranda Estado; em conformidade com os requisitos do Observatório ININCO-UCV destinadas a fornecer mais informações sobre os diferentes aspectos da comunicação e da cultura na Venezuela. Como parte deste esforço, começou em 2016 um programa de inquéritos projetado para identificar o perfil do público de diferentes espaços culturais do Distrito Metropolitano de Caracas: feiras de livros, festivais, teatros, feiras e festivais de música, entre outros. Este documento constitui um primeiro adiantamento dos resultados obtidos em 2016, a partir de perguntas destinadas a determinar se estas audiências são visitantes regulares para o Leitura Festival Chacao 2016, se eles conhecem outras feiras, as principais razões para leitura, razões para a participação em Festival, o tipo de material comprado, os gastos com compra de livros, avaliação, etc. Levantamento por amostragem não probabilística por meio de entrevista direta com a saída de Leitura Festival Chacao 2016. Desenho da amostra: sem método opinião de amostragem padrão. 696 respondentes. Abril-Maio-2016. ININCO 001-2016 / ECFLCH. Dados processados: Carlos Guzman Cardenas e Jimenez Jeycelith Barco. A pesquisa é anexado ao projeto de estudo "*Festivalization da Cultura Cidades*" em Instituto para Communications Research (ININCO) da Universidade Central da Venezuela, sob a coordenação da Soc. MSC. Carlos Enrique Guzman Cardenas..

**Palavras-chave:** Festival / Leitura / Hábitos leitura visitantes / Temas / Avaliação / Compra de livros /

---

En este contexto, quizás el objeto cultural que más se acerca a esta síntesis de funciones que cumple la cultura en las sociedades contemporáneas sean los grandes festivales culturales, pues pretenden atender al triple objetivo de atracción masiva de gasto cultural, confección de una nueva imagen urbana y servir de factor de creatividad y progreso de la sociedad civil. De esta forma, es cierto que en estos momentos asistimos a una proliferación asombrosa de espectáculos y certámenes culturales organizados tanto en el ámbito urbano como en el rural, en un contexto de *festivalización de enclaves* entendido como estrategia de desarrollo económico y de impulso territorial (HERRERO PRIETO 2004:4)

La realización de festivales<sup>1</sup> y ferias<sup>2</sup>, cada vez más numerosos y variados, en las principales ciudades de América Latina se han convertido en un instrumento de mercadeo turístico, inscritos en una visión de **la rentabilidad de la cultura como espectáculo y entretenimiento**, pero ocupando un lugar cada vez más importante en la gestión de políticas culturales en su dimensión local, lo que nos permite hablar de la *“festivalización de la cultura”* (NÉGRIER 2011), tanto a nivel nacional como local. En el caso de Venezuela, existen cientos de festivales y ferias culturales que a través de presentaciones, competencias y encuentros de los creadores y su público promueven la difusión de distintos dominios, campos y áreas culturales. Estas actividades, generalmente suscitadas por el gobierno nacional y por las administraciones municipales, así como también por entidades privadas -con o sin ánimo de lucro-, han logrado consolidar espacios culturales

<sup>1</sup> El festival es “un acontecimiento artístico o folclórico que rescata y difunde expresiones culturales y tradiciones populares”. Los festivales pueden ser artísticos, que incluyen la difusión de expresiones como la música, la danza, el teatro y el cine, o festivales folclóricos, cuya práctica se orienta hacia la preservación de tradiciones populares (MACHICADO 2012:17). Ejemplos en Venezuela: Festival Internacional de Teatro-Festival en Caracas, Festival Internacional Voz del Alma Llanera, Festival de Tradiciones Afroamericanas, Festival Internacional de Jazz Barquisimeto (FIJAZZ), Festival del Cine Venezolano (FCV) de Mérida, etc.

<sup>2</sup> La feria es “un evento para promover productos y servicios culturales”. Su actividad es la promoción de bienes y servicios culturales que permiten el intercambio sociocultural y económico, integran la población de una región y resaltan los valores de la comunidad cuya importancia radica más en lo económico que en lo simbólico. (MACHICADO 2012:18). Ejemplos en Venezuela: Feria de San Sebastián, Feria del Sol, Feria de Calabozo, Feria de San José, Feria Internacional de Artesanos, Feria del Orinoco, Feria de la Chinita, Feria Internacional del Libro del Caribe (FILCAR), Feria Internacional del Libro Universitario (FILU), entre otras.

de intercambio y promoción para un público local y nacional. Pero también, “tiene importantes repercusiones sobre otros sectores económicos, puesto que genera importantes economías externas, aunque de difícil cuantificación. De la realización de festivales culturales cabe esperar una repercusión significativa sobre el entorno empresarial en el que se programan las diferentes actividades. Colateralmente a su organización, estos eventos implican una movilización de recursos (contratación pública de trabajadores, suministros o servicios) que, en última instancia generan actividad económica”. (SÁNCHEZ GARDEY y ROJAS VÁSQUEZ 2006:8)

Cada vez más, presenciamos una mayor tendencia por parte de las organizaciones culturales, particularmente las municipales, por concebir ferias, festivales y encuentros de todo tipo –desde gastronomía, exposiciones artesanales, pasando por diseño de moda hasta cine, lectura, teatro y música– como eficaces estrategias de comunicación y marketing de ciudades o *city marketing*. Son referencias culturales para el desarrollo de *marcas-destino* de ciudades, grupos sociales y proyectos empresariales, y su éxito está vinculado a estrategias urbanas desde el lado de la demanda, orientándolas a sus principales públicos, audiencias<sup>3</sup> o consumidores potenciales de la cultura, con el objetivo de convertir la ciudad y los municipios en un producto cultural atractivo, poniendo de manifiesto sus virtudes. Más allá de las diferencias entre nuestras propias ciudades, como Caracas, Valencia, Maracay, Maracaibo, Barquisimeto, Mérida, Porlamar, entre otras y las principales de América Latina, como Buenos Aires, Ciudad de México, Bogotá, etc., el gran crecimiento del número de festivales y ferias en el país durante las dos últimas décadas es notorio y sorprendente. Las administraciones municipales y algunas instituciones privadas iniciaran en los años

<sup>3</sup> Hablar de audiencia en el dominio de las actividades culturales implica mayoritariamente hablar del público asistente. Una audiencia que constituye para muchos la base o la materia prima de toda actividad cultural. Sin público, las manifestaciones culturales no tendrían razón de ser. Pero hablar de público en este contexto, conlleva considerar no sólo a los consumidores presentes o asistentes a una actividad cultural sino también a los consumidores pasados y los potenciales. Por audiencia se está haciendo referencia, a una continua masa de gente favorablemente inclinada hacia las actividades culturales, de la que algunos han materializado el acto de compra en un pasado reciente. En resumen, la audiencia cultural entendida como público engloba a todos los posibles consumidores finales de las actividades propias de este campo.

dos mil una apuesta clara por la cultura y la recuperación de la ciudad como espacio festivo. En el Distrito Metropolitano de Caracas<sup>4</sup> (DMC) o «Área Metropolitana de Caracas» (AMC), solo para mencionarlo como ejemplo, se dispone de una agenda anual contentiva de un Festival Internacional de Cine de Caracas, Feria Internacional de la Música (FIMVEN), Festival Latinoamericano de la Música Suena Caracas, Festival de Teatro de Caracas, y en lo que respecta a la *ruta capitalina de los libros* tenemos: la Feria Internacional de Libro de Venezuela (FILVEN), Feria de Libro de Caracas de Libertador (Fundarte), Festival de la Lectura de Chacao, Feria del Libro Infantil y Juvenil de El Hatillo, Festival de las Artes y Lectura de Baruta, Feria del Libro del Municipio Sucre y la recién creada en 2016 Feria del Libro del Oeste por la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), entre otros eventos.

Por supuesto, también es cierto, que en los últimos 17 años (1999-2016) hemos venido apreciando, la gestión de festivales con un evidente interés en hacer de la cultura un instrumento de *marketing político*, caracterizados por la selección de una programación que depende menos de la coherencia de una política cultural territorial; son festivales menos dispuestos a proponer una Política Cultural (con mayúscula) de calidad, capaz de conquistar nuevos públicos exigentes y críticos, así como de fomentar nuevas corrientes artísticas. Lo cierto, es que la diversidad de ferias y festivales culturales en Venezuela, ha implicado un conjunto de interrogantes aún por responder:

- *Por qué, para qué y para quién* se concibe una feria o festival cultural.
- *Cuáles* son las experiencias de consumo cultural en la ciudad como espacio festivo.

<sup>4</sup> Es el nombre que recibe el órgano político-administrativo que coordina el funcionamiento de la ciudad de Caracas a través de la Alcaldía Mayor de Caracas, ya que la ciudad está conformada por 5 municipios que tienen sus respectivos alcaldes. El DMC tiene una población de alrededor de los 3 millones de habitantes (INE, 2015). Se diferencia del **Distrito Capital** porque este último está constituido solamente por el Municipio Libertador de Caracas, que a partir del 2009 se convirtió en el heredero de lo que antes se conocía como Distrito Federal, es decir, la parte occidental de la ciudad en donde se encuentran las sedes de los Poderes Públicos, mientras que el antiguo Distrito Vargas que también hacía parte de ese mismo antiguo Distrito fue transformado primero en Territorio Federal y luego elevado a la categoría de Estado, por lo que en la actualidad no está relacionado con el Área Metropolitana de Caracas.

- La naturaleza y alcance político cultural de la gestión de los eventos llamados ferias o festivales.
- El grado de significancia entre la gestión de los festivales y la descentralización político cultural.
- El grado de correspondencia entre la ciudad como espacio festivo y marca-ciudad.

Al respecto, en el perfil de trabajo que hemos comentado, la línea de investigación “*Políticas Culturales y Economía de la Comunicación y la Cultura*” del ININCO-UCV inició en el 2016 la realización del programa de investigación titulado: “*Festivalización de la Cultura en las Ciudades*” con las limitaciones obvias que las fuentes de información imponen: características de la oferta cultural existente; elementos que componen su demanda; gastos directos, indirectos e inducidos generados por los distintos agentes relacionados con las ferias, festivales y encuentros; volumen y tipo de empleo generado; patrón de gasto en cultura del público asistente; perfil del público, para una mejor definición de la oferta de los festivales, etcétera. La primera gran debilidad institucional es que en Venezuela, contando con una población cercana a 33.221.865 habitantes en 2015, el interés por los estudios de consumo cultural, –públicos, audiencias y consumidores de la cultura– no ha tenido la misma repercusión que en otros países de América Latina y el Caribe. Contamos con algunos intentos aislados pero que no han logrado la continuidad requerida para cometer estudios comparativos, resaltando las investigaciones emprendidas por Marcelino Bisbal, Pasquale Nicodemo, Jesús María Aguirre, Tulio Hernández, Carlos Guzmán Cárdenas, Emilia Bermúdez, Natalia Sánchez, Carlos Delgado Flores y Juan Ernesto Velásquez. En tal sentido, para emprender un programa de investigación de esta naturaleza, que supera el modelo lineal de relación oferta-demanda, durante el año 2016 realizamos un conjunto de encuestas orientadas a conocer el perfil de los públicos y sus prácticas de consumo cultural<sup>5</sup> en diferentes recintos culturales: ferias del libro, festivales de teatros, ferias y

<sup>5</sup> **Prácticas de Consumo Cultural:** prácticas ligadas a procesos de circulación y apropiación de bienes y servicios culturales (oferta cultural), donde los ciudadanos de alguna manera reciben, reinterpretan y resignifican los sentidos y mensajes que se materializan en bienes y servicios culturales.



festivales de música de la Ciudad de Caracas<sup>6</sup>, etc. Los **resultados parciales** de la que en esta primera publicación presentamos, se corresponden con la **Encuesta de consumo de libros** de los públicos que asistieron al **FESTIVAL DE LA LECTURA CHACAO 2016**, realizado en el Municipio de Chacao del Estado Miranda. Tienen la ambición de proporcionar algunas claves para identificar la oferta y la demanda cultural como también su interacción con el espectador, el público y las audiencias en torno a los *festivales como objeto de gestión cultural* y la *festivalización de la cultura como proceso*, a partir de preguntas orientadas a conocer: si estos públicos son visitantes habituales del Festival de la Lectura Chacao, cómo se enteraron de su existencia, la razón de su asistencia, motivos principales para leer, gasto en compra de libros, valoración del Festival, asistencia a otras ferias y festivales de lecturas, así como algunas variables sociodemográficas (sexo, edad, escolaridad, ocupación, procedencia), etcétera. Asimismo, ofrece información sobre sus hábitos de lectura<sup>7</sup>, estrechamente relacionados con su frecuencia lectora, el número de libros leídos, sus posibles compras por internet. Para ello se presenta una selección de respuestas generales antes que exhaustivas. Entre los resultados obtenidos cabe destacar los siguientes:

De acuerdo con los entrevistados, al preguntarles, *¿Qué hizo Ud. ayer o el último día laboral durante su tiempo libre<sup>8</sup>? Y ¿Qué hizo durante su último fin de semana libre?* las primeras seis actividades preferenciales correspondieron: a 12% leer como primera actividad, la segunda a *ver TV y Noticias* con 9%, en igual



<sup>6</sup> Entidad de coordinación político-administrativa que agrupa al municipio Libertador del Distrito Capital y los Municipios Baruta, Chacao, El Hatillo y Sucre, del estado Miranda, sin menoscabar la integridad territorial ni las competencias de ambas Entidades Federales.

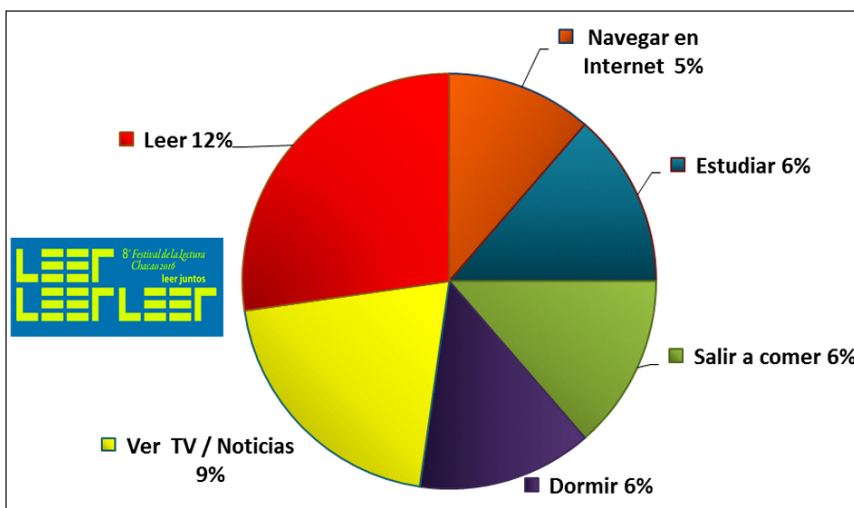
<sup>7</sup> **Hábito de lectura:** Es una práctica adquirida por repetición, marcada por tendencias y que forma costumbres o prácticas frecuentes de lectura. A través de los actos habituales de lectura se pueden identificar frecuencias, intensidades, modos, lugares, etc. **Lectura:** Para el propósito metodológico del estudio se delimitó la lectura como el acto de leer textos escritos. **Práctica de lectura:** es la serie de manifestaciones concretas del comportamiento del lector.

<sup>8</sup> **Tiempo libre:** aquel tiempo en que las acciones que se realizan no obedecen a una necesidad externa que las impulse o a una obligación, lo que lo diferencia del tiempo psicobiológico (ocupado en conductas impulsadas por necesidades psíquicas y biológicas), el tiempo socioeconómico (consistente en actividades laborales y productoras de bienes y servicios) y el tiempo sociocultural (que implica los compromisos establecidos por la sociedad y con el grupo al que se pertenece).

proporción con un 6% estudiar, salir a comer y dormir. Por último, con un 5% Navegar en Internet.

Gráfica N° 1

¿Qué hizo Ud. ayer o el último día laboral durante su tiempo libre?



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de la Encuesta del estudio de: *Prácticas y hábitos de consumo cultural. Festival de la Lectura Chacao 2016*. Encuesta por muestreo no probabilístico mediante la entrevista directa a la salida de Festival de la Lectura Chacao 2016. Diseño de la muestra: Muestreo opinático sin norma. El tamaño de la muestra de 696 encuestados. Abril-mayo 2016. Proyecto ININCO-001-2016/ ECFLCH.



Los **perfiles socio-demográficos dominantes del Público/Consumidor Asistente al Festival de la Lectura Chacao 2016** se caracterizan por: **feminización de la asistencia**, más de la mitad de las personas participantes en la encuesta que asisten al Festival de la Lectura Chacao 2016 fueron **mujeres** (56%); con **dominio de jóvenes** de edades entre 15-24 años (51%) constituyendo el segmento poblacional que más frecuenta las actividades del Festival de la Lectura Chacao 2016; un nivel educativo **Universitario completo** (30%), de estado civil soltero (68%), 33% con grupos familiares de 4 personas por hogar, que mayoritariamente viven en el Distrito Metropolitano (73%), estudiantes (42%), del grupo del trabajador privado (25%).

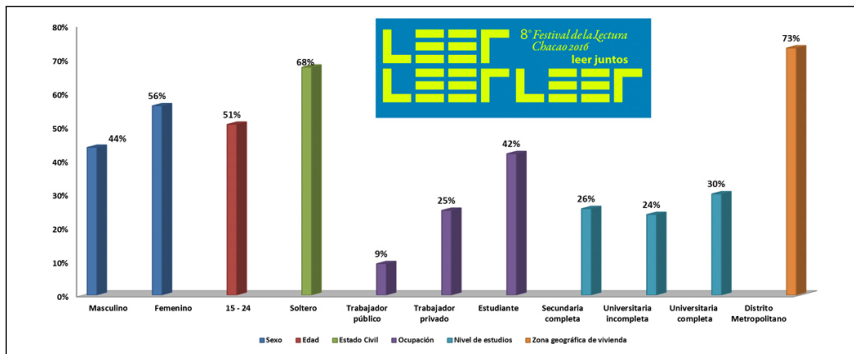
El **nivel educativo** de los visitantes, es un factor importante para los propósitos del Festival; los niveles **media completa, universitaria incompleta y universitaria completa**, tuvieron la mayor participación, con un consolidado de 79.6% de la población que asistió al Festival de la Lectura Chacao 2016. A su vez, son los **estudiantes** con un 42% que frecuentan el Festival. Es importante destacar, de acuerdo al *argumento de la homología* (desarrollada por Pierre Bourdieu) que **las diferencias asociadas a la escolaridad son las más pronunciadas** y los niveles de lectura crecen, conforme ésta aumenta, entre la población sin escolaridad hasta entre quienes tienen educación universitaria.



En términos de **ocupación**, el 46.32% de los visitantes del Festival de la Lectura Chacao 2016 son personas que **trabajan**. En relación a los empleados del sector público y privado, la mayor participación en actividades de este tipo se ubica en el sector privado con un 25% sobre un 9% que representa el sector público. Le siguen *estudiante* con 42%, mientras que los niveles más bajo se ubican en *jubilado* (4.80%), *ama de casa* (3.53%) y los *desempleados* (2.68%).



Gráfica N° 2  
**Perfil socio-demográfico del público/consumidor asistente  
 Festival de la Lectura Chacao 2016**



**Fuente:** Elaboración propia con base a los datos de la Encuesta del estudio de: *Prácticas y hábitos de consumo cultural. Festival de la Lectura Chacao 2016*. Encuesta por muestreo no probabilístico mediante la entrevista directa a la salida de Festival de la Lectura Chacao 2016. Diseño de la muestra: Muestreo opinático sin norma. El tamaño de la muestra de 696 encuestados. Abril-mayo 2016. **Proyecto ININCO-001-2016/ ECFLCH.**

Una proporción importante de los públicos encuestados son **visitantes habituales** a este tipo de actividades, ya que poco más de la mitad de los entrevistados (57%) declaró que *no era la primera vez que asistía al Festival de la Lectura Chacao*; a su vez, el 47% respondió haber asistido a dos ediciones anteriores al Festival 2016.



Del público encuestado 26.16% expresó tener **conocimiento** de “*otros Festivales de Lectura o Ferias del Libro en el país*”, mientras que 68.64% indica no tener noticias al respecto.

Los **motivos para visitar** al Festival de la Lectura Chacao 2016, son muy diversos, pero solo el 15.32% expresaron que asistieron para “*comprar libros con descuentos*”. El 21.45% de los encuestados reportó que asistían “*por ocio / pasar el rato*” y 17.82% “*por curiosidad*”.

El 98% consideró de interés que “*Caracas tenga un Festival de Lectura como la realizada por el Municipio Chacao*”, de los cuales 42% respondieron porque “*es una buena forma de acceder a los libros a la gente*” y 39% “*por el ambiente cultural que se genera en la ciudad*”.



El 27% del público “*ha conocido la existencia del Festival de Lectura de Chacao*” por medio de familiares y amigos; 29% lo hacen por las redes sociales.



Una de las finalidades del Festival de la Lectura Chacao 2016 es la presentación de títulos para su comercialización. El 52% reportó ***no haber realizado compra alguna***; a su vez, el 21% respondió haber gastado en compras entre 1.000 y 1.500 bolívares. Un 13% gastó en promedio Bs. 6.000,00. La proporción más alta de los entrevistados que **no compraron libros** en el Festival se da en el nivel socioeconómico más bajo y decrece conforme éste aumenta. Es clara la correlación entre gasto en compra de libros y nivel económico social para este tipo de festivales culturales.

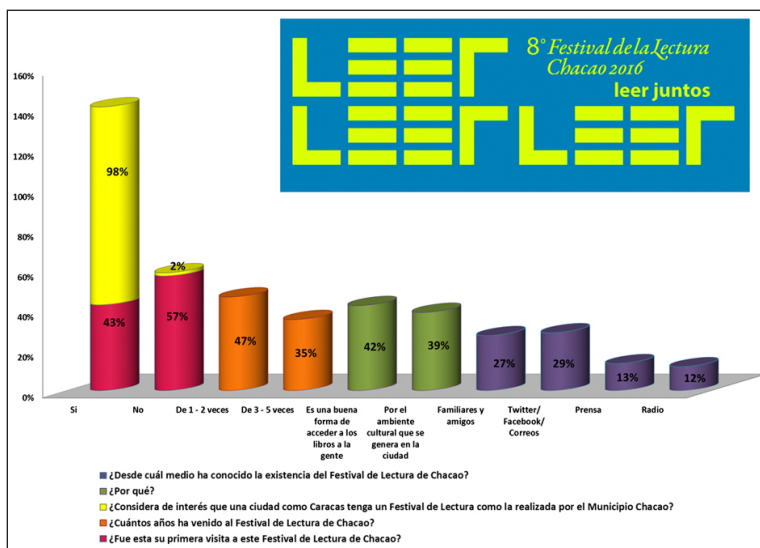
Por otra parte, el 32% respondió que lo comprado en el Festival de la Lectura Chacao, libros y / o revistas, era “*para leer por gusto*”; mientras que 9% compró libros y / o revistas “*para la escuela*”, el 6% compró libros y / o revistas “*para el trabajo*” y el 1% compró “*otros materiales*”.



### Gráfica N° 3

#### Territorialidad, valor intangible y conocimiento

#### Festival de la Lectura Chacao 2016



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de la Encuesta del estudio de: *Prácticas y hábitos de consumo cultural. Festival de la Lectura Chacao 2016*. Encuesta por muestreo no probabilístico mediante la entrevista directa a la salida de Festival de la Lectura Chacao 2016. Diseño de la muestra: Muestreo opinático sin norma. El tamaño de la muestra de 696 encuestados. Abril-mayo 2016. Proyecto ININCO-001-2016/ ECFLCH.

### Tabla N° 1

#### Compra de Libros/ Gasto

#### Festival de la Lectura Chacao 2016



¿Cuánto gasto en compra de libros en esta visita?

Opciones	No realizó compra	Menos de 500 bs.	500 a 1.000 bs.	1.000 a 1.500 bs.	Otros
Respuestas	351	23	72	138	86
N° de Respuestas 670	52.39%	3.43%	10.75%	20.60%	12.84%

Fuente: Elaboración propia con base a los datos de la Encuesta del estudio de: *Prácticas y hábitos de consumo cultural. Festival de la Lectura Chacao 2016*. Encuesta por muestreo no probabilístico mediante la entrevista directa a la salida de Festival de la Lectura Chacao 2016. Diseño de la muestra: Muestreo opinático sin norma. El tamaño de la muestra de 696 encuestados. Abril-mayo 2016. Proyecto ININCO-001-2016/ ECFLCH.

**Tabla N° 2**  
**Compra / Tipo de Libros**  
**Festival de la Lectura Chacao 2016**



**¿Qué tipo de materiales compró en esta visita?**

Opciones	No realizó compra	Libros /revistas para la escuela	Libros /revistas para el trabajo	Libros /revistas para leer por gusto	Otros
Respuestas	371	60	44	225	4
N° de Respuestas	704	8.52%	6.25%	31.96%	0.57%

**Fuente:** Elaboración propia con base a los datos de la Encuesta del estudio de: *Prácticas y hábitos de consumo cultural. Festival de la Lectura Chacao 2016*. Encuesta por muestreo no probabilístico mediante la entrevista directa a la salida de Festival de la Lectura Chacao 2016. Diseño de la muestra: Muestreo opinático sin norma. El tamaño de la muestra de 696 encuestados. Abril-mayo 2016. **Proyecto ININCO-001-2016/ ECFLCH.**

55% de los encuestados acostumbran a leer libros, periódicos o revistas entre “*todos los días*” y “*casi todos los días*”. En el nivel bajo lo hace el 17% entre “*una vez al mes*” y “*ocasionalmente*”. Los niveles más altos de lectura de libros, periódicos y revistas se dan entre los entrevistados con educación universitaria (incompleta y completa) y postgrado, y decrecen conforme la escolaridad disminuye.

**Tabla N° 3**  
**Frecuencia de Lectura**  
**Festival de la Lectura Chacao 2016**



**¿Con qué frecuencia diría usted que acostumbra leer libros, periódicos o revistas?**

Opciones	Todos los días	Casi todos los días	1 vez por semana	Dos o tres veces al mes	1 vez al mes	Ocasionalmente	Nunca	
Respuestas	193	191	115	62	40	78	16	
N° de respuestas	695	27.77%	27.48%	16.55%	8.92%	5.76%	11.22%	2.30%

**Fuente:** Elaboración propia con base a los datos de la Encuesta del estudio de: *Prácticas y hábitos de consumo cultural. Festival de la Lectura Chacao 2016*. Encuesta por muestreo no probabilístico mediante la entrevista directa a la salida de Festival de la Lectura Chacao 2016. Diseño de la muestra: Muestreo opinático sin norma. El tamaño de la muestra de 696 encuestados. Abril-mayo 2016. **Proyecto ININCO-001-2016/ ECFLCH.**

Dentro de los **motivos principales para leer** fue por “*el placer literario / de la lectura*” la que obtuvo el porcentaje más alto con 30%, seguida con 25% “*por entretenimiento / ocio*” y 22% “*por motivos de estudios / formación*”.

**Tabla N° 4**  
**Motivo de Lecturas**  
**Festival de la Lectura Chacao 2016**



¿Cuál ha sido el principal motivo de sus lecturas?

Opciones de la lectura	Por el placer literario /	Por entretenimiento/ ocio	Por motivos de estudios / formación	Por necesidad de informarse / información	Otras	No sabe / no contesta
Respuestas	228	194	165	141	24	14
N° de Respuestas 766	29,77%	25,33%	21,54%	18,41%	3,13%	1,83%

**Fuente:** Elaboración propia con base a los datos de la Encuesta del estudio de: *Prácticas y hábitos de consumo cultural. Festival de la Lectura Chacao 2016*. Encuesta por muestreo no probabilístico mediante la entrevista directa a la salida de Festival de la Lectura Chacao 2016. Diseño de la muestra: Muestreo opinático sin norma. El tamaño de la muestra de 696 encuestados. Abril-mayo 2016. **Proyecto ININCO-001-2016/ ECFLCH.**



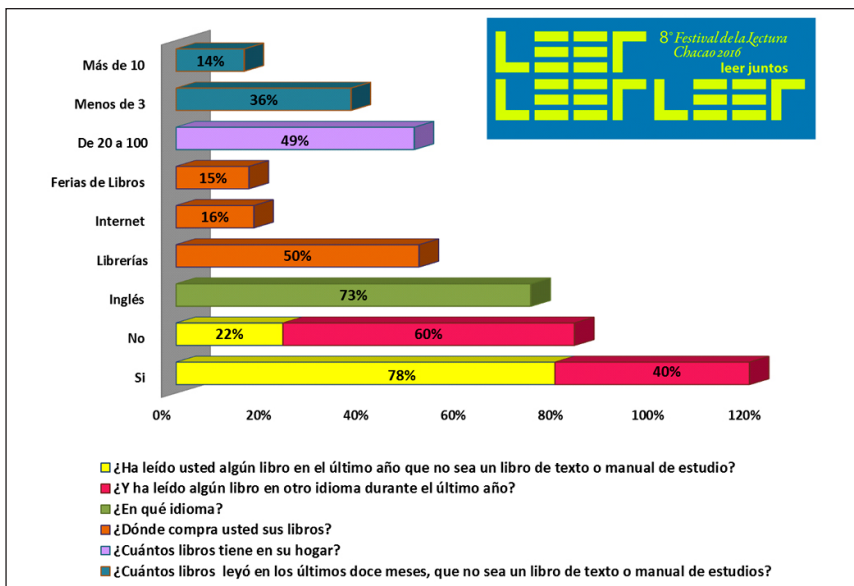
En promedio los encuestados afirmaron haber leído **menos de 3 libros en los últimos 12 meses**, que “*no sea un libro de texto o manual de estudio*”. Del total de los visitantes encuestados al Festival de la Lectura Chacao 2016 el 50% ha realizado **compra de libros** en librerías y sólo 16% a través de Internet. El 15% lo realizan aprovechando las Ferias de Libros.

Debe destacarse, que en Distrito Metropolitano de Caracas se realiza aproximadamente 4 grandes Ferias y Festivales del Libro: FILVEN, Feria del Libro de Caracas, Festival de Lectura de Chacao y recientemente Feria del Libro del Oeste. Su tiempo de ejecución es de diez días por actividad, lo que en resume corresponde a cuarenta días de un año de eventos relacionados a la promoción del libro y a la lectura. En términos comparativos del mercado, las Ferias y Festivales son una gran opción por la gran afluencia de personas al considerar que *la diferencia entre comprar un libro en librerías (abiertas todo el año) y en las Ferias es de 35%*

### Gráfica N° 4

## Hábito de lectura, lugar de compra y numeros de libros en el hogar

### Festival de la Lectura Chacao 2016



**Fuente:** Elaboración propia con base a los datos de la Encuesta del estudio de: *Prácticas y hábitos de consumo cultural. Festival de la Lectura Chacao 2016*. Encuesta por muestreo no probabilístico mediante la entrevista directa a la salida de Festival de la Lectura Chacao 2016. Diseño de la muestra: Muestreo opinático sin norma. El tamaño de la muestra de 696 encuestados. Abril-mayo 2016. Proyecto ININCO-001-2016/ ECFLCH.



En lo que respecta a la pregunta “*ha leído algún libro en otro idioma durante el último año*”, un 60% respondió de manera negativa y el 40% afirmó “*haber leído en otro idioma*” con una mayor inclinación del inglés con 73%. Al evaluar el conjunto de variables resalta que el 30% de la población encuestada cuenta con estudios universitarios completos y el 10% de postgrado, lo que supone un grado de correspondencia entre el nivel de instrucción con el **hábito de lectura en otro idioma**.

Al preguntarles, “*aproximadamente, ¿cuántos libros tiene en su hogar?*”, el 49% respondió que entre 20 a 100 libros. La **posesión de una biblioteca personal** está fuertemente asociada al grado de escolaridad y al nivel socioeconómico de los entrevistados.



Tabla N° 5  
**Motivos de Asistencia**  
**Festival de la Lectura Chacao 2016**



¿Cuál es el principal motivo por el que viene al Festival de Lectura de Chacao?

Opciones	Por ocio/ pasar el rato	Por curiosidad	Comprar libros con descuentos	Por disfrutar de los libros	Ver novedades	Conocer autores
Respuestas	189	157	135	121	114	48
N° de Respuestas 881	21,45%	17,82%	15,32%	13,73%	12,94%	5,45%

**Fuente:** Elaboración propia con base a los datos de la Encuesta del estudio de: *Prácticas y hábitos de consumo cultural. Festival de la Lectura Chacao 2016*. Encuesta por muestreo no probabilístico mediante la entrevista directa a la salida de Festival de la Lectura Chacao 2016. Diseño de la muestra: Muestreo opinático sin norma. El tamaño de la muestra de 696 encuestados. Abril-mayo 2016. Proyecto ININCO-001-2016/ ECFLCH.

Entre los **principales motivos de asistencia** al Festival de la Lectura Chacao 2016 resaltan los siguientes porcentajes: 21% “pasar ocio/pasar el rato”, 18% “por curiosidad”, 15% “comprar libros con descuentos” y 13% “ver novedades”.



Por último, a propósito de la **valoración** al Festival de Lectura de Chacao en su conjunto: el 49.13% de los encuestados lo valoran “muy bien” y 37.32% “bastante bien”, lo que daría un consolidado de 86.45% altamente positivo.

Tabla N° 6  
Valoración  
Festival de la Lectura Chacao 2016



Podría señalarme, ¿qué valoración daría al Festival de Lectura de Chacao en su conjunto?

Opciones	Muy bien	Bastante bien	Regular / aceptable	Bastante mal	Muy mal
Respuestas	337	256	85	5	3
N° de Respuestas 686	49,13%	37,32%	12,39%	0,73%	0,44%

**Fuente:** Elaboración propia con base a los datos de la Encuesta del estudio de: **Prácticas y hábitos de consumo cultural. Festival de la Lectura Chacao 2016.** Encuesta por muestreo no probabilístico mediante la entrevista directa a la salida de Festival de la Lectura Chacao 2016. Diseño de la muestra: Muestreo opinático sin norma. El tamaño de la muestra de 696 encuestados. Abril-mayo 2016. **Proyecto ININCO-001-2016/ ECFLCH**

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CENTRO REGIONAL PARA EL FOMENTO EL LIBRO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, CERLALC-UNESCO

(2012) *Comportamiento lector y hábitos de lectura. Una comparación de resultados en algunos países de América Latina.* Bogotá, Colombia. CERLALC-UNESCO

CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES

(2009) *Encuesta a públicos de bibliotecas 2008.* Informe de Resultados. Distrito Federal, México. CONACULTA.

(2008) *Encuesta a públicos de librerías 2007-2008.* Informe de Resultados. Distrito Federal, México. CONACULTA.

(2008a) *Encuesta a públicos de la Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil, 2007.* Informe de resultados. Distrito Federal, México. CONACULTA.

FENOLLAR QUEREDA, Pedro y José Luis MUNUERA ALEMÁN

(2008) "El Consumidor Hedonista: la oportunidad para las ferias". En: *Revista ICE. Ferias Comerciales.* Enero-Febrero. N° 840. Pp. 93-104.

GARCIA CANCLINI, Néstor y otros

(2015) *Hacia una antropología de los lectores*. Distrito Federal, México. Ediciones Culturales Paidós, S.A. de C.V. Fundación Telefónica. Universidad Autónoma Metropolitana.

GOLDIN, Daniel (ed.)

(2006) *Encuesta Nacional de Lectura. Informes y evaluaciones*. México. UNAM/CONACULTA

GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos Enrique

(2015) "El Consumo Cultural. La Experiencia Latinoamericana y República Dominicana". En: *Encuesta Nacional de Consumo Cultural de la República Dominicana* (ENCC-RD 2014). República Dominicana. Inexus Printing. 1ra. Edición. Pp. 19-51.

(2015a) "Hacia la consolidación de los estudios de consumo cultural en Latinoamérica". En: *Revista Contratexto*. N° 24, julio-diciembre. Pp. 221-247.

HERRERO PRIETO, Luis César

(2004) "Impacto económico de los macrofestivales culturales: reflexiones y resultados". En: *Boletín GC: Gestión Cultural*. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN DE LA NACIÓN

(2001) *Encuesta Nacional de Lectura y uso del Libro. Principales resultados*. Argentina. MINISTERIO DE EDUCACIÓN DE LA NACIÓN. Documento preliminar mayo 2001.

NÉGRIER, Emmanuel

(2011) "La festivalización de la cultura: una dialéctica de los cambios de paradigma". En: BONET, Lluís y Héctor SCHARGORODSKY. *La gestión de festivales escénicos: conceptos, miradas y debates*. Cuadernos Gescénic-6. Universidad de Barcelona.

SÁNCHEZ GARDEY, Gonzalo y Álvaro ROJAS VÁSQUEZ

(2006) *Impacto económico de los festivales culturales. Un estudio comparado*. Cuaderno de Investigación Vigía N°2. Cádiz, España. Fundación Provincial de Cultura. Diputación de Cádiz. Cadigrafía.

VELÁSQUEZ, Juan Ernesto

(2012) "El consumo cultural en los espacios públicos de Caracas 1997-2007". En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 24. N° 1, junio. Pp. 177-191.

---

Este artículo forma parte de los resultados parciales de la investigación "*La Festivalización de la Cultura en las Ciudades*" de la Línea de Investigación: Sociedad de la Información, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura (SIPECC) del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela, bajo la coordinación del Soc. MSC. Carlos Enrique Guzmán Cárdenas.

La Alcaldía de Chacao, a través de Cultura Chacao, organiza el **Festival de la Lectura Chacao**, evento que cada año reúne en Caracas a reconocidos autores y novedades editoriales, para dialogar y pensar en torno a ese acto íntimo y democrático que es leer. El referido festival tomó los espacios de la Plaza Francia de Altamira durante 10 días con una variada programación para toda la familia. La fiesta de los libros contó con la participación de editoriales venezolanas, la exhibición y venta en más de 75 stands; la presentación de novedades literarias, y las voces de escritores, intelectuales y artistas en más de 170 espacios de reflexión y conversación; para los niños y niñas se dispuso de un Pabellón Infantil en alianza con El Nacional, compartiendo y leyendo a grandes maestros; y al final de cada velada sonó lo mejor de la música producida en el país, en esta cita literaria que sumó el anfiteatro de la Plaza Francia Sur, con música, artes escénicas, fotografía, cine y luces.