

Consumo de libros y literatura en Cuba

Búsquedas, nociones y nuevas interrogantes

Jacqueline Laguardia Martínez¹

Diosnara Ortega González²

Ernesto Morejón Sosa³

El proceso de construcción de todo proyecto alternativo a la racionalidad hegemónica del capital debe entenderse desde la unidad de lo objetivo y lo subjetivo, donde la cultura⁴ es espacio fundamental de (re)formación social. El estudio de las políticas culturales se justifica, entonces, a partir de diversas razones, entre las que sobresale el hecho de ser los procesos de construcción de imaginarios y prácticas sociales un espacio para el impulso y la legitimación de modelos de desarrollo social.

Por ende, las investigaciones en torno al diseño, la puesta en práctica y los resultados concretos de las políticas culturales —en particular, las políticas del libro y la literatura, y las educacionales— son para Cuba vitales. Los hábitos de consumo cultural se inscriben, con justeza, como parte de estos esfuerzos científicos pues, ¿acaso no es su configuración y su modificación objetivo expreso de la política cultural de la Revolución?, ¿no son estos conformadores e identificadores de esa nueva subjetividad, la que se construye, constantemen-

te, en y desde el consumo? He aquí que el binomio política-consumo culturales se yergue como relación fundamental en la búsqueda, compleja y desafiante, de las nuevas maneras de pensar y actuar.

Este trabajo busca mostrar algunas características, no generales ni homogéneas, del consumo cultural que tiene como objeto de apropiación el bien libro. Las nociones e interrogantes que desde aquí se proponen son resultado de un estudio realizado en la XVI Feria Internacional del Libro de La Habana (FILH), en febrero de 2007, sobre los hábitos de consumo de los públicos habaneros asistentes a la misma. Aún cuando partimos de una propuesta amplia sobre el consumo como proceso de apropiación en el cual se “producen” los sujetos y objetos del consumo, en este estudio se entiende el consumo de libros y literatura, básicamente, a partir del acto de compra del libro. Si bien el consumo de libros y literatura es un proceso que rebasa la compra, en tanto se produce desde la apropiación⁵ de todo texto escrito,

¹ GRADUADA DE LAS CARRERAS DE ECONOMÍA E HISTORIA EN LA UNIVERSIDAD DE LA HABANA Y M.SC. EN RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES Y GESTIÓN DE LA POLÍTICA ECONÓMICA. INVESTIGADORA DEL ICIC JUAN MARINELLO. TIENE COMO LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FUNDAMENTALES LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y TEMAS SOBRE MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO. JLAGUARDIAM@YAHOO.CA

² GRADUADA DE SOCIOLOGÍA EN LA UNIVERSIDAD DE LA HABANA. INVESTIGADORA DEL ICIC JUAN MARINELLO. CURSA MAESTRÍA EN PSICOLOGÍA SOCIAL. TIENE COMO LÍNEA DE INVESTIGACIÓN POLÍTICAS CULTURALES Y MARGINALIDAD CULTURAL. DIOSNARA@GMAIL.COM

³ GRADUADO DE PSICOLOGÍA EN LA UNIVERSIDAD DE LA HABANA. INVESTIGADOR DEL ICIC JUAN MARINELLO. CURSA MAESTRÍA EN SOCIOLOGÍA. TIENE COMO LÍNEA DE INVESTIGACIÓN CONSUMO DE LITERATURA. SOSAMOREJO@YAHOO.ES

⁴ LA CULTURA VISTA DESDE LA VISIÓN ANTROPOLÓGICA QUE LA ENTIENDE COMO CONJUNTO DE RASGOS QUE CARACTERIZA MODOS DE VIDA Y SISTEMA DE VALORES, DONDE SE INCLUYE TAMBIÉN LA COMPRESIÓN DE LAS BELLAS ARTES Y LA LITERATURA.

⁵ APROPIACIÓN COMO ACTO ADQUISITIVO QUE SE REFIERE AL HECHO DE OBTENER EL LIBRO MEDIANTE LA COMPRA, LA DONACIÓN, ¿EL ROBO? Y APROPIACIÓN COMO LECTURA DEL TEXTO ESCRITO. ADQUIRIR UN DETERMINADO OBJETO ES SOLO UNA PARTE DEL PROCESO DE APROPIACIÓN DEL MISMO, LO CUAL A SU VEZ, ES SOLO UNA PARTE DEL PROCESO DE CONSUMO. LA APROPIACIÓN REBASA EL ACTO DE ADQUISICIÓN, PUES ESTÁ ASOCIADA A FENÓMENOS AFECTIVO-COGNITIVOS QUE “MARCAN” UNA RELACIÓN ESPECÍFICA ENTRE EL OBJETO ADQUIRIDO Y QUIEN LO POSEE. DICHO OBJETO, UNA VEZ APROPIADO, SERÁ ÚNICO E IRREPETIBLE, AUNQUE EN EL MEDIO EXISTAN MUCHOS OTROS, SIMILARES A SU TIPO.

ya sea en formato impreso o digital, el espacio de la Feria promueve un consumo centrado, generalmente, en la adquisición física de los textos, y es por ello que partimos de esta propuesta particular del consumo sin que ello niegue otras prácticas, como la lectura, también presentes en el evento.

A pesar del carácter reducido de esta investigación, que no permite una caracterización concluyente de la totalidad del público asistente a la FILH —la muestra estudiada no califica como representativa—, consideramos que los análisis que se derivan de los datos contenidos en las respuestas de 2.167 individuos nos permiten asomarnos a las manifestaciones más recientes que describen el consumo del libro y la literatura en la capital. Los resultados de esta encuesta no pretenden ser punto de partida para consideraciones finales ni generales sobre los tipos y lógicas del consumo de libros y literatura, sino aproximaciones específicas a un tipo de público⁶ mayoritariamente encuestado y sus hábitos⁷ de consumo. También, se intenta aportar algunas de las características metodológicas a estudios de este tipo en la realidad cubana. En este sentido, destacamos que esta experiencia primera permitió refinar el cuestionario de partida⁷ y generar nuevas preguntas de corte metodológico en relación directa con las lógicas del consumo cultural como proceso de apropiación individual y colectiva de símbolos —y así ajustarlo mejor a las necesidades del proyecto de investigación “La política, producción y consumo del libro en Cuba”, a desarrollar por los autores del presente artículo,

y con fecha de culminación planificada para 2009.

Antes de concluir esta introducción estableceremos los marcos de referencia a que nos remitimos al hablar de consumo y consumo cultural. Las nociones propuestas sobre consumo cultural han sido trabajadas extensamente por autores como Martín Barbero y Néstor García Canclini, teorizaciones sobre las que se apoya la concepción de esta investigación. Tal y como establece García Canclini, entendemos por consumo cultural

el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos, [...] en el cual se construye parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad, [...] y donde los deseos se convierten en demandas y en actos socialmente regulados. (1999)

Desde esta misma lógica, suscribimos la noción de Barbero, quien entiende que:

el consumo no es solo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales.

Sin embargo, la comprensión del consumo cultural antes refrendada no niega esa concepción más amplia y sistémica del acto de consumo como momento fun-

⁶ LA MUESTRA SE COMPONÍA POR UN 64% DE MUJERES Y UN 36% HOMBRES. HUBO UN PREDOMINIO DE JÓVENES DE HASTA 25 AÑOS ENCUESTADOS (47.7%). EN RELACIÓN A LA OCUPACIÓN, RESULTÓ QUE ENTRE ESTUDIANTES Y TÉCNICOS SE CONCENTRÓ EL 58.3% DE LA MUESTRA Y EL 52.7% DECLARÓ TENER COMO ÚLTIMO GRADO VENCIDO LA ENSEÑANZA MEDIA-SUPERIOR —EL PÚBLICO PREDOMINANTEMENTE ENCUESTADO FUERON JÓVENES (MUJERES) DE HASTA 25 AÑOS. TAMBIÉN RESULTA INTERESANTE ACLARAR QUE LA MAYORÍA DE ESTOS PÚBLICOS RESIDÍA EN LOS MUNICIPIOS DE DIEZ DE OCTUBRE (10.9%); HABANA DEL ESTE (10.8%); PLAZA (9.4%) Y PLAYA (8.5%); SIENDO HABANA VIEJA, CENTRO HABANA Y REGLA MUNICIPIOS QUE, A PESAR DE SU CERCANÍA CON EL LUGAR DONDE SE DESARROLLABA LA FERIA, NO ALCANZARON UNA PRESENCIA DENTRO DE LA MUESTRA IMPORTANTE —NINGUNO DE ESTOS TRES SUPERÓ EL 6%.

⁷ VER ANEXO.

damental del ciclo reproductivo de la producción social.⁸

Hábitos de consumo de libros: ¿límite o/y realidad?

La XVI Feria Internacional del Libro de La Habana fue motivo para que un equipo de investigadores del entonces Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, en coordinación con el Instituto Cubano del Libro (ICL), realizara un estudio sobre los hábitos de consumo del libro y la literatura en públicos habaneros. Esta experiencia tuvo como base la aplicación de 2.167 encuestas,⁹ en las instalaciones de la fortaleza La Cabaña del 9 al 18 de febrero de 2007.

Este estudio no obvió el contexto desde el que se constituye la política del libro y la literatura hoy en Cuba, como resultado de la recuperación paulatina tras la severa crisis que afectó el país a principios de los años noventa del siglo pasado, cuyos impactos negativos también se hicieron visibles en la política, la creación y las prácticas culturales. En el nuevo contexto, la producción cultural se enfrentó, además, a otros retos asociados a la diversidad, la mercantilización, la tensión global-local, así como a los discursos que desde la literatura actúan como agentes fomentadores de la cultura hegemónica del neoliberalismo y de una simbología aparentemente

desideologizada mediante la envoltura de la cultura del entretenimiento. Esta red de relaciones capitalistas en las que tuvo, y aún tiene, que tejerse la política cultural del libro cubana, proyecta mayores tensiones en tanto debe constituirse contrahegemónica dentro del proyecto de transición socialista.

Aunque la crisis afectó sensiblemente al sector de la cultura, la industria del libro resultó priorizada en la recuperación de sus índices históricos de producción, cantidad de títulos y ejemplares. En los últimos años varias han sido las estrategias trazadas en aras de dinamizar la producción, la distribución y el consumo del libro y la literatura en el país, acciones que permitieron cierta continuidad en los hábitos de lectura fomentados a partir del triunfo de la Revolución a través de políticas educativas y culturales, fundamentalmente. El propósito central era sostener los procesos de formación de lectores en un contexto social poco favorable que no les permitía la satisfacción de sus necesidades y hábitos de consumo.

Dentro de este conjunto de estrategias de resistencia —algunas ya “de permanencia”— destacamos, en primer lugar, la voluntad de seguir subsidiando la producción literaria en el país, política de subvenciones que históricamente había favorecido la creación de instituciones que apoyarían una política del libro y la literatura¹⁰ y con

⁸ “EN TODAS LAS FASES, EL PROCESO DE PRODUCCIÓN ES TAMBIÉN UN ACTO DE CONSUMO. [...] EL CONSUMO ES TAMBIÉN PRODUCCIÓN EN FORMA DIRECTA. [...] LA PRODUCCIÓN ES CONSUMO EN FORMA DIRECTA, Y EL CONSUMO DIRECTAMENTE PRODUCCIÓN: CADA CUAL ES INMEDIATAMENTE SU CONTRARIO [...]. LA PRODUCCIÓN ES LA INTERMEDIARIA DEL CONSUMO AL CREAR SU OBJETO Y AL ASIGNÁRSELO, PERO A SU VEZ, EL CONSUMO ES EL INTERMEDIARIO DE LA PRODUCCIÓN AL PROPORCIONAR A SUS PRODUCTOS EL SUJETO PARA EL CUAL ELLOS DEVIENEN PRODUCTOS. SOLAMENTE EN EL CONSUMO ES CUANDO EL PRODUCTO ENCUENTRA SU DESTINO FINAL. [...] SIN PRODUCCIÓN NO HAY CONSUMO, PERO SIN CONSUMO TAMPOCO HAY PRODUCCIÓN, YA QUE LA PRODUCCIÓN SERÍA ENTONCES INÚTIL. [...] EL CONSUMO CREA LA NECESIDAD DE UNA NUEVA PRODUCCIÓN, O SEA LA CONDICIÓN SUBJETIVA Y EL MÓVIL ÍNTIMO DE LA PRODUCCIÓN. EL CONSUMO ALIENTA LA PRODUCCIÓN.” (CARLOS MARX, 1975) FUNDAMENTOS DE LA CRÍTICA DE LA ECONOMÍA POLÍTICA (LA HABANA: EDITORIAL DE CIENCIAS SOCIALES) TOMO I.

⁹ VER “INFORME PRELIMINAR DE LA ENCUESTA SOBRE HÁBITOS DE CONSUMO DEL LIBRO”, ELABORADO POR JACQUELINE LAGUARDIA ET AL, ICIC JUAN MARINELLO, MARZO DE 2007.

¹⁰ SE CREA LA IMPRENTA NACIONAL (1959), SE CELEBRA EL PRIMER CONGRESO DE ESCRITORES Y ARTISTAS QUE DA LUGAR A LA UNIÓN NACIONAL DE ESCRITORES Y ARTISTAS DE CUBA (1961), SE CREA LA EDITORA NACIONAL DE CUBA (1962), SURGEN LAS EDITORIALES DEL CONSEJO NACIONAL DE CULTURA, LA JUVENIL, LA PEDAGÓGICA, LA UNIVERSITARIA, LA POLÍTICA, Y LA EDICIONES REVOLUCIONARIAS. SE DESTACA LA FUNDACIÓN DEL INSTITUTO CUBANO DEL LIBRO (1967), ORGANISMO RECTOR DEL SECTOR DE LA INDUSTRIA EDITORIAL Y DEL LIBRO EN CUBA. VER JACQUELINE LAGUARDIA MARTÍNEZ 2007 “APUNTES PARA UN ESTUDIO DE LA DIVERSIDAD CULTURAL EN LA POLÍTICA DEL LIBRO EN CUBA” (EN PRENSA).

ello la formación de un público lector con posibilidades de consumir una variada literatura a precios sumamente bajos. Es así que, a pesar del incremento significativo de los precios, la comercialización del libro cubano continuó realizándose en “moneda nacional” (CUP), privilegio que no todos los bienes y servicios culturales pudieron mantener y que permitió la supervivencia de un mercado nacional del libro. A esto se sumaron decisiones asociadas a la reducción de los títulos publicados, así como de las tiradas, que favorecen la literatura nacional en detrimento de la extranjera, y, dentro de la nacional, la literatura infantojuvenil. Conjuntamente con estas estrategias, se produjo el aumento de los precios, antes referido, y una pérdida de la calidad de las ediciones y las tiradas.

Otras acciones se dirigieron a reestructurar, a través de nuevos mecanismos, la industria del libro; tal fue el caso de la creación del Fondo de Desarrollo de la Cultura y la Educación, a finales de 1992, y la creación de los Fondos Territoriales, que comenzaron a operar en cada provincia en 1994. Se descentraliza en parte el proceso de edición y distribución de libros, al pasar a los Centros Provinciales del Libro, la función de publicar y promover la literatura producida en la comunidad. Esta descentralización permite evitar la burocratización y el exceso de recursos concentrados en las editoriales nacionales, y a la vez disminuir las dificultades en la distribución, todavía una de las zonas más débiles en la industria cultural del libro. Se

priorizaron las bibliotecas públicas como destinatarias de una importante cantidad de ejemplares y títulos, para contrarrestar los efectos nocivos producidos, en el proceso de consumo, por la reducción de publicaciones.

En el año 2000, en el marco de la Batalla de Ideas, comienza otra nueva etapa para la política cultural cubana, cambio también influenciado por la celebración en 1998 del Congreso de la UNEAC. El objetivo de lograr una “cultura general integral”, en especial entre los más jóvenes, se vuelve propósito fundamental de la Revolución y principio orientador de las políticas públicas nacionales.¹¹ En este contexto más reciente se destacan las iniciativas del proyecto Editorial “Libertad”,¹² la colección “Biblioteca Familiar”¹³ y la extensión a todo el país de la Feria Internacional del Libro de la Habana.¹⁴

Fue este momento último el escogido para acercarnos, específicamente, a las prácticas de consumo del libro y la literatura, por parte de ese público, supuestamente lector, que reside en su mayoría en la capital del país. Más que una descripción detallada de los resultados de la encuesta —ejercicio ya efectuado en otros espacios—, lo que proponemos en estas páginas es cuestionar los resultados obtenidos, a partir de los vínculos política-consumo culturales, en aras de provocar reflexiones y, ¿por qué no?, acciones futuras desde la política, la academia, la industria y los consumidores.

¹¹ “LA DECISIÓN DE LA MÁXIMA DIRECCIÓN DEL PAÍS DE CONVERTIR A CUBA, EN DIEZ AÑOS, EN EL PAÍS MÁS CULTO DEL MUNDO Y EL CONVENCIMIENTO DE QUE EL DESARROLLO CULTURAL ES LA ÚNICA ALTERNATIVA POSIBLE PARA GARANTIZAR EL FUTURO DE LA HUMANIDAD, HA ESTADO ACOMPAÑADA DE NUEVAS IDEAS QUE PERMITEN POTENCIAR ESTE PROCESO.” (CASTIÑEIRAS, 2007)

¹² “ESTE PROGRAMA HA PROPORCIONADO A 6 789 BIBLIOTECAS PÚBLICAS Y ESCOLARES UNA BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA ESPECIALIZADA, CON LA ASIGNACIÓN DE COLECCIONES DE ENCICLOPEDIAS, ATLAS Y DICCIONARIOS, QUE HAN TENIDO UN AMPLIO ALCANCE SOCIAL.” (IBÍDEM)

¹³ “EL OBJETIVO DE ESTE PROGRAMA ES CONTRIBUIR AL FOMENTO Y PROMOCIÓN DEL HÁBITO DE LECTURA. LA COLECCIÓN ESTÁ PREVISTA PARA PONER EN MANOS DE LA POBLACIÓN UNA MUESTRA CON LO MEJOR DE LA LITERATURA CUBANA Y UNIVERSAL EN CUENTO, TEATRO, POESÍA, NOVELA, BIOGRAFÍA, CRÓNICAS, ASÍ COMO EN LITERATURA JUVENIL E INFANTIL LA PRIMERA COLECCIÓN CONTÓ CON 25 TÍTULOS DE LITERATURA CUBANA Y UNIVERSAL, EN CIENTO MIL JUEGOS.” (IBÍDEM)

¹⁴ VER JACQUELINE LAGUARDIA MARTÍNEZ 2007 “APUNTES PARA UN ESTUDIO DE LA DIVERSIDAD CULTURAL EN LA POLÍTICA DEL LIBRO EN CUBA” (EN PRENSA).

La Feria del Libro: ¿momento de comprar libros en el año?

Las dificultades en el acceso a los títulos recientes durante todo el año es una de las problemáticas principales que resaltan de los datos obtenidos en la encuesta aplicada en la FILH. El público encuestado identifica la Feria del Libro como el espacio fundamental para adquirir literatura. De los encuestados asistentes a ferias anteriores se puede establecer, según lo declarado por ellos, que compran alrededor de diez libros como promedio general en su visita a este espacio. Esto puede ser contrastado con los datos obtenidos en la pregunta 1, donde se manifiesta que una de las razones fundamentales por la que se asiste a la Feria es la intención de comprar libros. ¿Quiere decir esto que la Feria es el espacio por excelencia que elige el público para adquirir libros o que es, solo en la Feria, donde se pueden adquirir la mayoría de los libros demandados?

La práctica actual de la política del libro en Cuba concentra en la Feria del Libro el esfuerzo fundamental de las editoriales, para realizar publicaciones masivas y recientes. Las redes de librerías se nutren el resto del año, fundamentalmente, de aquellos libros que no se vendieron en la Feria. Espacios alternativos como los Sábados del Libro son visitados por el 11% de los encuestados, donde puede estar incidiendo una deficiente promoción de los mismos como espacios de consumo literario. El hecho de que algo más del 13% de los encuestados compren libros a los vendedores particulares manifiesta la demanda insatisfecha en títulos ya publicados con anterioridad —un estudio en este espacio de venta, sobre todo en aquellos libros que se buscan y tampoco se encuentran en la Feria, podría revelar necesidades puntuales de los públicos. Asimismo, las redes de librerías son usadas por poco menos del 50% de los encuestados,

las que, estando a su disposición durante todo el año, deberían reportar mayor número de visitantes y compradores —aunque el hecho de no contar con la literatura más reciente las pone en evidente desventaja ante la Feria.

La situación antes descrita nos parece que arroja cuestionamientos interesantes: ¿Sería la FILH ese espacio identificado como “el momento para comprar libros en el año” si existiera acceso a las publicaciones recientes durante todo el año? Por supuesto, las estrategias de promoción y distribución tienen una incidencia en tal decisión, pero... ¿hasta qué punto resulta saludable para el hábito de lectura de la población que se concentre la promoción y distribución de la literatura más demandada solamente en un evento que ocupa dos semanas al año, y en un espacio reducido en relación al gran número de personas que concentra? ¿Qué está ocurriendo con el resto del público que no asiste a la Feria, cómo accede a la literatura, cómo realiza su consumo? Recordemos que el espacio del complejo Morro-Cabaña, sede principal de la FILH, posee determinadas características que comprometen el acceso de todos los públicos a ella, tanto en términos de infraestructura y logística —a pesar de los esfuerzos serios de los organizadores para superar tales obstáculos— como en otros que escapan al control de la “política cultural del libro y la literatura” y que van desde el horario laboral y el régimen de clases, hasta enfermedades puntuales, ausencias por viajes al extranjero, etc., factores todos que imposibilitan a un conjunto de lectores la asistencia al recinto ferial.

Lo anterior no significa que neguemos la importancia de la Feria como el momento por excelencia para la adquisición de novedades literarias —no solo de producciones cubanas, sino también foráneas, a partir del número significativo de editoriales que nos visitan— y la visibilización social del consumo de libros y literatura

en el país. La interrogante que desde aquí lanzamos alerta sobre la exclusividad de este espacio en la promoción y mediación del consumo. En este sentido, consideramos muy alentadora la creación de espacios como las Lecturas de Verano y el Festival Universitario del Libro y la Literatura (FULL), experiencias de reciente implementación y que también merecen un estudio de los públicos asistentes, en el ánimo de proponer un análisis comparativo con aquel que asiste a la Feria —¿serán los mismos públicos? Crear más espacios para la adquisición de libros no garantiza *per se* el hábito de lectura, fin mayor de nuestra política del libro y la literatura. Existen otras muchas mediaciones que intervienen en el proceso de consumo y que deberían ser tomadas en cuenta.

Tiempo libre: ¿tiempo para leer?

Es lógico que al realizar un estudio sobre una determinada práctica cultural, en un espacio donde esta es la actividad central, ocurra un sesgo de accesibilidad¹⁵ que distorsione la información recogida, lo cual pudiera provocar en los encuestados una tendencia a sobrevalorar la práctica cultural en cuestión, por estar en un espacio no neutral. En una investigación realizada con anterioridad sobre el uso del tiempo libre (Linares, 1998) se reveló que un 54,1% del público encuestado disfrutaba de la lectura y un 45,9% manifestaba indiferencia o disgusto por esta práctica. Según un análisis realizado por un colectivo de autores sobre este mismo estudio (Linares, 2002) se destaca que al interés por la literatura le anteceden, con amplia ventaja, los re-

feridos a la música y al cine, con valores de 94,6% y 83,5%, respectivamente. Esta diferencia se hace aún más evidente en el ámbito de las prácticas culturales, donde la lectura no alcanza las cifras de relevancia que logran los medios de comunicación.¹⁶ De ahí que el público que asiste a la Feria del Libro no sea representativo de la población en su totalidad, sino de aquella parte que manifiesta interés por la lectura, que se demuestra en el mero hecho de asistir a la misma.¹⁷ Esto nos pone ante una problemática que atañe a lectores potenciales o reales, lo que es mucho más significativo al tratarse de mediaciones que inciden sobre un público interesado en leer.

A partir de lo anterior, resulta interesante conocer que el 77,3% de la muestra encuestada manifestó no contar con suficiente tiempo para leer —tema con muchas mediaciones imposibles de atrapar usando como herramienta metodológica una encuesta. Este dato podría indicar insuficiencias en los esfuerzos encaminados a fomentar los hábitos de lectura en nuestra población dado que quedan fuera del análisis otros elementos de carácter más subjetivo. Lo cierto es que las transformaciones necesarias para modificar esta cifra superan las posibilidades de solución en manos de las autoridades relacionadas con la esfera del libro y la literatura en el país, pues la batalla por lograr un mayor consumo de libros y literatura no termina en la compra del libro o en la asistencia a la Feria.

Hagamos una correlación entre los datos declarados acerca de la compra promedio de libros y el promedio de los libros leídos. Antes mencionábamos que entre los asistentes a Ferias del Libro anterior-

¹⁵ VER DE VEGA, MANUEL 1994 *INTRODUCCIÓN A LA PSICOLOGÍA COGNITIVA* (MADRID: ALIANZA EDITORIAL S.A.).

¹⁶ ES PRECISO RECONOCER QUE ESTAS CIFRAS PUDIERAN ESTAR ALGO DISTORSIONADAS Y REFLEJAR RESPUESTAS SOCIALMENTE ACEPTABLES, QUE NO COINCIDAN CON UNA PRÁCTICA SISTEMÁTICA. AÚN ASÍ SUPONEN LA EXISTENCIA DE UNA CONCIENCIA DE LA IMPORTANCIA DE LA LECTURA Y DE SU VALOR COMO SÍMBOLO DE DISTINCIÓN.

¹⁷ LOS TRES MOTIVOS FUNDAMENTALES DE ASISTENCIA A LA FILH DECLARADOS FUERON “MOMENTO DE COMPRAR LIBROS EN EL AÑO” (58.2%), “PARA MANTENERME ACTUALIZADO CON LOS NUEVOS TÍTULOS QUE SE PRESENTAN” (40.6%), Y “PARA COMPRAR LIBROS PARA MIS HIJOS/SOBRINOS/NIETOS” (34.4%).

res obtuvimos un estimado de alrededor de diez libros comprados; sin embargo, el promedio de libros leídos osciló de la manera siguiente: 29,1% declaró haber leído ocho libros o más en los últimos seis meses; el 18,2%, entre cinco y ocho libros; el 34,7%, entre dos y cinco libros; y un 18,5% declaró haber leído menos de dos o ninguno. Estas cifras corresponden al total de libros leídos, incluidos aquellos correspondientes a estudio o trabajo. Al eliminar estos últimos los porcentajes disminuyen considerablemente.

Estos números nos muestran la alta probabilidad de que se compren muchos más libros de los que efectivamente se leen —los cálculos arrojan que se lee un libro o menos cada dos meses. Lo anterior indica que las mediaciones que influyen en la tendencia a obtener niveles de lectura registrados menores, en comparación a otras prácticas culturales, no se deben totalmente a cuestiones relativas al acceso a la literatura, sino a otro conjunto de mediaciones. Estas provocan que los cubanos hoy, si bien acceden al soporte libro, no siempre terminan dándole el uso esperado, o sea, la lectura, que puede ser parcial o nula, lo cual apunta a una larga cadena de cuestionamientos sobre la apropiación y los usos, relativos a este bien cultural.

Por otra parte, vemos cómo dentro de las mediaciones que intervienen en el proceso de compra de libros aparecen otras cuestiones relevantes además del título y el autor. En este caso, poco menos de la mitad de los encuestados (47%) señaló el precio como uno de los factores más importantes a considerar en el momento de adquirir un libro. Le sigue como factor más significativo la calidad de la encuadernación (32,1%). Otros elementos mencionados que hacen atractivo un libro en el momento de comprarlo, añadidos por los propios encuestados, fueron: la nota de contracubierta, el prólogo, la calidad del papel, el tamaño del libro, la publicidad en los medios de difusión, que haya

sido recomendado por otras personas, el diseño gráfico, la impresión, la portada y la contraportada, que sea fácil de hojear, y la casa editorial. Esto indica que el público esgrime una serie de indicadores en el proceso de toma de decisión, lo que evidencia un carácter activo y conciente en relación con la lectura de libro comprado, y que difícilmente le lleve a comprar libros que luego descarte para leer —más allá del grupo de libros para regalar o prestar, por ejemplo.

Proponemos, entonces, nuevas interrogantes también a considerar: ¿por qué se compran libros?, ¿para qué?, ¿para quién?, ¿cómo fomentar las prácticas de lectura, una vez que está el libro en manos de ese lector potencial? Si el público se manifiesta conocedor y exigente para decidir su compra, ¿qué factores obstaculizan el consumo del texto escrito? ¿Qué otros elementos, que superan la concepción y aplicación de la política cultural, son necesarios incluir en este análisis?

Precios y consumo: ¿qué me compraré?

Antes señalábamos que, como consecuencia de la crisis de los noventa, se registró un incremento significativo en el nivel de los precios de los libros. En la actualidad estos oscilan entre 5 y 20 pesos (CUP) para la mayor parte de los títulos comercializados —dentro de este margen no se consideran ni los precios de los libros de uso ni los de aquellos textos que venden agentes privados.

Este incremento en el nivel de los precios de los libros, que es parte del fenómeno que afectó la circulación doméstica de la generalidad de los bienes y servicios, ha sido incorporado por gran parte de los consumidores dentro de esas modificaciones llamadas a perdurar. Es así que la mayoría de los encuestados (52,6%) calificó de “normal” el precio de los libros en CUP que se venden en la Feria —precio con el

que también entran a la red de librerías una vez finalizado el evento. El 7,3%, por su parte, los calificó de “caros”, mientras un escaso 9,5% opinó que eran “baratos”.

Con respecto a los precios en pesos convertibles (CUC) encontramos que un grupo apreciable de los encuestados se abstuvo de responder pues alegaban que solo compraban libros en CUP, por lo que no tenían criterios al respecto. La mayoría los calificó de “caros” (64,7%), poco más del 10% opinó que eran “normales”, mientras que menos del 2% consideró que eran “baratos”.

Los criterios anteriores guardan relación con los niveles de gastos en la Feria declarados por los encuestados. A la pregunta de a cuánto ascendía el monto de dinero invertido en la compra de libros, se obtuvo como respuesta un promedio general de 120,10CUP y 5,75CUC per cápita.¹⁸ Este índice bruto se ajustó de acuerdo a la cantidad de individuos que efectivamente reconocieron haber comprado libros, lo cual aumentó las cifras a 162,80CUP y 18,81CUC. Tales niveles de gastos confirman la adquisición de varios ejemplares por cada consumidor que asiste a la Feria, como tendencia. Al contrastar la cantidad declarada en CUP con el nivel medio de precios antes identificado, resulta comprensible la percepción ofrecida por la mayoría de los encuestados que calificó los precios de “normales”. La misma lógica se aplica al comparar los títulos comercializados en CUC.

Es importante destacar que la percepción de los individuos respecto al precio depende de múltiples factores, tales como los niveles de ingresos y la estructura general de los gastos —tanto individuales como del hogar—, la preferencia asociada al consumo de libros y literatura, así como a las frecuencias de lectura y las maneras de leer —hay quienes valoran altamente la posesión del libro mientras otros acos-

tumbran a visitar las bibliotecas, a leer libros en calidad de préstamo, a leer en soporte digital—, la profesión, el cúmulo y tipo de información disponible —muchos encuestados clasificaron los precios como normales tomando como patrón de comparación el nivel de precios del conjunto de la economía e incluso considerando los precios promedio de los libros en otras partes del mundo—, entre otros muchos. La naturaleza de este trabajo no permite valorar la contribución de cada uno de los elementos anteriores en la conformación de los criterios obtenidos; sin embargo, a partir de la valoración general dada por los encuestados asomamos las inquietudes siguientes.

Si bien la mayor parte declaró que los precios de los libros en CUP eran normales y que, en los últimos tiempos, se ha registrado una disminución discreta de los precios de los libros, encontramos que la mayoría de los títulos que corresponden a la literatura científico-técnica exhiben altos precios —textos que, por otra parte, no suelen agotarse durante la Feria. En un contexto en el que se persigue una elevación de la cultura general integral, en el que se impulsa la extensión universal de la educación universitaria en toda la sociedad cubana, ¿no podría considerarse un régimen especial de precios para los jóvenes/estudiantes/grupos vulnerables? La puesta en marcha de una política de diferenciación de precios en los libros, que privilegie a ciertos sectores de la población, podría redundar positivamente en una elevación de los conocimientos y las capacidades profesionales, así como en la conformación de una cultura antihegemónica, coherente con el proyecto social que Cuba propone. Una política de esta naturaleza también podría promover los hábitos de consumo de libros y literatura en el conjunto de los públicos lectores pues, además de di-

¹⁸ PARA LA OBTENCIÓN DE UN ÍNDICE UNIFICADO DE GASTOS, LE INVITAMOS A CONVERTIR EL ÍNDICE EN CUP A CUC Y SUMARLO AL PRIMERO, TOMANDO COMO REFERENCIA LA TASA DE CAMBIO DE CADECA, POR SUPUESTO.

ferenciar vía precios, podría sostener un sistema de incentivos asociados a la compra de una cantidad determinada de títulos o el gasto de una cifra de dinero establecida previamente. De esta manera se ejercería cierta discriminación “positiva” en aras de incentivar el consumo de libros y literatura, especialmente en los jóvenes estudiantes.

Gustos... y disgustos

Las preferencias declaradas por los públicos encuestados con relación al libro y la literatura dan pistas para futuros estudios sobre necesidades y demandas culturales en este espacio. Este primer acercamiento permitió obtener ciertas características que favorecen la explicación de tipos de consumos, así como las relaciones existentes entre producción y consumo no solo de los libros, sino también de las publicaciones seriadas, en especial, las revistas —atendiendo a la noción de que existe un público lector de este tipo de publicación y que genera un consumo específico hacia este bien.

Los resultados revelaron que un 89% de los encuestados declaran disfrutar de la lectura de revistas y periódicos. Sin embargo, cuando analizamos el comportamiento de la compra de revistas en la Feria, solo un 30,1% declaró haberlas adquirido, cifra muy inferior al 81,6% que reconocía haber adquirido libros. Lo anterior evidencia una aguda desproporción entre el consumo de las revistas con relación al consumo de libros, y al mismo tiempo se verifica una escisión entre los gustos declarados y los consumos practicados.

¿Por qué este pobre consumo de las revistas? ¿Habrá una desigualdad en cuanto a la promoción entre el libro y las publicaciones seriadas dentro de la Feria? ¿Cómo explicar el aparente desinterés manifestado hacia las revistas durante la Feria? ¿Estará el mismo relacionado con un desconocimiento generalizado sobre las

numerosas revistas que se editan y comercializan en el país y se venden allí, o con la existencia de espacios alternativos efectivos en el momento de la Feria para la adquisición de revistas? ¿Acaso el consumo de publicaciones periódicas es un problema que supera los espacios de la Feria y que amerita estudios específicos de mayor alcance? Si bien la compra de revistas se supone un acto más regular, condicionado justamente por el carácter periódico de dichas publicaciones, podría pensarse en explotar también el momento de la Feria para su promoción y comercialización, a partir de los problemas actuales que enfrentan la distribución y la venta de varias revistas en circulación. Podría aprovecharse la Feria para comercializar, por ejemplo, los últimos números publicados, o incluso ofrecer números de años anteriores aún no agotados.

El estudio también indagó sobre aquellos libros más demandados no adquiridos, es decir, aquellos que las personas declararon de su preferencia pero que no pudieron comprar en el espacio de la Feria —ya fuera porque no se comercializaron lo suficiente debido a una distribución limitada, por el agotamiento de los ejemplares, o a causa de un precio elevado que generalmente se refería a los libros comercializados en CUC. Los primeros cinco títulos más demandados fueron: *Cien horas con Fidel*; *El Diablo Ilustrado*; *Harry Potter*; *Café amargo con salvia*; y *Confesiones del Diablo Ilustrado*. En el caso de *Cien horas con Fidel*, libro que despertó muchísimo interés en la generalidad del público asistente a la Feria, tuvo una alta demanda que no pudo ser satisfecha con el número de ejemplares en oferta en ese momento —el libro se comercializó de manera limitada, en las primeras horas de la mañana y de la tarde, por lo que las personas que asistían a la Feria en otros horarios muchas veces no lo encontraban. *El Diablo Ilustrado*, así como *Harry Potter* y las *Confesiones del Diablo Ilustrado*, fueron libros muy demandados por un

público joven que prevaleció en la encuesta. En lo referente a *Café amargo con salvia* —texto que trata aspectos biográficos de la vida del popular cantante cubano, ya fallecido, Polo Montañez— pueden señalarse como posibles motivaciones principales el interés de ciertos públicos por conocer la vida del popular artista, y, además, que el libro fue promocionado días antes de la Feria en un programa televisivo de gran teleaudiencia.

Con relación a los géneros y temáticas preferidas, concluimos que un 67,8% de la muestra prefiere la novela, género que supera casi en un 30% al cuento, segundo género más gustado (38%). Le siguen en importancia la poesía y la literatura científico-técnica, ambas con un 25%. Este último género fue incluido, para este estudio, con el objetivo de registrar la preferencia por la literatura técnica, especializada, de tipo profesional y más vinculada con el desarrollo científico de la sociedad, incluyendo no solo las ciencias exactas sino las ciencias sociales (libros sobre marketing y arquitectura, por ejemplo). En relación con las temáticas más gustadas aparecen, en primer lugar, los policíacos (42,9%), seguidos bien de cerca por la literatura romántica (41,3%), las aventuras (39,3%), y los textos históricos (37,5%).

Entre las editoriales preferidas resaltaron Gente Nueva, Casa Editora Abril, Letras Cubanas, Editorial de Ciencias Sociales, así como Arte y Literatura. Alrededor del 17% de los encuestados prefieren las editoriales Gente Nueva y la Casa Editora Abril, resultado lógico si recordamos que fue el público joven el más encuestado en esta ocasión. Los autores favoritos dentro de la muestra estudiada revelan una presencia importante de los cubanos, así como de los iberoamericanos. Tenemos que, de los 20 primeros, 16 pertenecen a esta área geográfica-cultural. Los autores más gustados guardan relación evidente con va-

rios de los títulos más demandados. Los cinco más gustados fueron: Isabel Allende, Gabriel García Márquez, Daniel Chavarría, José Martí y Pablo Neruda.

Dentro de las preguntas referidas a los gustos también decidimos indagar en relación con los formatos preferidos de lectura, atendiendo a las nuevas características que toma la producción literaria y el consumo de libros y literatura a partir de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC). En este sentido poco más de la mitad de los encuestados reconoce que acostumbra a leer en la computadora (50,6%). Entre las razones mencionadas que justifican la lectura digital están: (i) ausencia de la versión impresa; (ii) para consultar la Enciclopedia Encarta; (iii) es más barato que comprar los libros. Por su parte, el motivo más mencionado entre aquellos que no suelen leer en computadora es la falta de acceso a la misma (39,7%).

Las razones que avalan la preferencia de la computadora por sobre el formato tradicional son: (i) se accede a conocimientos de mayor actualidad; (ii) hay mayor información; (iii) se aprende más; (iv) se encuentran muchos más libros en versión digital e imprimirlos es muy caro; (v) por la inmediatez; (vi) por el atractivo audiovisual, y (vii) motivos de trabajo. Aquellos que prefieren el texto impreso alegan que: (i) la relación con el libro es más personal; (ii) la computadora cansa la vista; (iii) resulta incómodo; y (iv) están acostumbrados a leer en formato impreso.

La preferencia y el uso declarados con relación al soporte digital destapan nuevas interrogantes. ¿Por qué no promover, desde la producción nacional, el soporte digital para el consumo de textos fundamentalmente literarios?¹⁹ La tecnología del CD abarata significativamente los costos de producción, distribución, almacenaje, a la vez que garantiza una mejor conservación y calidad del texto —y las imáge-

¹⁹ USAMOS ESTA DISTINCIÓN DE “LITERARIOS” PARA DISTINGUIRLOS DE LOS TEXTOS EDUCACIONALES DONDE SÍ SE REGISTRA CIERTO AVANCE EN EL USO DEL SOPORTE DIGITAL.

nes— que contiene, y resulta fácilmente reproducible entre los consumidores interesados. En el mundo es práctica común insertar un CD junto a las novelas que se comercializan, ¿por qué no intentarlo aquí también? El país ha hecho una significativa inversión en la adquisición de computadoras para las escuelas, los Joven Club de Computación, y cada vez son más los hogares que cuentan con computadoras, por lo que la infraestructura necesaria, si bien mínima, existe y va aumentando paulatinamente. Esta solución podría redundar, positivamente, en el mayor consumo del libro —ahora digital— y la literatura, adecuando este a las preferencias de un sector joven familiarizado y cómodo con el uso de las TIC.

Consideraciones finales

A partir de un examen general de las estadísticas computadas de la encuesta aplicada a 2.167 asistentes a la XVI Feria del Libro en áreas de La Cabaña, avanzamos en la búsqueda de nociones y nuevas interrogantes asociadas a los hábitos de consumo del libro y la literatura y a la formulación y la aplicación de la política cultural del libro en Cuba. Sin pretender sea tomada como portadora de conclusiones definitivas, la investigación identifica logros y deficiencias, contradicciones y carencias, que ameritan el análisis no solo de investigadores sino también de funcionarios, autores, trabajadores de la industria del libro y, por supuesto,

del público lector, en aras de fomentar el consumo del libro y la lectura entre los cubanos —propósito mayor de la política y la industria del libro en el país.

Actualmente se ejecutan diversas acciones con el objetivo de continuar promoviendo el hábito y el gusto por la lectura. Persiguen una meta compleja y mediada por diversas aristas de índole socioeconómica, tecnológica, espacio-temporal, de organización de la vida cotidiana, e incluso de la matriz cultural y las redes socializadoras que componen el medio donde se desenvuelve cada individuo. Todo ello requiere de un estudio a profundidad de estas mediaciones, así como de los usos de los medios que caracterizan este proceso para la elaboración posterior de estrategias específicas. Sin un adecuado conocimiento de los intereses que podrían motivar la lectura, sin una comprensión lógica y compleja de las causas y factores que intervienen en este proceso —desde los soportes socioeconómicos hasta la distribución del tiempo libre o las preferencias culturales— los empeños actuales que comprometen la utilización de recursos valiosos podrían resultar insuficientes.

Sirva este esfuerzo a la empresa mayor de promover y consolidar hábitos de consumo de libros y literatura en el país. Más allá de la información compartida, esperamos estas páginas sean útiles en la identificación de problemas de investigación que guíen el transcurso de estudios y el diseño de políticas en un futuro próximo.

Bibliografía

- Castiñeiras García, Rita “Calidad de vida y desarrollo social en Cuba” en *Cuba Socialista. Revista Teórica y Política*. En <www.cubasocialista.cu/texto/cso121.htm> acceso noviembre de 2007.
- De Vega, Manuel 1994 *Introducción a la psicología cognitiva* (Madrid: Alianza Editorial S.A.)
- García Canclini, Néstor 1999 *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización* (Madrid: Editorial Grijalbo).

- Laguardia, Jacqueline 2007 "Apuntes para un estudio de la diversidad cultural en la política del libro en Cuba" (en prensa).
- Laguardia, Jacqueline *et al* "Informe preliminar de la encuesta sobre hábitos de consumo del libro, ICIC Juan Marinello, marzo de 2007.
- Linares, Cecilia *et al* 1998 "Algunas tendencias sobre el Consumo Cultural de la población urbana en Cuba" (La Habana: CIDCC Juan Marinello).
- Linares, Cecilia *et al* 2002 "La literatura y la lectura en el contexto de las prácticas culturales de los cubanos" (La Habana: CIDCC Juan Marinello).
- Martín Barbero, Jesús 1987 *De los medios a las mediaciones* (Madrid: Editorial Gustavo Gili S.A.).
- Marx, Carlos 1975 *Fundamentos de la crítica de la economía política* (La Habana: Editorial de Ciencias Sociales) Tomo I.

Cuestionario aplicado

Sexo

F ___ M ___

Edad (en años)

15 a 20 ___ 21 a 25 ___ 26 a 29 ___ 30 a 35 ___
36 a 45 ___ 45 a 59 ___ 60 y más ___

Grado escolar vencido

Primaria ___ Secundaria Básica ___ Preuniv./Técnico Medio ___
Universitario ___ Posgrado ___

Ocupación

Dirigente ___ Administrativo ___ Servicio ___ Cuentapropista ___ Obrero ___
Estudiante ___ Ama de casa ___ Jubilado ___ Otro (¿Cuál?) ___ Técnico ___
Maestro/Profesor ___ Médico ___ Investigador ___ Otro (¿Cuál?) ___

Municipio de Residencia

Momento de la aplicación

Día ___ de febrero 2007 Hora: ___ a.m. ___ p.m.

Lugar: _____

1. ¿Por qué asiste a la FILH?

- ___ Es mi momento de comprar libros en el año
- ___ Para comprar libros para mis hijos/sobrinos/nietos
- ___ Para pasar un rato agradable con mi familia
- ___ Para pasar un rato agradable con mis amigos
- ___ Para asistir a las actividades del Pabellón Infantil
- ___ Para mantenerme actualizado con los nuevos títulos que se presentan
- ___ Para asistir a los conciertos de la tarde
- ___ Me interesa la parte teórica de la FILH (conferencias, encuentros)
- ___ Por motivos profesionales
- ___ Otros (Especificar cuáles) _____

2. ¿Ha asistido a ediciones anteriores de la Feria?

Sí _____ No _____ ¿A cuántas? _____

3. En caso de haber asistido a otras ediciones de la FILH, ¿alrededor de cuántos libros y revistas compró?

Libros: más de 15__ entre 10 y 15__ entre 5 y 10__ entre 1 y 5__ ninguno __

Revistas: más de 15__ entre 10 y 15__ entre 5 y 10__ entre 1 y 5__ ninguno __

4. ¿Qué libros buscó que no encontró?

5. ¿Cómo prefiere que le cuenten una historia, a través de

El Libro__ La Televisión__ El Cine__

o

6. ¿Cuántos libros ha leído en los últimos 6 meses?

Más de 8__ Entre 8 y 5__ Entre 5 y 2__ Menos de 2__ Ninguno__

7. ¿Cuántos libros no relacionados con su estudio/trabajo ha leído en los últimos 6 meses?

Más de 8__ Entre 8 y 5__ Entre 5 y 2__ Menos de 2__ Ninguno__

8. ¿Siente que le falta tiempo para leer todo lo que querría?

Sí __ No __ ¿Por qué? _____

9. ¿Qué tipo de género literario prefiere?

Novela__ Cuento__ Ensayo__ Biografías__

Poesía__ Teatro__ Testimonio__ Historietas__

Literatura Científico-Técnica__ Otros (Especificar cuáles) _____

10. ¿Qué tipo de temática prefiere?

Policíaco__ Histórica__ Horror__ Romántica__ Aventuras__

Ciencia Ficción__ Religión y Esoterismo__ Autoayuda__

Científica__ Técnicas y ciencias aplicadas__ Otros (cuáles _____)

Político-Social __ [C. políticas__ C. económicas__ C. sociales y humanidades__]

11. ¿Le gusta leer periódicos y revistas?

Sí __ No __

12. ¿Suele leer en la computadora?

Sí __ No __ ¿Por qué? _____

13. ¿Prefiere leer en formato impreso o en la computadora?

Impreso __ Computadora__ Me da igual__

14. Mencione algunos títulos que le gustaría poder comprar:

15. Mencione algunas editoriales de su preferencia:

16. ¿Qué aspectos, además del tema y el autor, examina usted

en el momento de adquirir un libro?

Encuadernación____ Tamaño de letra____ Presencia de ilustraciones____
 Precio____ Novedad____ Otros_____

17. ¿Quiénes son sus autores favoritos?

18. ¿Cuál es su gasto mensual en libros?

Moneda Nacional____ CUC_____

19. ¿Cuál es su gasto mensual en revistas?

Moneda Nacional____ CUC_____

20. ¿Dónde suele comprar libros?

Librerías____ Lanzamientos, Sábados del Libro u otros eventos____ Vendedores particulares____ Durante la FILH____ Otros (cuáles) _____

21. ¿Con qué frecuencia compra usted libros?

Cada semana____ Todos los meses____ Cada tres meses____
 Raramente____ Solamente en la FILH____ Nunca_____

22. ¿Cuánto dinero destina durante la FILH a la adquisición de libros?

Moneda Nacional____ CUC_____

23. ¿Cuánto dinero destina durante la FIL a la adquisición de revistas?

Moneda Nacional____ CUC_____

24. ¿Cómo calificaría el precio de los libros que se venden en la FILH?

Moneda Nacional Caros____ Baratos____ Normal____
 CUC Caros____ Baratos____ Normal____

25. ¿Sus ingresos mensuales están entre?

MN Hasta 150____ Entre 150 y 250____ Entre 250 y 450____ Más de 450____
 CUC Entre 1 y 15____ Entre 15 y 50____ Más de 50____

26. ¿Compra usted libros de uso?

Sí____ No_____