



# Los lectores de las Revistas Culturales



PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO,  
HÁBITOS DE LECTURA Y ESTILOS DE VIDA



Asociación de  
Revistas Culturales  
de España

La edición de este informe ha sido patrocinada por el Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO)

**EDITA:**

Asociación de Revistas Culturales de España (ARCE)  
C/ Covarrubias, 9. 2º Dcha. | 28010 Madrid  
Tel.: 913 086 066 | Fax: 913 199 267  
www.revistasculturales.com | www.arce.es

**REALIZACIÓN DEL INFORME:**

Instituto de Investigación IMOP | Premium 7 de 7

**COORDINADORA:**

Teresa Osma

**DISEÑO GRÁFICO:**

Calamar Edición & Diseño

Depósito Legal: M-xxxxxxx-2007  
Impreso en España – *Printed in Spain*



# Índice

Presentación .....	7
a) Perfil del lector .....	11
b) El lector como suscriptor .....	15
c) Vinculación con su revista .....	19
d) Equipamiento .....	25
e) Estilo de vida .....	29
f) Actitudes .....	37
g) Apuntes metodológicos y ficha técnica del informe .....	41



# Presentación

**E**n la Asociación de Revistas Culturales de España (ARCE) nos agrupamos más de un centenar de publicaciones periódicas que cubren un amplio abanico temático, configurando sus cabeceras y contenidos un mosaico plural, heterogéneo y enriquecedor de la creación cultural. Así, junto a contenidos especializados en los distintos sectores de la cultura, como el cine, el teatro, la literatura, la música,... conviven también la historia, la filosofía, la crítica de la cultura, la reflexión y el ensayo político, etc.

Ya hace unos años, desde este colectivo de editores culturales hemos venido realizando un importante esfuerzo de investigación y conocimiento del territorio sobre el que interactuamos, así como, y de manera destacada, el estudio sobre la realidad y las perspectivas de nuestras propias revistas, de nuestros propios proyectos culturales e intelectuales. De esta manera, y en los últimos tiempos, en ARCE hemos impulsado distintas iniciativas de reflexión y análisis que se han plasmado en documentos importantes que nos permiten conocernos mejor, tales como «Las revistas culturales, 1997-2003», «Revistas culturales y librerías independientes», «La edición institucional en el ámbito de las publicaciones periódicas de pensamiento y cultura», ...

A finales del 2006 pusimos en marcha, con la colaboración de CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos), un proyecto de investigación

que nos permitiese conocer, con independencia de estudios y encuestas sectoriales y particulares que realizamos las propias revistas, el perfil sociodemográfico del lector de revistas culturales en España. Estos resultados nos ayudarían a satisfacer la necesidad de poder contar con datos solventes y creíbles que nos acercaran a nuestros propios lectores y nos permitieran saber cuáles son sus rasgos, sus opiniones y estilos de vida.

El estudio lo hemos enfocado en los suscriptores de nuestras revistas, suscriptores individuales y con residencia en nuestro país, porque son las suscripciones el canal privilegiado de difusión de la mayoría de las revistas culturales en España.

Los datos y respuestas analizadas provienen de una extensa entrevista realizada por escrito que debía ser devuelta debidamente cumplimentada y por correo postal, habiéndose recibido más de 2.700 respuestas, lo que, a juicio de los responsables de este trabajo –IMOP Encuestas (Instituto de Marketing y Opinión Pública) con el asesoramiento y la colaboración de Premium Siete de Siete– otorga los elementos de calidad que un trabajo de estas características exige. El contacto directo con el encuestado se realizó desde la propia revista y nunca desde ARCE, aunque los datos obtenidos, por el contrario, no van asociados a la propia cabecera, ya que nuestra intención ha sido siempre la de conocer el perfil del lector de revistas culturales en su conjunto, y no la de cada una de las publicaciones por separado.

Presentamos ahora los principales resultados de esta investigación que, si bien en términos generales quienes estamos inmersos en el quehacer diario de la edición de contenidos culturales y de calidad podíamos conocer, nos produce una enorme satisfacción hacer públicos con todas las garantías de seriedad y de rigor en su elaboración. En tiempos de medición de audiencias, de homogeneización de los discursos y de las propuestas, siempre es agradable constatar que los contenidos de calidad cuentan con unos lectores y fieles seguidores que los demandan desde la necesidad de contar con criterios e información que les permitan entender un poco más el mundo en que vivimos.

Decíamos, hace poco, que «son malos tiempos para las grandes certezas. Pero sí sabemos que no hay respuestas definitivas. Y, sin embargo, preguntarse es una tozudez fatal que nos hace asombrosamente humanos:

nada es más insolidario que el silencio. Y sabemos también que hay gente dispuesta a la aventura de construir y contrastar pensamiento, ideas no acomodaticias, críticas y plurales. Y con ellas bajo el brazo, echarle un pulso a la realidad para ver si la cambiamos un poco». Este es el reto que compartimos editores, creadores y lectores de las revistas culturales. En ello seguimos estando.

***Manuel Ortuño Armas***  
PRESIDENTE DE ARCE







Perfil del lector

## EL LECTOR DE REVISTAS CULTURALES PRESENTA UN PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO CLARAMENTE MASCULINO, LABORALMENTE ACTIVO Y MUY ELITISTA DESDE EL PUNTO DE VISTA CULTURAL Y ECONÓMICO

► Este perfil básico determina el resto de variables: cabeza de familia, estado civil, etc...

► La edad media de este segmento se sitúa algo por encima de la media poblacional.

	Suscriptor (%)	Población Total* (%)
<b>Sexo</b>		
<b>Hombre</b>	<b>75,4</b>	48,9
Mujer	24,6	51,1
<b>Edad</b>		
Hasta de 34 años	18,4	35,1
De 35 a 44 años	23,1	18,4
De 45 a 64 años	46,1	27,2
Más de 65 años	12,5	19,3
<b>Edad Media</b>	<b>48,3</b>	45,0
<b>Rol</b>		
Cabeza de familia	79,7	41,9
No cabeza de familia	20,3	58,1
<b>Estado civil</b>		
Casado/vive en pareja	71,2	58,3
Soltero	20,1	31,5
Viudo	2,0	6,9
Divorciado/separado	5,6	3,3

\* 3ª OLA 2006 EGM

	ARCE (%)	Población Total* (%)
	<b>75,4</b>	48,9
<b>Trabaja por cuenta propia</b>	<b>27,7</b>	<b>14,8</b>
<b>Profesión liberal</b>	<b>60,1</b>	10,9
Otros	39,9	89,1
<b>Trabaja por cuenta ajena</b>	<b>72,3</b>	<b>85,2</b>
<b>Director gran empresa</b>	<b>10,6</b>	0,2
<b>Director pequeña empresa</b>	<b>7,4</b>	0,4
<b>Mando superior</b>	<b>40,6</b>	6,7
<b>Mando intermedio</b>	<b>17,2</b>	6,4
Otros	24,2	86,3

\* 3ª OLA 2006 EGM

**OCUPA PUESTOS DE RESPONSABILIDAD, TIENE UNA ALTA CAPACIDAD DE GENERAR RECURSOS Y PRESENTA UN PERFIL EMPRENDEDOR**

**UN ALTO STATUS Y NIVEL DE ESTUDIOS SON LAS DOS VARIABLES QUE MEJOR DEFINEN A NUESTROS LECTORES**

	Suscriptor (%)	Población Total* (%)
<b>Status</b>		
<b>Alto</b>	<b>61,6</b>	6,7
Medio alto	26,7	13,3
Medio	11,0	42,0
Medio bajo	0,6	29,8
Bajo	0,0	8,2

<b>Estudios</b>		
Menos bachiller o equivalente	2,7	56,1
Hasta bachiller o equivalente	11,8	29,0
Universitario grado medio	16,4	6,9
<b>Univ. grado superior</b>	<b>50,4</b>	8,0
<b>Doctorado o similar</b>	<b>18,7</b>	8,0

<b>Situación laboral</b>		
<b>Trabaja actualmente</b>	<b>83,0</b>	51,6
Retirado/Pensionista/Incap.	13,2	20,0
Parado habiendo trabajado	1,2	5,1
Parado en busca 1 <sup>er</sup> empleo	0,3	0,4
Estudiante	1,6	8,3
Sus labores	0,6	14,6

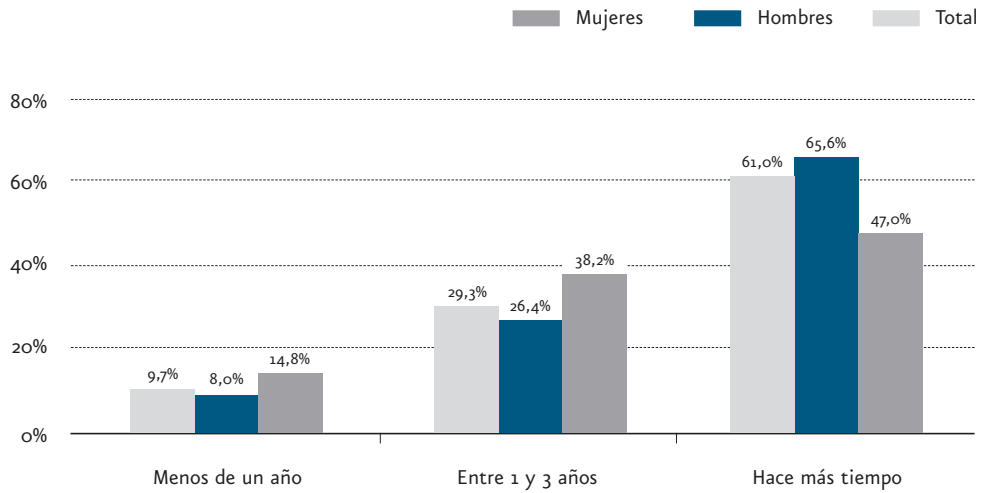
\* 3ª OLA 2006 EGM



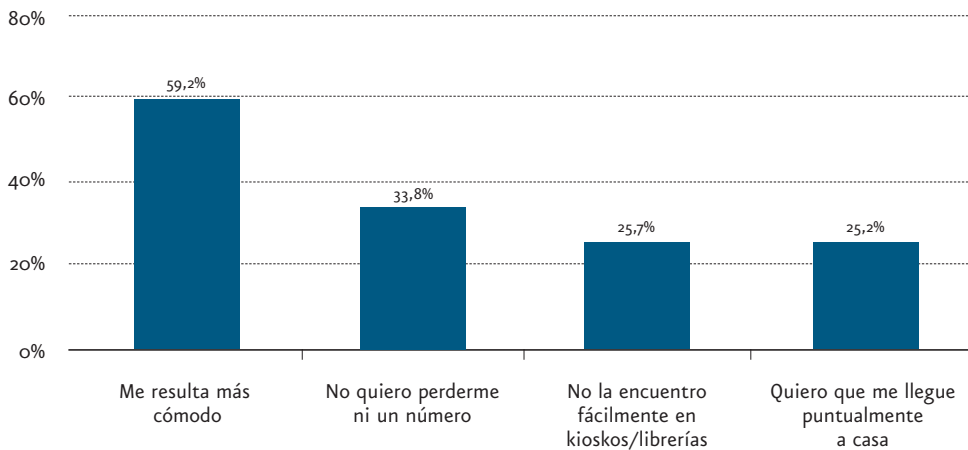


El lector  
como suscriptor

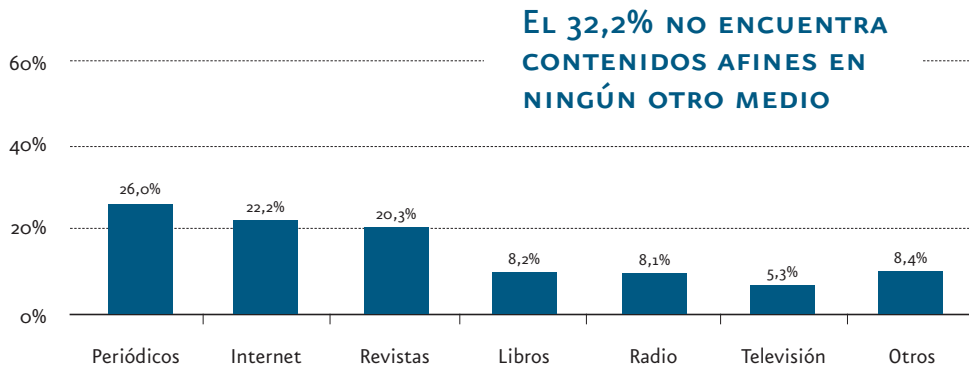
## ¿Desde hace cuánto tiempo está suscrito a la revista?



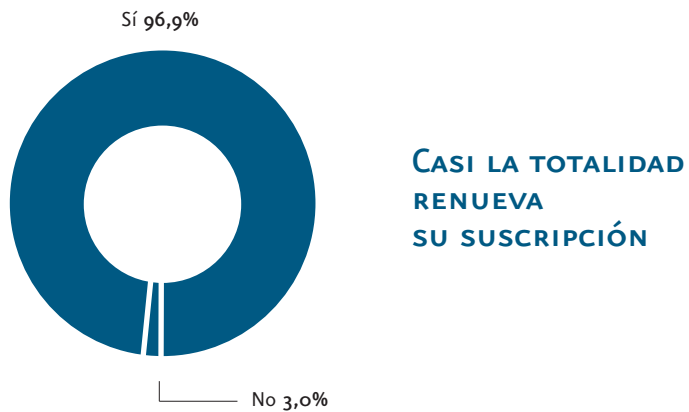
## ¿Por qué está suscrito a la revista?



¿En qué otros medios encuentra usted contenidos afines a los que encuentra en la revista?



¿Tiene intención o le gustaría renovar la suscripción?



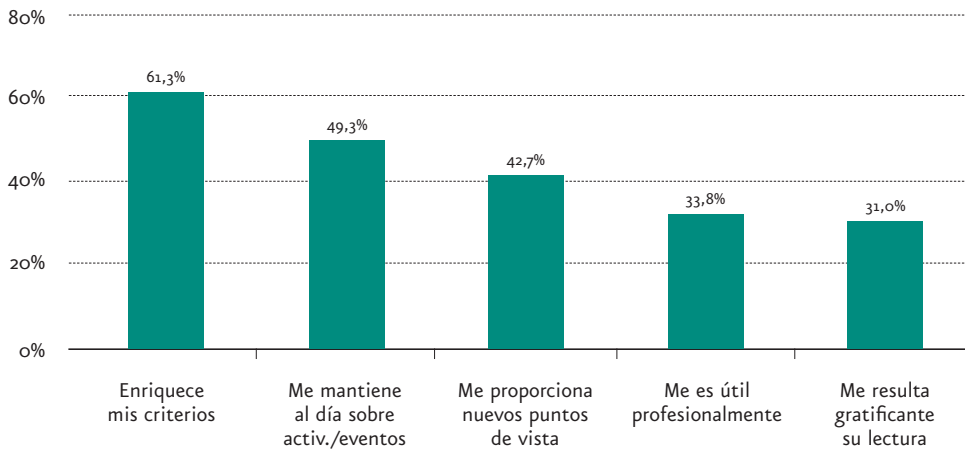




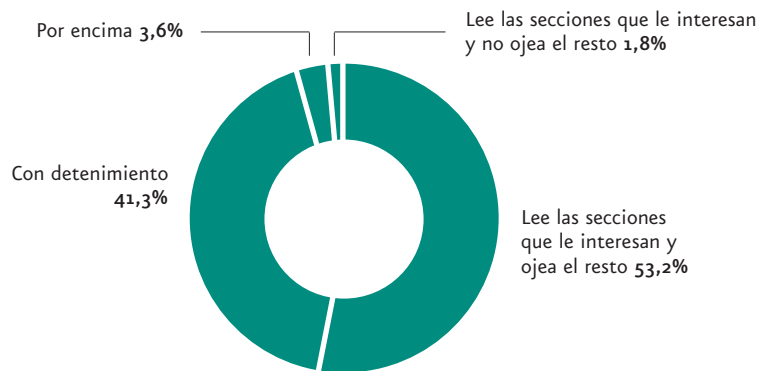


Vinculación  
con su revista

## ¿Diría que lee esta revista fundamentalmente debido a...?

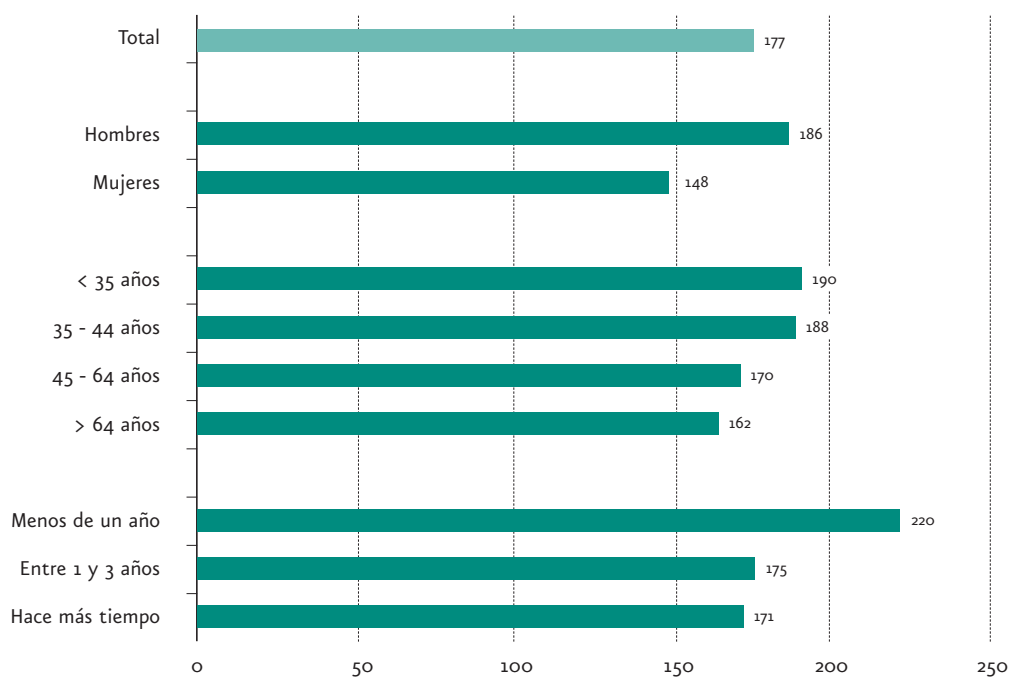


## ¿Y diría que la lee...?



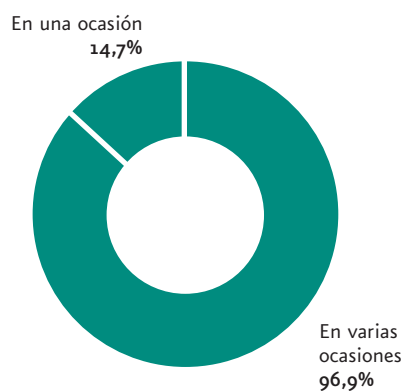
## UN LECTOR CON CRITERIO Y DEDICACIÓN

Por término medio ¿cuánto tiempo –minutos– dedica a cada ejemplar?

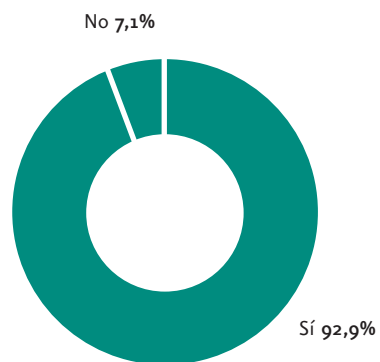


**177 MINUTOS DE MEDIA, CASI 3 HORAS DE LECTURA POR EJEMPLAR DE LA REVISTA**

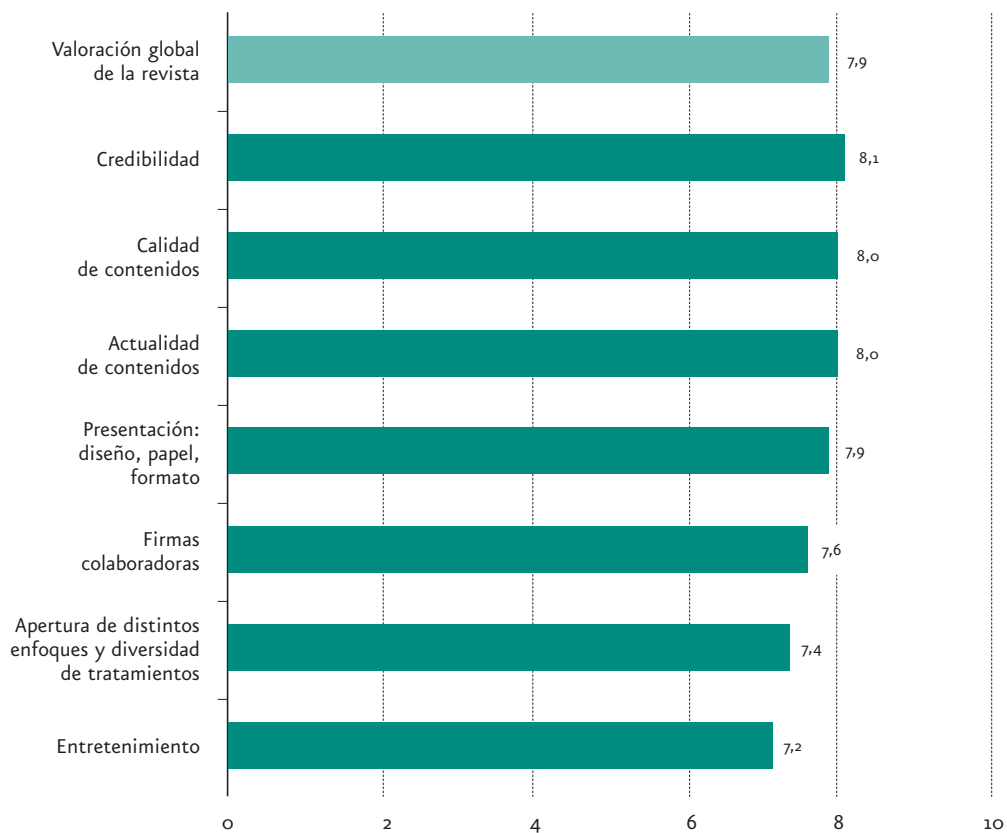
¿Cómo suele leer esta revista?



¿Las guarda o las colecciona?

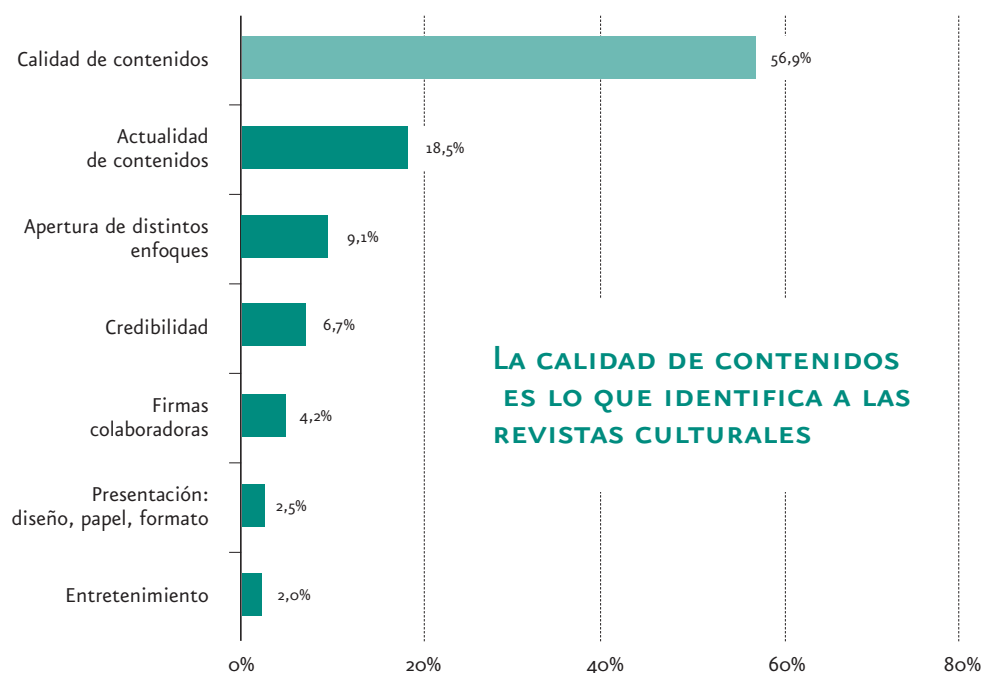


¿Podría valorar la revista en una escala de 0 a 10 en cuanto a...?



**LA PUNTUACIÓN GLOBAL MEDIA  
ES DE 7,9 SOBRE 10**

## ¿Cuál es el elemento más importante, el que más valora de esta revista?



	SEXO			EDAD				ESTUDIOS	
	Total (%)	Hombres (%)	Mujeres (%)	Hasta 34 años (%)	35 - 44 años (%)	45 - 64 años (%)	Más 64 años (%)	No univ. (%)	Univ. (%)
Calidad de contenidos	56,9	<b>58,0</b>	53,7	56,5	<b>60,0</b>	58,9	44,4	52,4	<b>57,7</b>
Actualidad de contenidos	18,5	16,5	<b>24,6</b>	21,5	18,8	16,4	21,6	17,6	<b>18,7</b>
Apertura distintos enfoques	9,1	9,2	8,9	<b>10,6</b>	7,4	8,8	<b>11,6</b>	9,3	9,1
Credibilidad	6,7	<b>7,1</b>	5,7	3,8	6,1	<b>7,7</b>	<b>8,8</b>	8,3	6,5
Firmas colaboradoras	4,2	4,6	2,8	2,2	3,7	4,0	<b>8,8</b>	5,9	3,9
Presentación de la revista	2,5	2,3	3,0	4,1	2,4	2,0	2,4	5,2	2,0
Entretenimiento	2,0	2,3	1,2	1,4	1,7	2,3	2,4	1,4	2,1
<b>Base: Total Ent.</b>	<b>2.003</b>	<b>1.511</b>	<b>492</b>	<b>368</b>	<b>462</b>	<b>923</b>	<b>250</b>	<b>290</b>	<b>1.713</b>

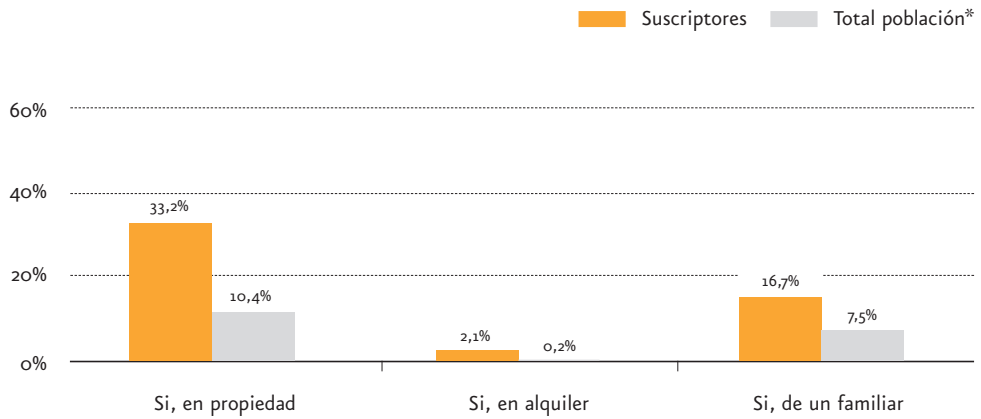




Equipamiento



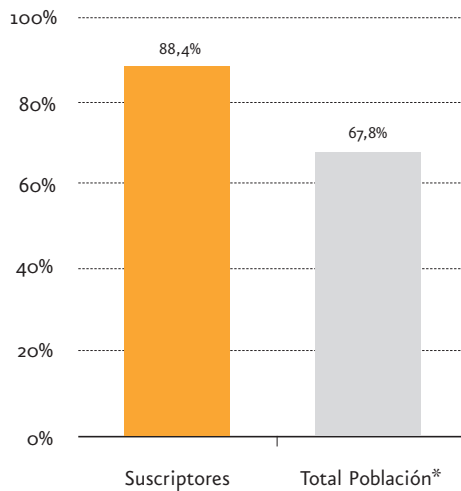
## ¿Dispone de una segunda vivienda para ir de vacaciones o fin de semana?



\* 3ª OLA 2006 EGM

## ¿Cuántos coches hay en su hogar?

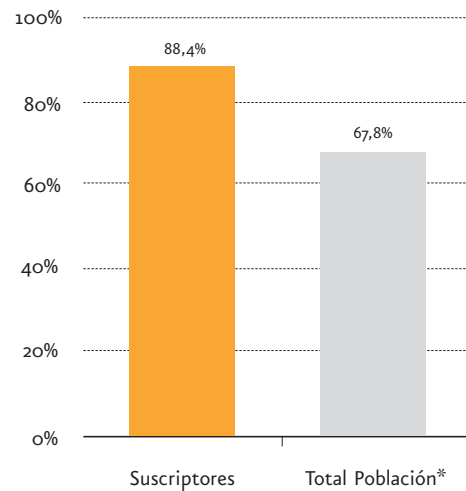
–Tienen al menos un coche–



\* 3ª OLA 2006 EGM

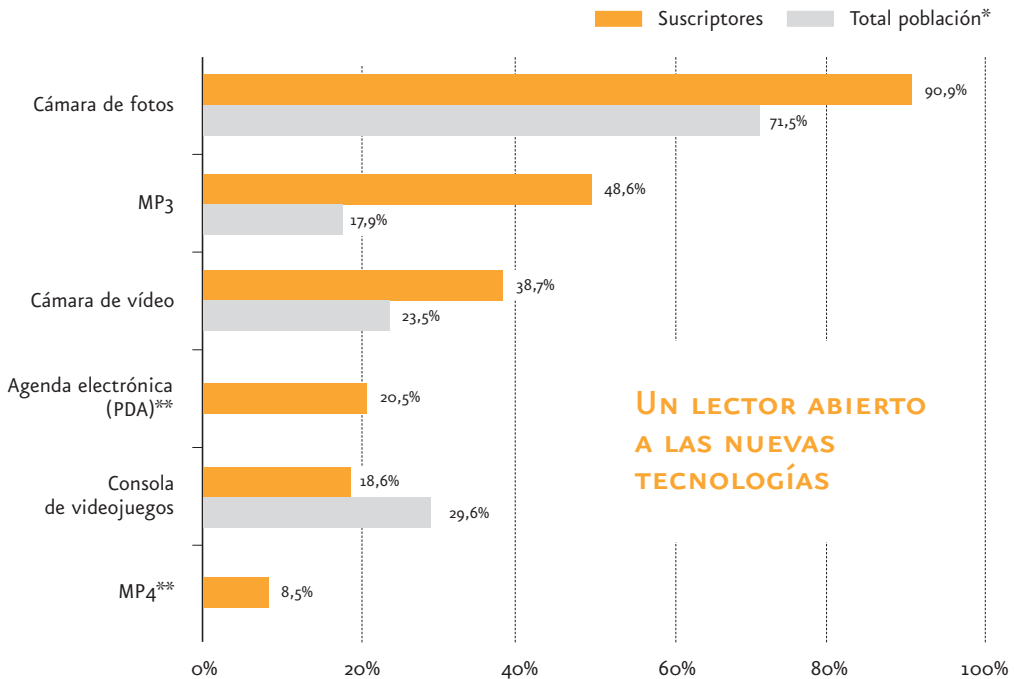
## ¿Conduce habitualmente alguno de los coches?

–Respuestas afirmativas–



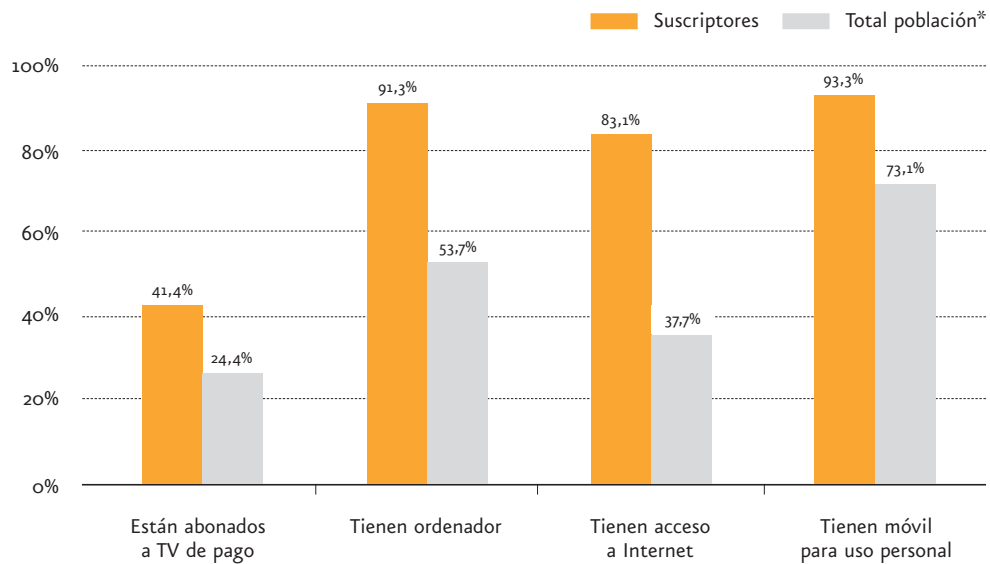
\* 3ª OLA 2006 EGM

## ¿De cuáles de los siguientes equipamientos dispone en su hogar para su uso personal?



\* 3ª OLA 2006 EGM \*\* EL EGM NO FACILITA DATOS

## En su casa...



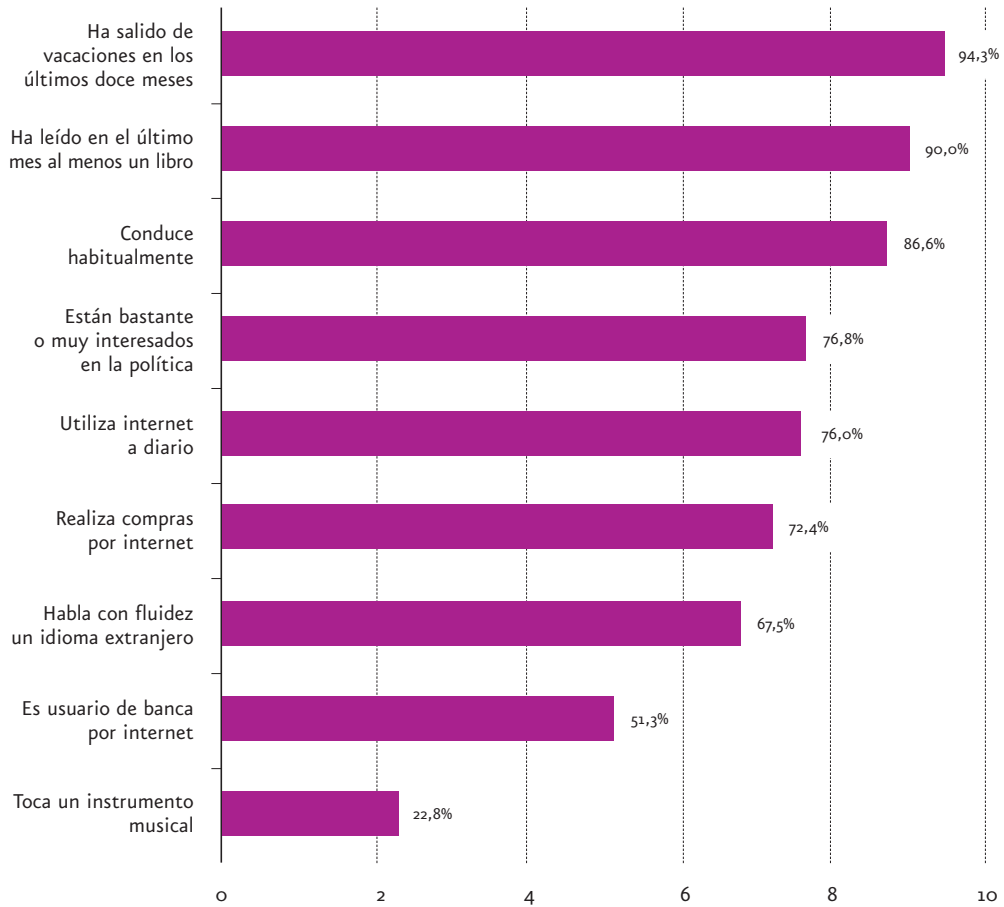
\* 3ª OLA 2006 EGM



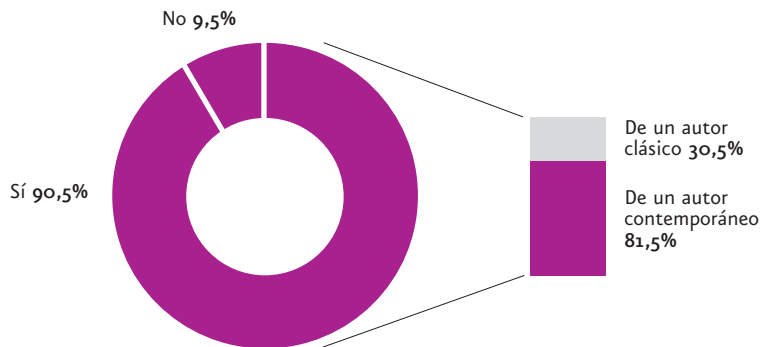


Estilo de vida

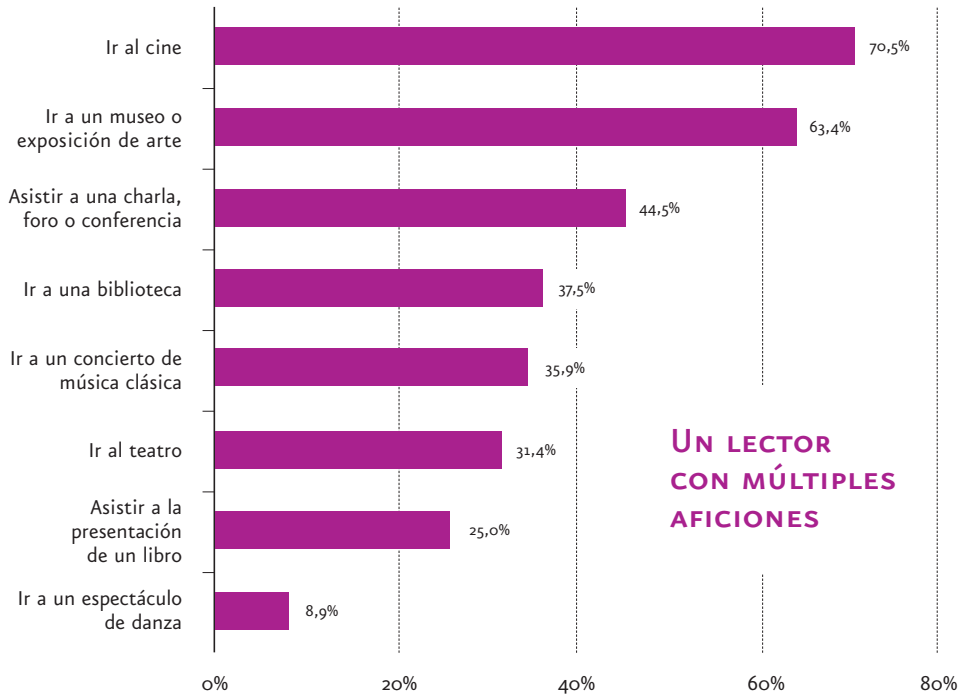
## Hábitos culturales y tecnológicos



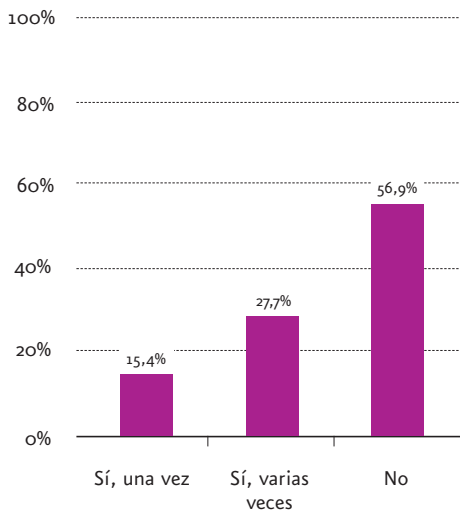
## ¿Ha leído en el último mes algún libro?



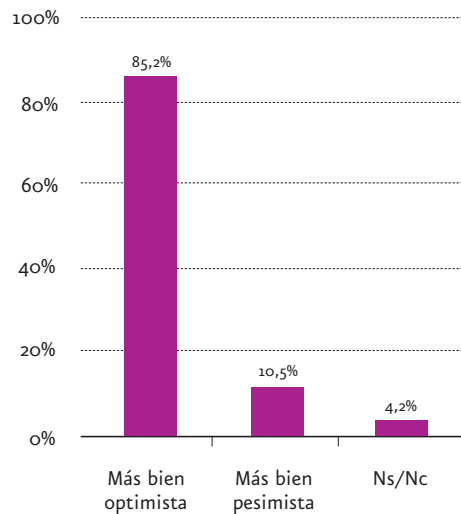
¿Podría decirme cuáles de las siguientes actividades ha realizado en el último mes?



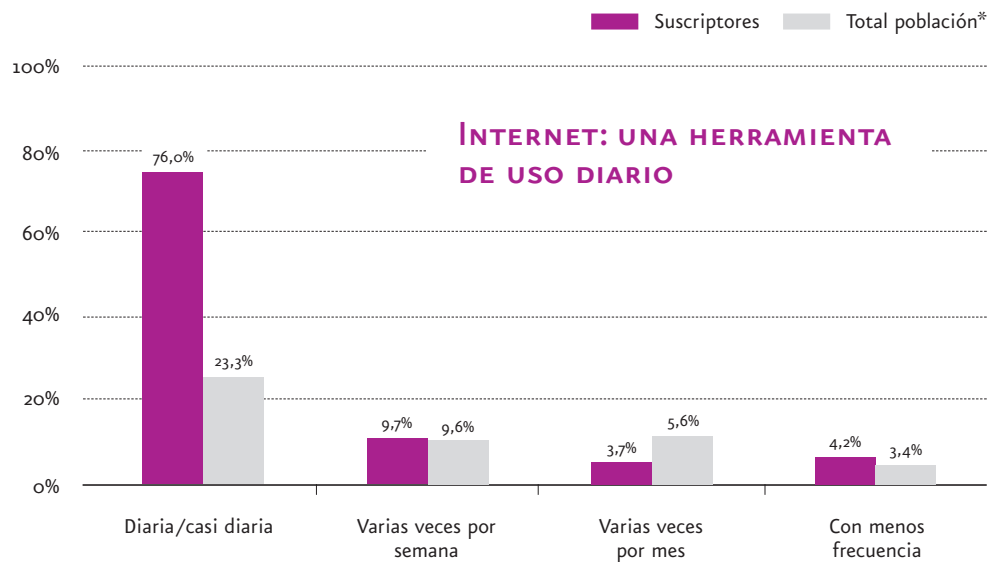
¿Alguna vez en su vida ha pasado Ud. un período largo de tiempo en el extranjero?



¿Se siente más bien optimista o más bien pesimista acerca de su futuro en los próximos años?

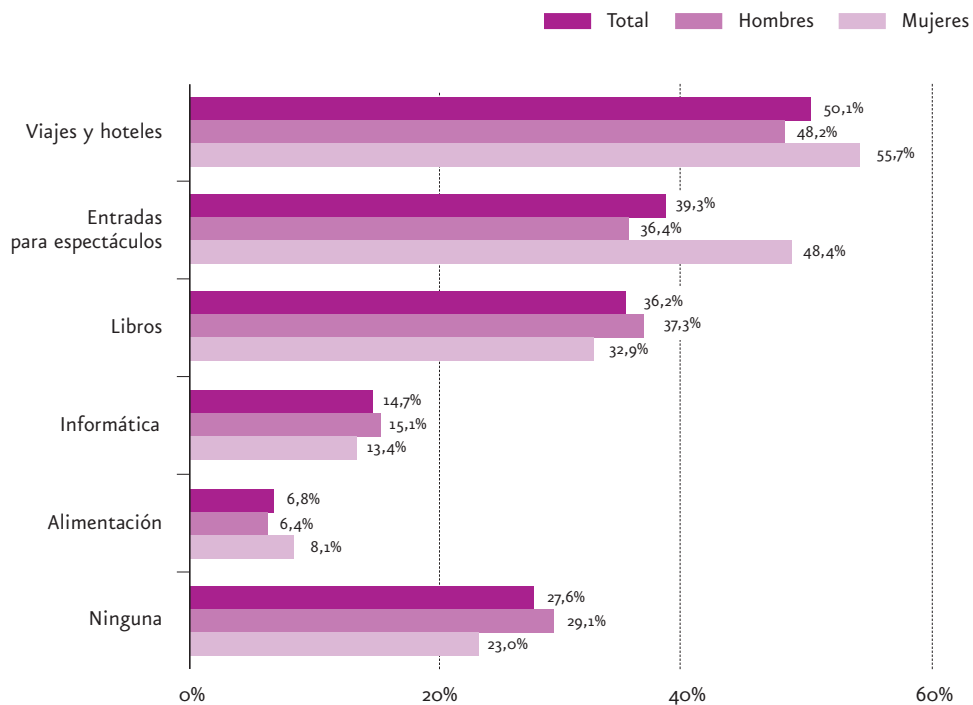


## ¿Con qué frecuencia usa Internet?



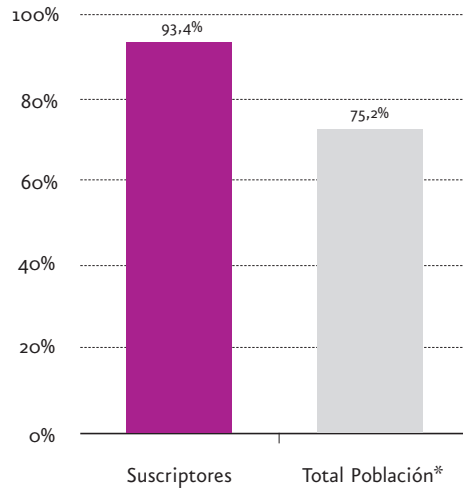
\* 3ª OLA 2006 EGM

## ¿Qué tipo de compras realiza por internet?



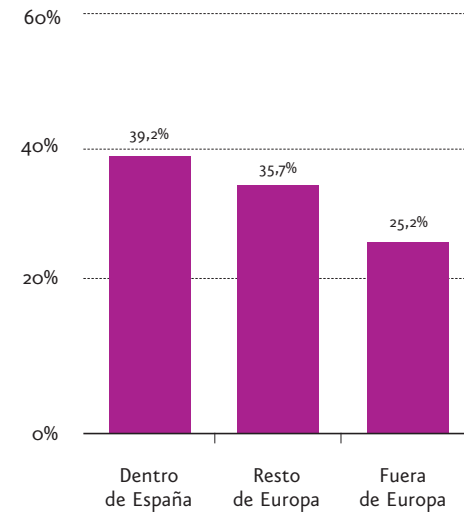
### ¿Ha salido de vacaciones fuera de su lugar de residencia en el último año?

–Respuestas afirmativas–

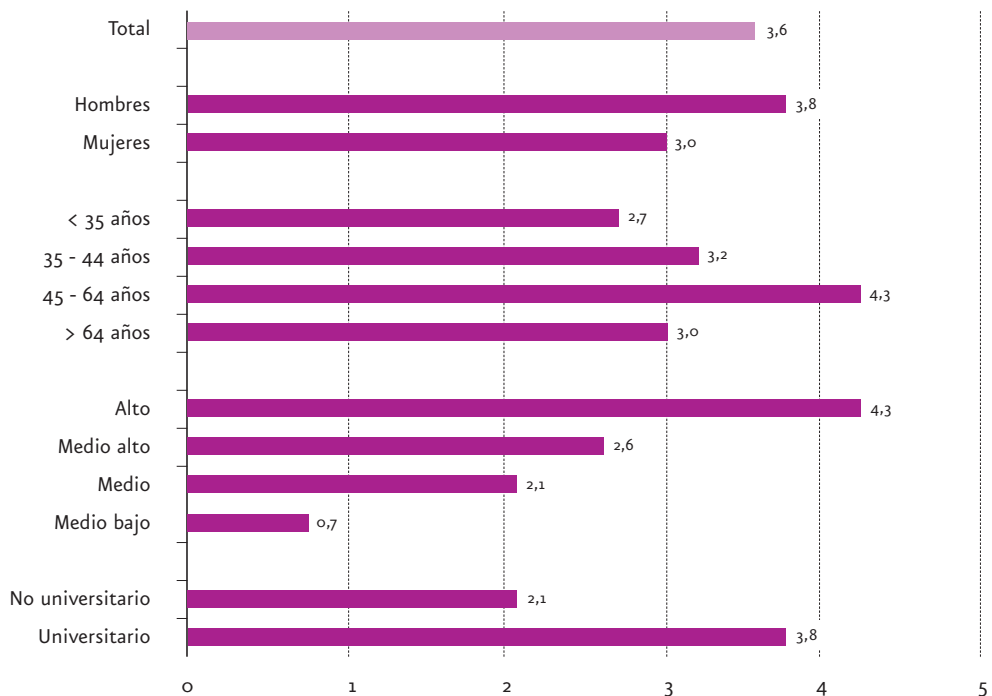


\* 3ª OLA 2006 EGM

### ¿A dónde se desplazó en el viaje más largo realizado en el último año?

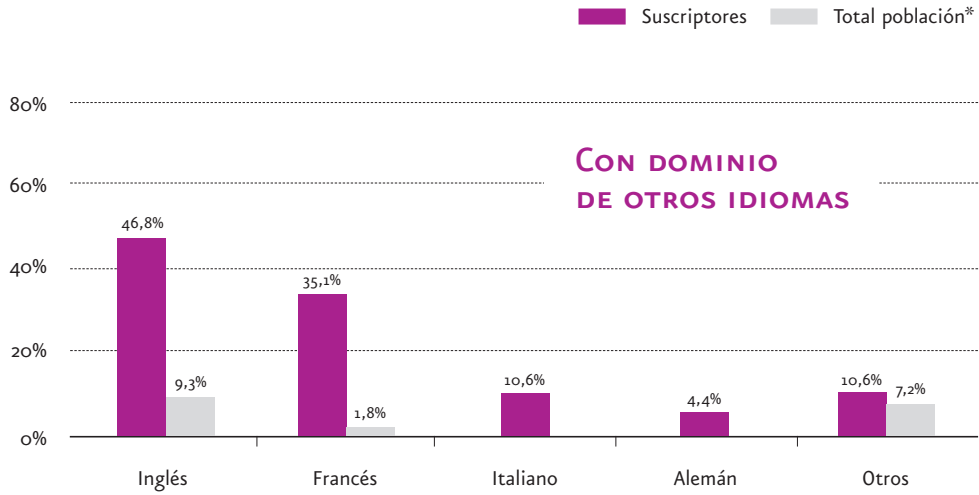


### Número medio de veces que ha salido al extranjero en los dos últimos años



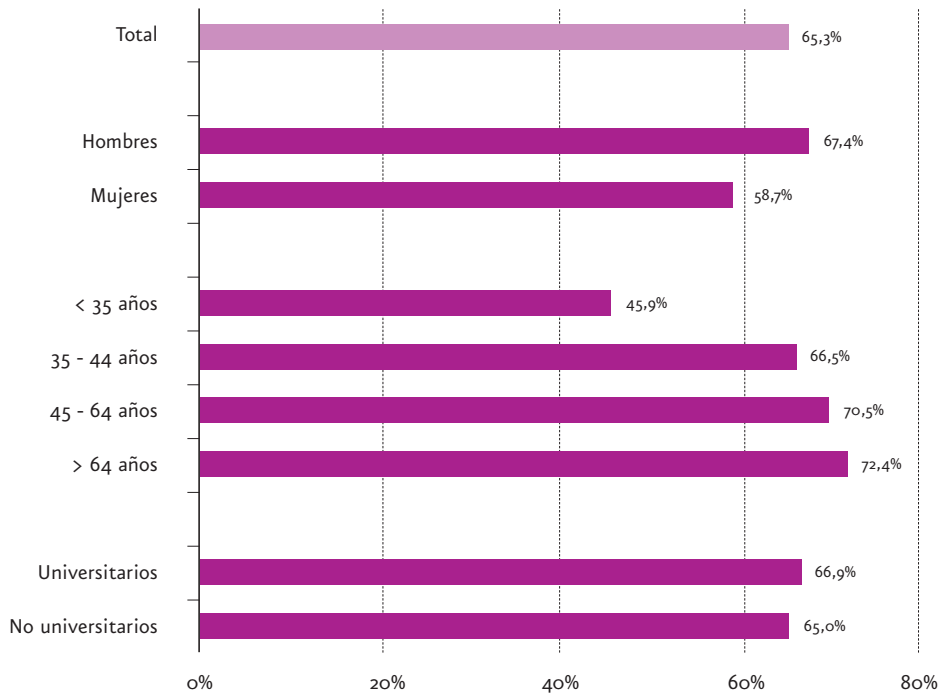


## ¿Qué idiomas habla de forma fluida?

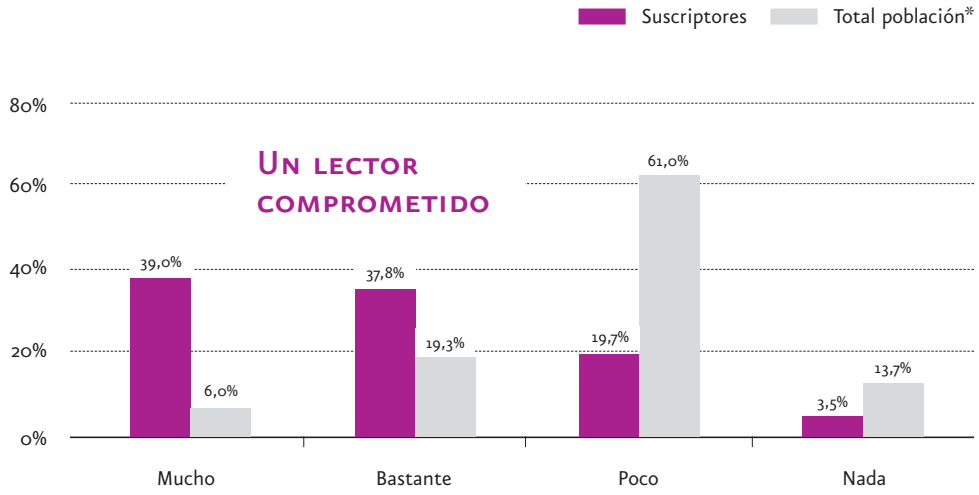


\* 3ª OLA 2006 EGM (SUMA DE PERFECTA Y CORRECTAMENTE). OTROS INCLUYE ALEMÁN E ITALIANO.

## ¿Colabora con alguna organización sin ánimo de lucro? –Respuestas afirmativas–

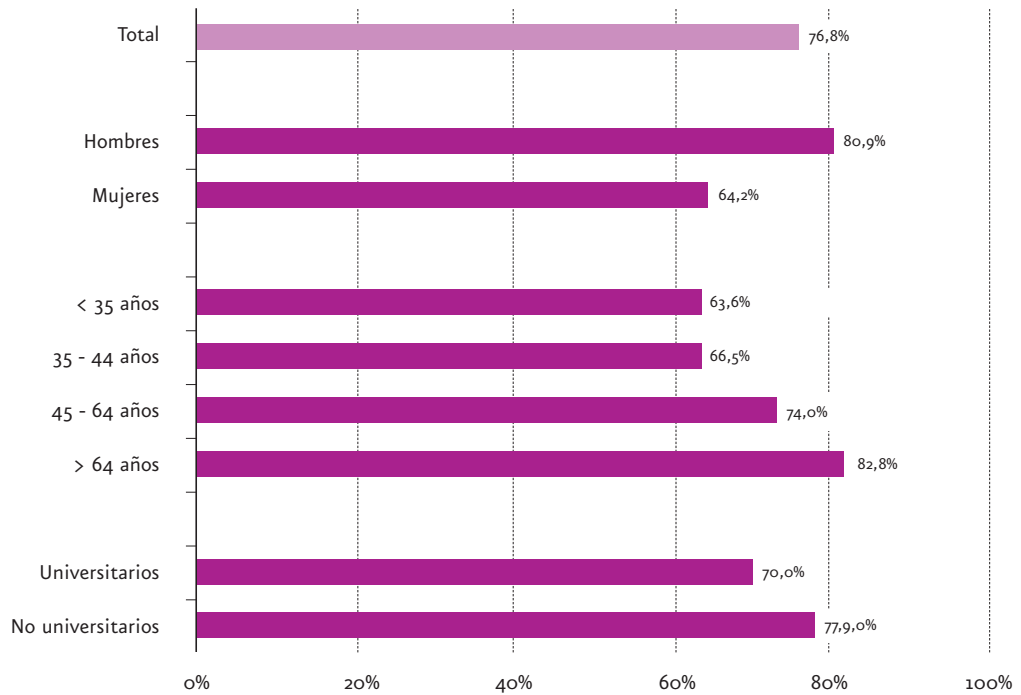


## ¿Hasta qué punto le interesa la política?



\* AIMC MARCAS 2006

## ¿Hasta qué punto le interesa la política? –Mucho + Bastante–



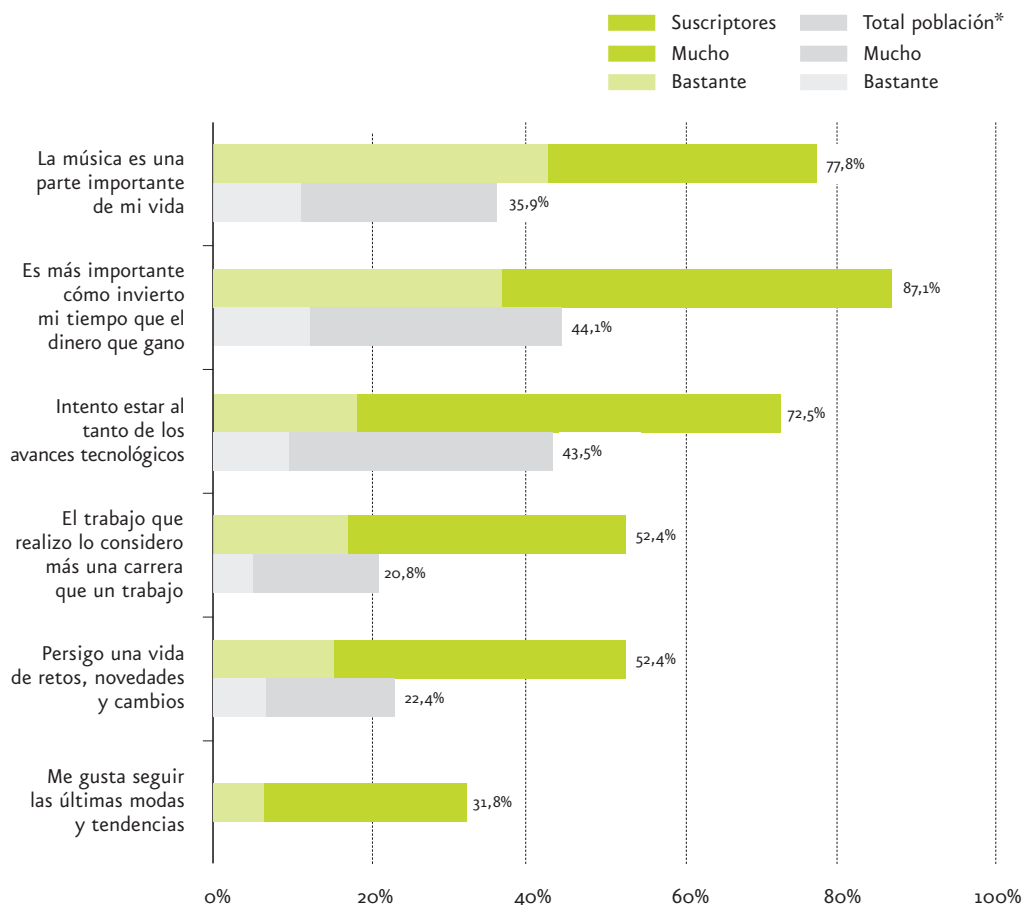




Actitudes

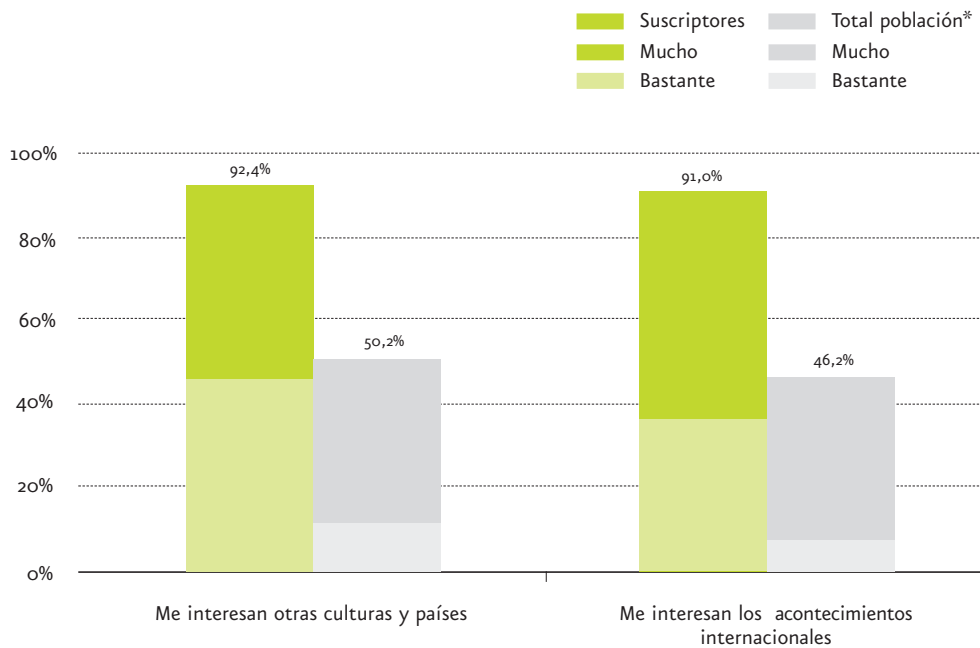
## EL DESARROLLO PERSONAL, LA SALUD, UNA MENTALIDAD ABIERTA Y EL DISFRUTE SON LOS VALORES MÁS APRECIADOS POR NUESTROS LECTORES

USO DEL TIEMPO: ¿En qué medida está de acuerdo con las siguientes frases?



\* AIMC MARCAS 2006

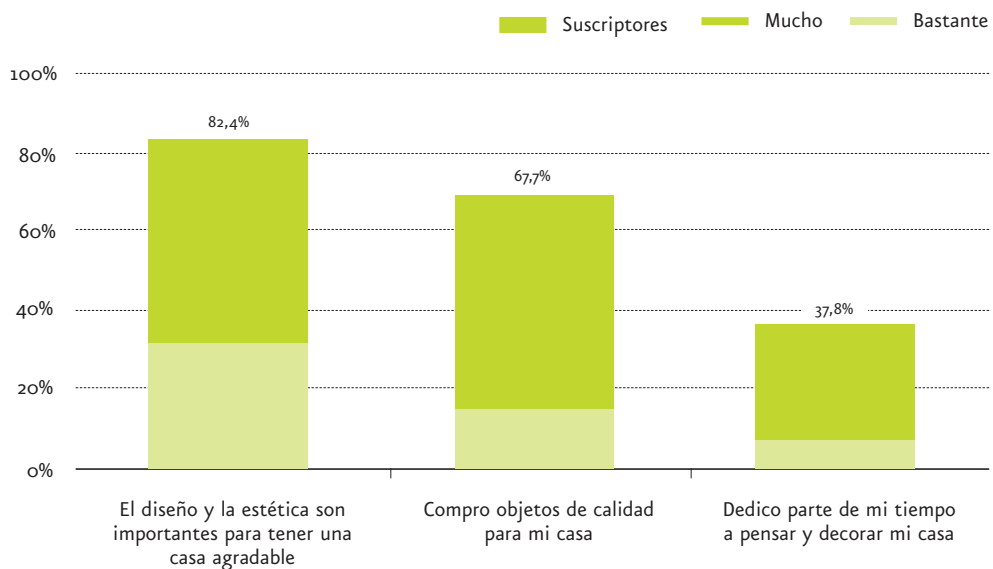
## APERTURA AL EXTERIOR: ¿En qué medida está de acuerdo con las siguientes frases?



\* AIMC MARCAS 2006 EGM

## IMPORTANCIA DEDICADA A LA CASA:

### ¿En qué medida está de acuerdo con las siguientes frases?







Ficha técnica  
del informe



**E**ste estudio se ha desarrollado mediante un cuestionario autoadministrado entre los suscriptores de revistas asociadas a ARCE. Son 15 cabeceras las que finalmente participaron en la investigación, con un envío total de 28.000 cuestionarios.

Se han recibido más de 2.700 encuestas cumplimentadas. El índice de respuesta se acerca al 10%, lo que demuestra el elevado vínculo que los suscriptores tienen con su revista.

En total se han tabulado 2.003 cuestionarios, de tal manera que la validez, fiabilidad y consistencia de los datos obtenidos estuvieran garantizadas. Este número de encuestas supone un error muestral de  $\pm 2,2$  para el supuesto de  $p=q=50\%$  y un nivel de confianza del 95%.

La encuesta se envió a suscriptores a principios de diciembre 2006. El contacto directo con el suscriptor siempre ha sido desde la propia cabecera y nunca desde ARCE. Los datos obtenidos, por el contrario, no van asociados a la propia cabecera, ya que la intención ha sido siempre la de conocer al lector de revistas culturales en su conjunto y no la de cada uno de los soportes por separado.

El cuestionario se dividía en varias partes:

- Actitud como suscriptor (por qué está suscrito y desde cuándo).
- Percepción de la revista y hábitos de lectura (cuánto y cómo la lee, valoración de la revista).
- Estilos de vida y actitudes.
- Equipamiento.
- Perfil sociodemográfico.

En la medida de lo posible, los resultados se contrastan con los resultados de total población según el Estudio General de Medios o de AIMC Marcas.

- ▶ **Universo:** suscriptores de las distintas cabeceras de ARCE.
- ▶ **Muestra:** 2.003 entrevistas
- ▶ **Técnica de entrevista:** cuestionario autoadministrado enviado y recibido por correo postal.
- ▶ **Fechas de recogida:** diciembre de 2006.
- ▶ **Error muestral:**  $\pm 2,2\%$  de error muestral para el supuesto de  $p=q=50\%$  y un nivel de confianza del 95%.
- ▶ **Instituto responsable:** IMOP ENCUESTAS (Instituto de Marketing y Opinión Pública, S.A.), con el asesoramiento y colaboración de Premium 7 de 7.

## ASOCIACIÓN DE REVISTAS CULTURALES DE ESPAÑA

A Trabe de Ouro	Doce notas	Nuestro Tiempo
Ábaco	Doce notas preliminares	Nueva Revista
Academia	Ecología Política	Ojo de Pez
Ade - Teatro	El Ciervo	Ópera Actual
Actores	El Croquis	La Página
Álbum, Letras - Artes	El ecologista	Papeles de la Fim
Archipiélago	El Extramundi y los papeles de Iria Flavia	Papers d'Art
Archivos de la Filmoteca	El Maquinista de la Generación	Pasajes
Aquitectura Viva	El Rapto de Europa	Política Exterior
Art Notes	Eñe, Revista para leer	Por la Danza
Artecontexto	Exit, imagen & cultura	Primer acto
Arte y Parte	Exit Express	Quimera
Arketypo	Exit Book	Quodlibet
Aula - Historia Social	Experimenta	Quórum
Av Monografías	El Viejo Topo	Reales Sitios
Av Proyectos	Fp Foreign Policy	Rec, Revista de Erudición y Crítica
L'Avenç	Golberg	Renacimiento
Ayer	Grial	Revista Cidob d'Afers Internacionals
Barcarola	Historia Social	Revista de Estudios Ortegúanos
Boletín de la Institución Libre de Enseñanza	Historia, Antropología y Fuentes Orales	Revista de Libros
Bonart	Ínsula	Revista de Occidente
Caleta	Intramuros	Revista Hispano Cubana
Campo de Agramante	Isidora, Revista de Estudios Galdosianos	RevistAtlática de poesía
Cd Compact	Lápiz	Ritmo
Clarín	Lars, cultura y ciudad	Scherzo
Claves de Razón Práctica	Leer	Sistema
Clij, Cuadernos de literatura Infantil y Juvenil	Letra Internacional	Telos
Comunicar	Letras Libres	Temas para el Debate
Cuadernos de Alzate	Libre Pensamiento	Trama & Texturas
Cuadernos de Jazz	Litoral	Turia
Cuadernos de la Academia	Madrid Histórico	Utopías/Nuestra Bandera
Cuadernos de Pensamiento Político	Más Jazz	Visual
Cuadernos Hispanoamericanos	Matador	Zut
Dcidob	Melómano	
Debats	Mientras Tanto	
Delibros	Minerva	
Dirigido por...	Le Monde Diplomatique	

