

Departamento Administrativo Nacional de Estadística



**Dirección de Regulación, Planeación,
Estandarización y Normalización
-DIRPEN-**

**Encuesta de Consumo Cultural 2008
Informe de resultados**

Marzo de 2009



**Informe de Resultados
Encuesta de Consumo Cultural 2008**

REPÚBLICA DE COLOMBIA

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

Director
Héctor Maldonado Gómez

Subdirector
Carlos Eduardo Sepúlveda Rico

Director de Regulación, Planeación, Estandarización y Normalización
DIRPEN
Javier Alberto Gutiérrez López

Coordinadora de Estudios Estadísticos
Amanda Lucía Soto Agudelo

Grupo Técnico de Trabajo

Alejandra María Muñoz Montoya
Juliana Hernández Salcedo
Wilintong Tunjano Huertas

Ruth Elizabeth Orjuela de Nensthiel
Liliana Molano Bautista
Hilda Esperanza Ortiz Benavides

CONTENIDO

TABLA DE GRÁFICOS	9
INTRODUCCIÓN	15
1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA POBLACIÓN	17
2. CONSIDERACIONES GENERALES	19
2.1 PRECISIONES ACERCA DE LAS CATEGORÍAS ASOCIADAS	19
2.2 ESTRUCTURA DEL INFORME DE RESULTADOS	23
2.3 SOBRE LOS DATOS POR REGIONES	24
3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA – POBLACIÓN DE 5 A 11 AÑOS	26
3.1 PRESENTACIONES Y ESPECTÁCULOS CULTURALES	26
3.1.1 Resultados generales	26
3.1.2 Otras actividades culturales	29
3.2 ESPACIOS CULTURALES	30
3.2.1 Bibliotecas	30
3.2.2 Otros espacios culturales	31
3.3 PUBLICACIONES	33
3.3.1 Libros	33
3.3.2 Revistas	34
3.3.3 Periódicos	36
3.4 AUDIOVISUALES	38
3.4.1 Cine	38
3.4.2 Videos	41
3.4.3 Videojuegos	44
3.4.4 Televisión, radio y música grabada	45
3.5 FORMACIÓN Y PRÁCTICA CULTURAL	48
3.6 TIEMPO LIBRE	51
4. RESULTADOS DE LA ENCUESTA – POBLACIÓN DE 12 AÑOS Y MÁS	54
4.1 PRESENTACIONES Y ESPECTÁCULOS CULTURALES	54
4.1.1 Resultados generales	54
4.1.2 Otras actividades culturales	57
4.2 ESPACIOS CULTURALES	58
4.2.1 Bibliotecas	58
4.2.2 Otros espacios culturales	64
4.3 PUBLICACIONES	66
4.3.1 Libros	66
4.3.2 Revistas	71
4.3.3 Periódicos	76
4.4 AUDIOVISUALES	81

4.4.1	Cine	81
4.4.2	Videos	86
4.4.3	Videojuegos	91
4.4.4	Televisión, radio y música grabada	93
4.5	FORMACIÓN Y PRÁCTICA CULTURAL	98
4.6	TIEMPO LIBRE	102
5.	CARACTERÍSTICAS DE LA ENCUESTA	104
6.	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	106
6.1	OBJETIVOS	106
6.2	ALCANCE TEMÁTICO Y PRINCIPALES INDICADORES	106
7.	RESEÑA DEL MARCO CONCEPTUAL	108
8.	INDICADORES DE CALIDAD DE LA ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL	111
8.1	INDICADOR DE COBERTURA	111
8.2	INDICADOR DE COMPLETEZ	114
8.3	INDICADOR DE OPORTUNIDAD	119

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1	
Colombia cabeceras municipales. Población estimada de 5 años y más, por sexo, según rangos de edad.	
2008	18
Cuadro 2	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 5 a 11 años que fueron a algún tipo de presentación y espectáculo cultural en los últimos 12 meses, por tipo de presentación, según sexo	
2008	26
Cuadro 3	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 5 a 11 años que fueron a cine en los últimos 12 meses, según sexo y regiones.	
2008	39
Cuadro 4	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 5 a 11 años que vieron videos en el último mes, según sexo y regiones.	
2008	42
Cuadro 5	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 5 a 11 años, por sexo, según práctica con videojuegos en el último mes.	
2008	45
Cuadro 6	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 5 a 11 años que vieron televisión, escucharon radio y música grabada en la última semana, según sexo y regiones.	
2008	46
Cuadro 7	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que fueron a algún tipo de presentación y espectáculo cultural en los últimos 12 meses, por tipo de presentación, según sexo	
2008	54
Cuadro 8	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que fueron a bibliotecas en los últimos 12 meses, según sexo, nivel educativo, actividad principal y regiones.	
2008	60
Cuadro 9	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que leyeron libros en los últimos 12 meses, según sexo, nivel educativo y regiones.	
2008	67
Cuadro 10	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que leyeron revistas en los últimos 12 meses, según sexo y nivel educativo	
2008	73
Cuadro 11	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que saben leer y	

escribir y que leyeron periódicos en el último mes, según sexo y nivel educativo. 2008	78
Cuadro 12	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que asistieron a cine en los últimos 12 meses, según sexo, nivel educativo, regiones y actividad principal. 2008	83
Cuadro 13	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que vieron videos en el último mes, según sexo y regiones. 2008	88
Cuadro 14	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más, por sexo, según práctica con videojuegos en el último mes. 2008	92
Cuadro 15	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más, por sexo, según consumo de televisión en la última semana. 2008	93
Cuadro 16	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más, por sexo, según escucha de radio en la última semana. 2008	93
Cuadro 17	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más, por sexo, según escucha de música grabada en la última semana. 2008	94
Cuadro 18	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que vieron televisión, escucharon radio y música grabada en la última semana, por tipo de audiovisual, según rangos de edad y regiones. 12 meses. 2008	95
Cuadro 19	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más, por sexo, según asistencia a cursos y talleres en áreas de lo cultural en los últimos 12 meses. 2008	98
Cuadro 20	
Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más, por sexo, según realización de prácticas culturales. 2008	100

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	
Estructura del informe de resultados	
2008	24
Tabla 2	
Clasificación de la NUTE.	
2008	25
Tabla 3	
Nomenclatura de la unidad territorial estadística por regiones para Colombia.	
2008	25
Tabla 4	
Porcentaje de NS / NR para las categorías de espacios culturales menos bibliotecas.	
2008	32
Tabla 5	
Validación de las horas invertidas para cada actividad cotidiana de lunes a viernes y de sábado a domingo.	
2008.	52
Tabla 6	
Porcentaje de NS / NR para las categorías de espacios culturales menos bibliotecas.	
2008	65
Tabla 7	
Cabeceras municipales. Resumen de cobertura para cada municipio y cobertura total de la encuesta de Consumo Cultural	
2008	112
Tabla 8	
Condiciones para calificar una encuesta como completa.	
2008	115
Tabla 9	
Resumen del indicador de encuestas completas.	
2008	117

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que fueron a presentaciones de teatro, danza y ópera en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia. 2008	27
Gráfico 2 Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que fueron a presentaciones de música en vivo en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia. 2008	28
Gráfico 3 Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que fueron a ferias y exposiciones artesanales en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia. 2008	28
Gráfico 4 Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 5 a 11 años, por actividad cultural realizada en los últimos 12 meses. 2008	29
Gráfico 5 Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que fueron a bibliotecas en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia. 2008	30
Gráfico 6 Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 5 a 11 años, por sexo, según asistencia a bibliotecas en los años 2007 y 2008. 2008	31
Gráfico 7 Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 5 a 11 años, por asistencia a espacios culturales en los últimos 12 meses. 2008	32
Gráfico 8 Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que leyeron libros en los últimos 12 meses, por frecuencia de lectura. 2008	33
Gráfico 9 Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 5 a 11 años, por sexo, según lectura de libros en los años 2007 y 2008. 2008	34
Gráfico 10 Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que leyeron revistas en los últimos 12 meses, por frecuencia de lectura. 2008	35
Gráfico 11 Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 5 a 11 años,	

por sexo, según lectura de revistas en los años 2007 y 2008.	
2008	36
Gráfico 12	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que leyeron periódicos en el último mes, por frecuencia de lectura.	
2008	37
Gráfico 13	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 5 a 11 años, por sexo, según lectura de periódicos en los años 2007 y 2008.	
2008	38
Gráfico 14	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 5 a 11 años que fueron a cine en los últimos 12 meses, por regiones	
2008	40
Gráfico 15	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años, por frecuencia de asistencia a cine en los últimos 12 meses.	
2008	41
Gráfico 16	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 5 a 11 años que vieron videos en el último mes, por regiones.	
2008	43
Gráfico 17	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años, por frecuencia de consumo de videos en el último mes.	
2008	43
Gráfico 18	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 5 a 11 años, por sexo, según consumo de videos en los años 2007 y 2008	
2008	44
Gráfico 19	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que vieron televisión en la última semana, por frecuencia	
2008	47
Gráfico 20	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que escucharon música grabada en la última semana, por frecuencia	
2008	47
Gráfico 21	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años, por sexo, según asistencia a talleres y cursos en los últimos 12 meses.	
2008	48
Gráfico 22	
Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 5 a 11 años que participaron en talleres o cursos en los últimos 12 meses, por área cultural.	
2008	49
Gráfico 23	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años, por	

sexo, según realización de alguna práctica cultural en los últimos 12 meses. 2008	50
Gráfico 24	
Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 5 a 11 años que realizaron algún tipo de práctica cultural en los últimos 12 meses, por área cultural 2008	51
Gráfico 25	
Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 5 a 11 años que invirtieron por lo menos una hora en tiempo libre de lunes a domingo en la última semana, por tipo de actividad realizada. 2008	53
Gráfico 26	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que fueron a presentaciones de teatro, danza, ópera en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia. 2008	56
Gráfico 27	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que fueron a presentaciones de música en vivo en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia. 2008	56
Gráfico 28	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que fueron a ferias y exposiciones artesanales en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia. 2008	57
Gráfico 29	
Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más, por actividad cultural realizada en los últimos 12 meses. 2008	58
Gráfico 30	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más, por sexo, según asistencia a bibliotecas en los últimos 12 meses. 2008	59
Gráfico 31	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que fueron bibliotecas en los últimos 12 meses, por regiones 2008	62
Gráfico 32	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que fueron bibliotecas en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia. 2008	62
Gráfico 33	
Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que no fueron a bibliotecas en los últimos 12 meses, por razones de no asistencia. 2008	63
Gráfico 34	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y	

más, por sexo, según asistencia a bibliotecas en los años 2007 y 2008.	
2008	64
Gráfico 35	
Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más, por asistencia a espacios culturales en los últimos 12 meses.	
2008	65
Gráfico 36	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir, por sexo, según lectura de libros en los últimos 12 meses.	
2008	66
Gráfico 37	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que leyeron libros en los últimos 12 meses, por frecuencia de lectura.	
2008	69
Gráfico 38	
Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que saben leer y escribir que no leyeron libros en los últimos 12 meses, por razones de no lectura.	
2008	70
Gráfico 39	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir, por sexo, según lectura de libros en los años 2007 y 2008.	
2008	71
Gráfico 40	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir, por sexo, según lectura de revistas en los últimos 12 meses.	
2008	72
Gráfico 41	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que leyeron revistas en los últimos 12 meses, por regiones	
2008	74
Gráfico 42	
Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que saben leer y escribir y leyeron revistas en los últimos 12 meses, por frecuencia de lectura	
2008	74
Gráfico 43	
Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que no leyeron revistas en los últimos 12 meses, por razones de no lectura.	
2008	75
Gráfico 44	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir, por sexo, según lectura de revistas en los años 2007 y 2008.	
2008	76
Gráfico 45	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y	

más que saben leer y escribir, por sexo, según lectura de periódicos en el último mes. 2008	77
Gráfico 46	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que leyeron periódicos en el último mes, por regiones 2008	79
Gráfico 47	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que leyeron periódicos en el último mes, por frecuencia de lectura. 2008	80
Gráfico 48	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir, por sexo, según lectura de periódicos en los años 2007 y 2008. 2008	81
Gráfico 49	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más, por sexo, según asistencia a cine en los últimos 12 meses. 2008	82
Gráfico 50	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más, por frecuencia de asistencia a cine en los últimos 12 meses. 2008	85
Gráfico 51	
Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que no fueron a cine en los últimos 12 meses, por razones de no asistencia. 2008	86
Gráfico 52	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más, por sexo, según consumo de videos en el último mes. 2008	87
Gráfico 53	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que vieron videos en el último mes, por regiones 2008	89
Gráfico 54	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que vieron videos en el último mes, por frecuencia de consumo 2008	90
Gráfico 55	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más, por sexo, según consumo de videos en los años 2007 y 2008. 2008	91
Gráfico 56	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que practicaron con videojuegos en el último mes, por frecuencia en su práctica. 2008	92

Gráfico 57	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que vieron televisión la última semana, por frecuencia de consumo.	
2008	96
Gráfico 58	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que escucharon radio en la última semana, por frecuencia de consumo.	
2008	97
Gráfico 59	
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que escucharon música grabada en la última semana, por frecuencia de consumo.	
2008	97
Gráfico 60	
Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que participaron en talleres o cursos en los últimos 12 meses, por área cultural.	
2008	99
Gráfico 61	
Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que realizaron algún tipo de práctica cultural en los últimos 12 meses, por área cultural.	
2008	101
Gráfico 62	
Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que invirtieron por lo menos una hora en tiempo libre de lunes a domingo en la última semana, por tipo de actividad realizada.	
2008	102
Gráfico 63	
Colombia cabeceras municipales. Promedio de horas invertidas en tiempo libre de lunes a domingo por la población de 5 años y más por rangos de edad	
2008	103
Gráfico 64	
Módulos de la Encuesta de Consumo Cultural	
2008	105

INTRODUCCIÓN

Con la promulgación de la Constitución de 1991, el Estado colombiano integra entre sus principales deberes el reconocimiento y la protección de la diversidad étnica y cultural de la nación, paso importante en la visibilización de una compleja y rica gama de expresiones, prácticas, manifestaciones y grupos culturales que coexisten, surgen, se nutren y valen de otros, como parte de la dinámica propia de la sociedad colombiana.

En este panorama han surgido múltiples preguntas sobre cómo se presentan estos procesos culturales, qué cambios han tenido a través de la historia y, en ellos, cómo las políticas públicas y las diferentes institucionalidades que las abordan han influido. Así mismo, cómo los hábitos y los comportamientos de los ciudadanos se han transformado, qué del antes se mantiene y cómo el ahora los atraviesa con nuevas posibilidades y tendencias.

Estos cuestionamientos apuntan a entender con una mayor claridad y certeza, cuáles son los caminos y acciones que la sociedad colombiana toma en su quehacer y cómo pueden leerse en el ámbito público. Y en ello el DANE asume una labor crucial: integrar en su trabajo investigativo nuevas líneas temáticas que den cuenta de estos fenómenos sociales, para ofrecer a la comunidad en general -y en especial a las entidades públicas- información estratégica estadística que sirva de herramienta para la toma de decisiones en el país.

En consonancia con lo anterior, el DANE ha trabajado, en el marco del Sistema Estadístico Nacional, en varios desarrollos a fin de establecer puntos de referencia sobre el complejo conjunto de actividades y prácticas asociadas a lo cultural.

Entre esos desarrollos se encuentran la Cuenta Satélite de Cultura (adscrita a Cuentas Nacionales del DANE), en la cual se calcula la producción y el valor agregado de la actividad cultural del país; el módulo de televisión que se realiza en el marco de la encuesta de hogares en convenio con la Comisión Nacional de Televisión, ejercicio que permite profundizar en los hábitos televisivos de la población; el módulo de hábitos de lectura y asistencia a bibliotecas, operación estadística que permite conocer los

comportamientos asociados al uso de publicaciones como libros y revistas, y el cual ha sido desarrollado en convenio con varias entidades del sector cultural; y el módulo de gastos en actividades y bienes ofrecidos por el sector cultural en la Encuesta de Ingresos y Gastos que realiza el DANE.

A estas investigaciones se suma hoy la encuesta de Consumo Cultural, que en su segundo año, entrega importantes resultados sobre el uso y acceso que tiene la población residente en Colombia a bienes, servicios y espacios ofertados por el sector cultural. En este informe se encuentran los principales resultados que arrojó la encuesta aplicada durante el segundo semestre del 2008 a personas de 5 años y más en 68 municipios de 26 departamentos del país¹.

1 En el caso de citar este documento, favor tener en cuenta la siguiente estructura:
COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Encuesta de Consumo Cultural: informe de resultados. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2009. No. de Pág.

1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA POBLACIÓN

Los resultados que se exponen a continuación son el producto de la aplicación de la Encuesta de Consumo Cultural entre los meses de agosto y noviembre del año 2008. Dado que fue una encuesta que se realizó a los hogares, se tuvo en cuenta la clasificación de la población objetivo de acuerdo con el tamaño del formulario, tal y como se presenta a continuación, así:

- **Población de 5 a 11 años:** en este grupo se encuentran los menores de edad entre los 5 y 11 años que dada su proximidad en edad, pueden tener comportamientos afines y prácticas culturales más semejantes en lo que respecta al consumo cultural y al uso del tiempo libre. En este caso, se utilizó un cuestionario con un menor número de preguntas, para obtener indicadores generales como el uso/asistencia y frecuencia de dichas prácticas por parte de los niños y las niñas entre los 5 y 11 años de edad.
- **Población de 12 años y más:** está constituida por los demás habitantes que también son parte de la población objetivo de la encuesta. A este grupo se le aplicó un formulario con 84 preguntas referentes a prácticas culturales relacionadas con el uso de bienes y servicios y la asistencia a espacios, presentaciones y espectáculos ofrecidos por el sector cultural, así como aquellas relacionadas con la inversión de tiempo y actividades realizadas en el marco del tiempo libre.

En el siguiente cuadro se presenta la población estimada de 5 años y más por sexo según rangos de edad de las cabeceras municipales de Colombia:

Cuadro 1

Colombia cabeceras municipales. Población estimada de 5 años y más, por sexo, según rangos de edad.

2008

Rangos de edad	Total		Hombre		Mujer	
	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %
Total	30.396.858	100,00	13.975.663	45,98	16.421.195	54,02
c.v.e.%	0,47	0,00	0,77	0,68	0,80	0,58
5 a 11 años	4.046.490	13,31	2.061.023	6,78	1.985.467	6,53
c.v.e.%	1,79	1,68	1,87	1,78	3,05	2,96
12 a 25 años	8.250.098	27,14	3.874.577	12,75	4.375.521	14,39
c.v.e.%	1,10	1,03	1,77	1,78	1,40	1,28
26 a 40 años	7.461.428	24,55	3.324.738	10,94	4.136.690	13,61
c.v.e.%	1,28	1,16	1,71	1,63	1,87	1,78
41 a 64 años	8.195.376	26,96	3.675.502	12,09	4.519.874	14,87
c.v.e.%	1,15	1,09	1,68	1,68	1,64	1,56
65 años y más	2.443.467	8,04	1.039.823	3,42	1.403.643	4,62
c.v.e.%	1,78	1,72	2,69	2,60	2,22	2,21

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

2. CONSIDERACIONES GENERALES

2.1 PRECISIONES ACERCA DE LAS CATEGORÍAS ASOCIADAS

En el presente documento aparecen una serie de áreas y categorías que expresan el consumo de bienes, servicios y espacios ofertados y dispuestos por el sector cultural. Su significado y alcance se detallan en este capítulo.

Presentaciones y espectáculos culturales

Contiene las preguntas relacionadas con la asistencia, la frecuencia de dicha participación, las razones que tienen las personas para no asistir a presentaciones y espectáculos culturales, así como el gasto que realizan en entradas. En este caso se indaga por:

Teatro, danza y ópera: se incluyen en esta categoría el teatro de sala, teatro callejero, danza moderna y contemporánea, ópera tanto en espacios abiertos como cerrados.

Conciertos y recitales de música en vivo en espacios abiertos y cerrados: en la encuesta de Consumo Cultural se abordan como aquellos espectáculos que exponen en directo una propuesta o producto musical ante un público que está en un espacio y que implica desplazamiento para escucharlo, como los conciertos o recitales de solistas, dúos, tríos, grupos, bandas, coros, tunas, orquestas, filarmónicas, sinfónicas, DJ's, incluyendo todas las posibilidades acústicas, instrumentales y electrónicas².

Ferias y exposiciones artesanales: hacen referencia a aquellas muestras que se hacen en el país para exponer productos de cestería, orfebrería (trabajo de metales preciosos), platería, tapicería, joyería, ebanistería, tejidos, marroquinería (cueros), alfarería, vitrales, metalurgia entre otros.

² No se incluyen las serenatas ni las presentaciones que hacen las personas en los buses y otros transportes de servicio público como medio de supervivencia. Tampoco están vinculadas las actividades con amigos, en las cuales alguno o varios amenizan un encuentro con el uso de algunos instrumentos (en casas, reuniones familiares).

Actividades culturales: en este aparte se indaga por la asistencia de la población a otro tipo de actividades culturales diferentes a las anteriormente planteadas. Algunas de ellas son consideradas parte del patrimonio cultural inmaterial de la nación dado su sentido, carácter colectivo, riqueza simbólica y referencia cultural.

Espacios culturales

Indaga por el uso que hacen las personas de 5 años y más de la infraestructura cultural que funciona en diferentes municipios del país. Para el caso se habla de uso de un espacio cuando se visita, es decir, cuando se accede a algún tipo de bien o servicio cultural que en él se ofrece. Se abordan en esta encuesta:

Bibliotecas: en la encuesta de Consumo Cultural se explora la asistencia a estos espacios, la frecuencia con la cual se realiza esta actividad, el tipo de biblioteca a la cual las personas asisten.

Casas de la cultura: son escenarios ubicados en los municipios que tienen por objeto dinamizar prácticas artísticas y culturales entre sus habitantes a través de la promoción de la educación artística no formal, así como de la difusión, proyección y fomento de las políticas y programas culturales en el ámbito local, municipal, distrital, departamental, regional y nacional, como lo contempla el marco legal colombiano..

Centros culturales: son espacios cuya actividad principal es la presentación en vivo de diversos espectáculos culturales y artísticos, así como de la promoción y difusión de diferentes propuestas culturales y artísticas.

Museos: son espacios públicos o privados, sin fines de lucro, que tienen como propósito adquirir, investigar, difundir y exhibir diversas colecciones de objetos y bienes de interés artístico, científico, histórico o cultural para el deleite y educación de las personas.

Galerías de arte y salas de exposiciones: son lugares destinados a la exhibición y/o venta de obras de arte, especialmente plásticas y visuales.

Sitios históricos y arqueológicos: son lugares de carácter nacional o local reconocidos por los acontecimientos históricos que allí tuvieron lugar, los bienes históricos o patrimoniales que en ellos se encuentran o las características que los hacen únicos e irrepetibles.

Publicaciones

Estudia el uso, frecuencia de lectura, tipos y géneros, así como por el acceso que tienen las personas a este tipo de bienes culturales en versiones tanto impresas como digitales. Es importante aclarar que para la población de 12 años y más que no sabe leer y escribir, este módulo no se aplica. Este requerimiento para los niños y las niñas entre los 5 y 11 años no se aplica.

Libros: se consideran como libros los textos escolares y complementarios del proceso curricular, así como las guías y manuales propios del ejercicio laboral. De acuerdo con el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y El Caribe –Cerlalc-, se considera que la persona lee un libro completo cuando ha leído la mitad o más de su contenido.

Revistas: en esta operación estadística se explora la lectura de este tipo de publicaciones sea en formato impreso o digital, los géneros y temas que permiten hacer perfiles y tendencias.

Periódicos: la encuesta vincula los periódicos que circulan en diversos ámbitos (local, regional, nacional e internacional), tanto impresos como digitales.

Audiovisuales

Bajo esta categoría están incluidos el cine, la radio, la televisión, los videos, la música grabada y los videojuegos. Es importante anotar que los tiempos de referencia de las prácticas cambian entre uno y otro en consonancia con los hábitos y tendencias asociadas.

Cine: se miden en esta categoría todas las proyecciones de cine (o de películas sobre una pantalla de proyección) públicas o privadas realizadas en espacios abiertos o cerrados a las que asistió la persona encuestada durante el período señalado. En todos los casos,

esta práctica implica un desplazamiento para observar un producto cinematográfico en un sitio acondicionado para ello.

Videos: se indaga por los videos de soporte análogo como digital, es decir, los que pueden verse en reproductores caseros de música, reproductores de música de automóvil, Internet, celular, IPOD, Wii, X-Box, Play Station, DVD, MP3, MP4.

Videojuegos: son programas de computadora que recrean entornos, situaciones y personajes virtuales dando la posibilidad a los jugadores de controlarlos y de sentirse parte de la acción. Entre ellos están los juegos para computadoras, celulares o videoconsolas (Super Nintendo, Wii, PlayStation 1, PlayStation 2, PlayStation 3, Xbox 360, Xbox, Sega, Game Cube, etc.), o portátiles (Gameboy, Nintendo DS, Play Station Portable).

Música grabada: aquella que se almacena, reproduce y circula por medio de dispositivos tecnológicos (CD's, acetatos, cassettes, IPOD, MP3, entre otros). No se integran en esta categoría las presentaciones de música en vivo, así como aquella música que se escucha por otros medios como la televisión o la radio.

Formación y práctica cultural

Tiene como propósito conocer las preferencias de las personas relacionadas con el acceso a ofertas educativas culturales y artísticas informales, así como con la realización de una práctica cultural en áreas culturales específicas.

Formación: los cursos y talleres, de acuerdo con la Ley General de Educación, integran la categoría educación informal. Por definición no conducen a la obtención de un título, sino que sirven para desarrollar un saber o una técnica específica o para complementar los conocimientos de un campo determinado. Estos cursos o talleres pueden ser impartidos por cualquier persona o institución, sin necesidad de un aval de alguna autoridad educativa. En tal sentido, no deben confundirse con la educación formal, que está destinada a la obtención de títulos (técnicos, tecnológicos, universitarios, entre otros) o la no formal (diplomados, por ejemplo).

Tiempo libre

En esta categoría se incluyen aquellas actividades, tanto individuales como colectivas, que expresan una forma de vida cotidiana y una manera específica de organizar el tiempo que resta de las actividades consideradas como obligatorias. Se considera que este tiempo es usado para el descanso, el ocio, el entretenimiento y la producción de placer.

Para conocer un marco general de inversión sobre el tiempo libre, la encuesta indaga por el tiempo invertido por las personas en diferentes actividades cotidianas de lunes a viernes y de sábado a domingo, para establecer a partir de este marco, el tiempo libre y el tipo de acciones realizadas en él, así como el peso que las personas le dan a cada actividad. Se consideran como actividades adscritas al tiempo libre que difiere de aquel obligatorio las siguientes:

- 1) Deporte (práctica formal)
- 2) Recreación (actividades de juego de salón o de calle)
- 3) Actividad física (salir a trotar, caminar)
- 4) Presentaciones y espacios culturales
- 5) Audiovisuales y medios de comunicación
- 6) Lectura
- 7) Ocio pasivo (estar sentado, meditar, reflexionar, tomar el sol)
- 8) Vida social y diversión
- 9) Aficiones y juegos
- 10) Actividades participativas (participar en acciones colectivas y organizativas)
- 11) Viajes (descanso y recreo)

2.2 ESTRUCTURA DEL INFORME DE RESULTADOS

En el presente documento se encuentran los principales resultados de la encuesta por grupos etáreos y teniendo en cuenta la estructura de la tabla 1:

Tabla 1

Estructura del informe de resultados

2008

Estructura de los resultados presentados	
Módulos	Categorías analizadas
Módulo de presentaciones y espectáculos culturales	Teatro, danza y ópera Conciertos y recitales de música en vivo Ferias y exposiciones artesanales Otras actividades culturales
Espacios culturales	Bibliotecas Otros espacios culturales
Publicaciones	Libros Revistas Periódicos
Audiovisuales	Cine Videos Videojuegos Televisión, radio y música grabada
Formación y práctica cultural	Formación Práctica cultural
Tiempo Libre	Lunes a viernes Sábado a domingo

Fuente: Dane – Encuesta Consumo Cultural 2008

2.3 SOBRE LOS DATOS POR REGIONES³

El presente informe de resultados integra información estadística desagregada por regiones, con el propósito de entregar un mayor cúmulo de datos para el análisis y exploración de los usuarios. En este caso, esta clasificación hace parte del esfuerzo que realizan a través de la Comunidad Andina de Naciones –CAN-, los institutos de estadística de los países miembros para generar y agregar estadísticas y facilitar el estudio espacial de las mismas bajo una norma técnica comparable y aplicable a todos.

Para Colombia la NUTE (Nomenclatura de la Unidad Territorial Estadística) permite hasta 5 niveles de desagregación, clasificación que se retoma en la encuesta de Consumo Cultural para lograr datos por 7 regiones, así: Bogotá, Atlántica, Pacífica, Andina Norte, Amazonia, Andina Sur y Orinoquia. En las tablas 2 y 3 se describe la nomenclatura para Colombia y para cada región, así como los departamentos que la integran:

³ Disponible en: <http://secgen.comunidadandina.org/sima/nomen5.htm>

Tabla 2
Clasificación de la NUTE.
2008

NUTE	Nombre de la NUTE
0	País
1	Regiones
2	Departamentos
3	Agrupaciones
4	Municipios

Fuente: Comunidad Andina de Naciones

Tabla 3
Nomenclatura de la unidad territorial estadística por regiones para Colombia.
2008

Nomenclatura para Colombia		
Código	NUTE 1	NUTE 2
201	Bogotá	Bogotá D.C.
202	Atlántica	Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre y el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina
203	Pacífica	Cauca, Chocó, Nariño y Valle del Cauca
204	Amazonía	Caquetá, Putumayo, Amazonas, Guainía, Guaviare y Vaupés
205	Andina Norte	Antioquia, Norte de Santander y Santander
206	Andina Sur	Boyacá, Caldas, Cundinamarca, Huila, Quindío, Risaralda y Tolima
207	Orinoquia	Meta, Arauca, Casanare y Vichada

Fuente: DANE

3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA – POBLACIÓN DE 5 A 11 AÑOS

3.1 PRESENTACIONES Y ESPECTÁCULOS CULTURALES

3.1.1 Resultados generales

Del 100% de los niños y las niñas entre los 5 y 11 años, el 24,04% asistió a ferias y exposiciones artesanales en los últimos 12 meses, el 24,02% a presentaciones de teatro, danza y ópera y sólo el 12,57% a conciertos y recitales de música en vivo. En cuanto a la participación por sexo, las niñas tuvieron un mayor porcentaje de asistencia que los niños en las presentaciones culturales estudiadas de acuerdo con los datos del cuadro 2.

Cuadro 2

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 5 a 11 años que fueron a algún tipo de presentación y espectáculo cultural en los últimos 12 meses, por tipo de presentación, según sexo

2008

Asistencia a espectáculos y presentaciones culturales	Teatro, danza y ópera		Conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios cerrados y abiertos		Ferias y exposiciones artesanales	
	Total	Proporción %	Total	Proporción %	Total	Proporción %
Total población entre 5 y 11 años	4.046.490	100,00	4.046.490	100,00	4.046.490	100,00
c.v.e.%	0,88	0,00	0,88	0,00	0,88	0,00
Total	971.828	24,02	508.657	12,57	972.576	24,04
c.v.e.%	5,81	5,71	9,19	9,26	5,14	5,12
Hombre	444.876	10,99	229.666	5,68	469.106	11,59
c.v.e.%	9,45	9,44	13,62	13,70	8,14	8,14
Mujer	526.952	13,02	278.991	6,89	503.470	12,44
c.v.e.%	9,28	9,17	13,40	13,70	8,04	8,01

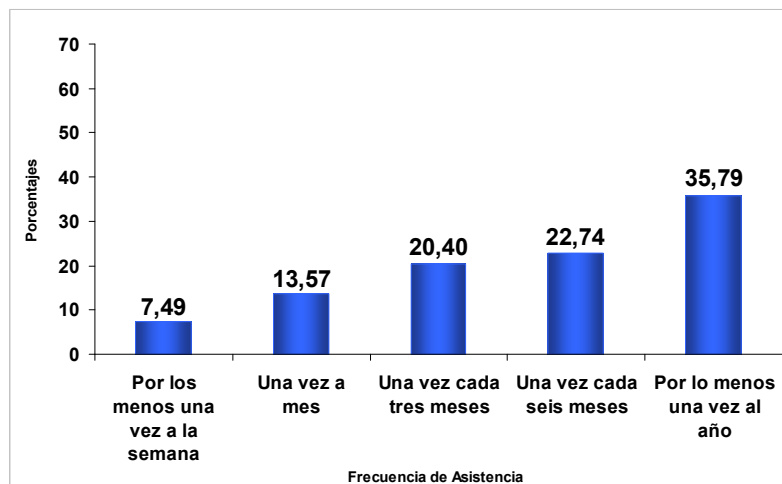
Fuente: Dane – Encuesta Consumo Cultural 2008

Según el gráfico 1 del total de niños y niñas que fueron a teatro, danza y ópera (24,02%), el 35,79% asistió por lo menos una vez al año, el 22,74% lo hizo una vez cada seis meses y el 20,40% presenció este tipo de presentaciones una vez cada tres meses en el último año; mientras que el 7,49% de los menores de edad entre los 5 y 11 años fue a estas puestas en escena por lo menos una vez a la semana. En el caso de las presentaciones de música en vivo que presenta el gráfico 2, del 100% de los menores de edad entre los 5 y 11 años que participó en ellos (12,57%), el 45,05% lo hizo por lo menos una vez al año, el 23,73% asistió una vez cada seis meses, mientras que el 17,88% acudió una vez cada tres meses y el 9,60% lo hizo una vez al mes. Respecto a las ferias y exposiciones artesanales (gráfico 3), del 100% de niños y niñas que dieron respuesta afirmativa (24,04%) sobre su asistencia a ferias y exposiciones artesanales en los últimos 12 meses, el 54,76% fue por lo menos una vez al año, el 28,71% una vez cada seis meses y el 10,81% una vez cada tres meses. El 1,18% participó en estas ferias y exposiciones por lo menos una vez a la semana.

Gráfico 1.

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que fueron a presentaciones de teatro, danza y ópera en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia.

2008

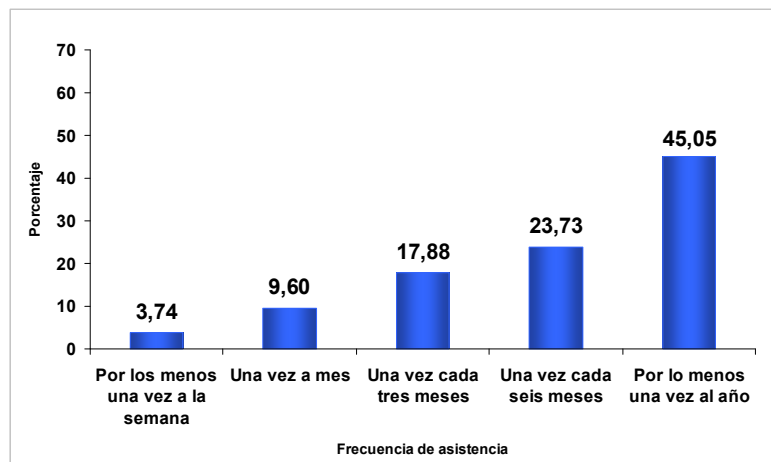


Fuente: Dane – Encuesta Consumo Cultural 2008

Gráfico 2

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que fueron a presentaciones de música en vivo en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia.

2008

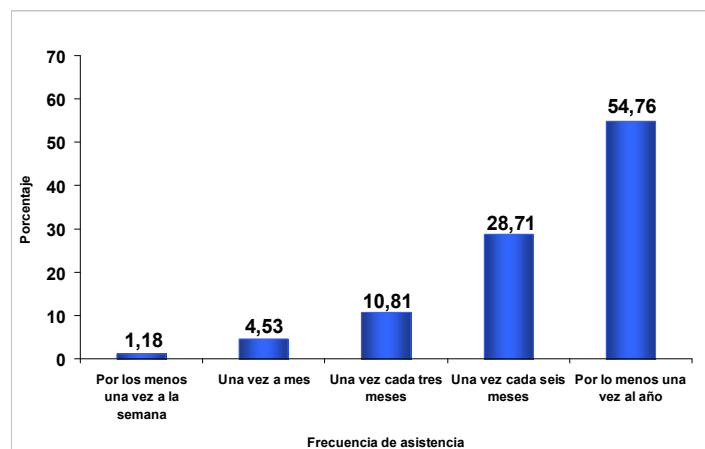


Fuente: Dane – Encuesta Consumo Cultural 2008

Gráfico 3

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que fueron a ferias y exposiciones artesanales en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia.

2008



Fuente: Dane – Encuesta Consumo Cultural 2008

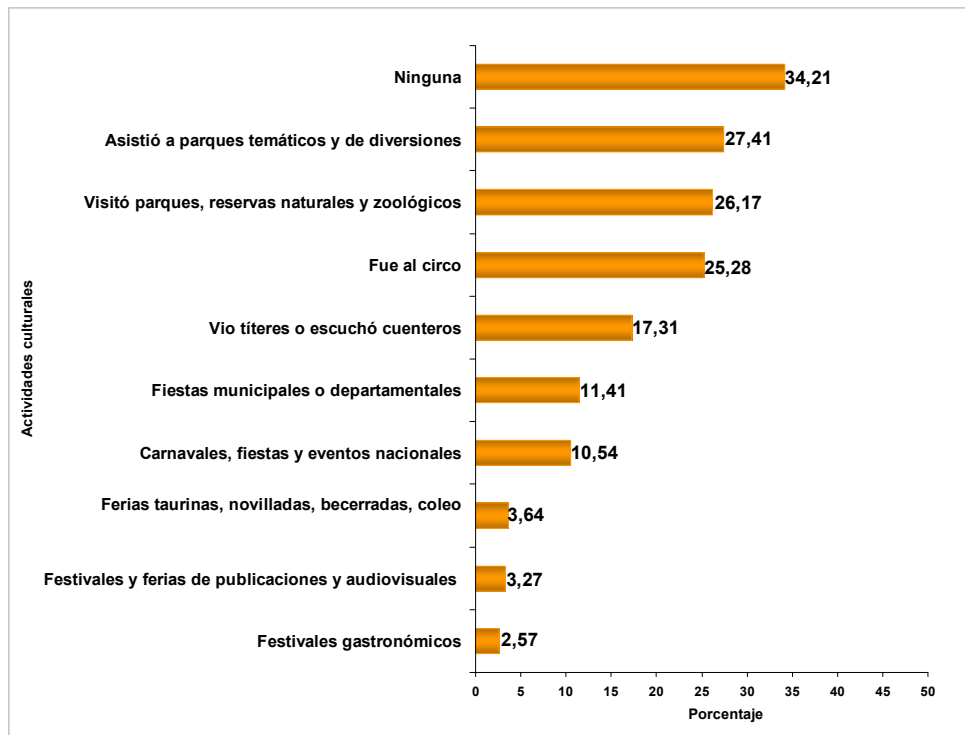
3.1.2 Otras actividades culturales

Para el caso de los menores de edad entre los 5 y 11 años, el tipo de actividad cultural con un porcentaje mayor de asistencia en los últimos 12 meses (gráfico 4), fue la visita a parques temáticos y de diversiones con un 27,41%, seguida por la asistencia a parques, reservas naturales y zoológicos con el 26,17%. El porcentaje de niños y niñas entre los 5 y 11 años que participaron como espectadores en actos circenses fue del 25,28% y en presentaciones de títeres y cuenteros fue del 17,31%. Es importante destacar que el 34,21% de los menores de edad entre los 5 y 11 años no asistió a ninguna de las actividades culturales.

Gráfico 4

Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 5 a 11 años, por actividad cultural realizada en los últimos 12 meses.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008⁴

⁴ Los resultados que aquí se presentan provienen de respuestas múltiples.

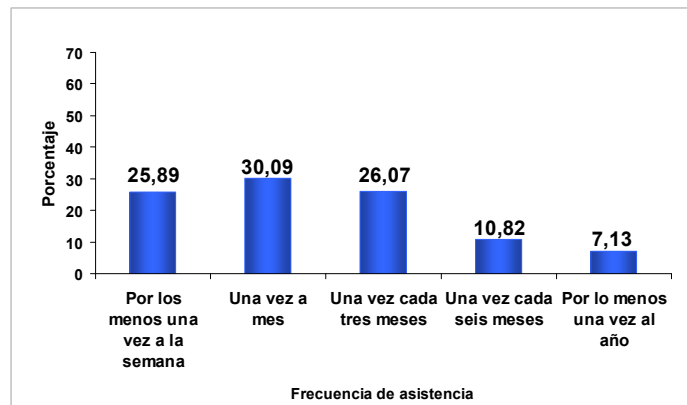
3.2 ESPACIOS CULTURALES

3.2.1 Bibliotecas

De acuerdo con los resultados de la encuesta, el 52,56% de los menores entre los 5 y los 11 años visitó alguna biblioteca en los últimos 12 meses, mientras que el 47,38% no lo hizo. Del 100% de los niños y niñas que asistieron a estos espacios (52,56%), el 30,09% fue por lo menos una vez al mes, el 26,07% visitó estos espacios una vez cada tres meses y el 25,89% asistió por lo menos una vez a la semana como lo expone el gráfico 5:

Gráfico 5

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que fueron a bibliotecas en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia. 2008



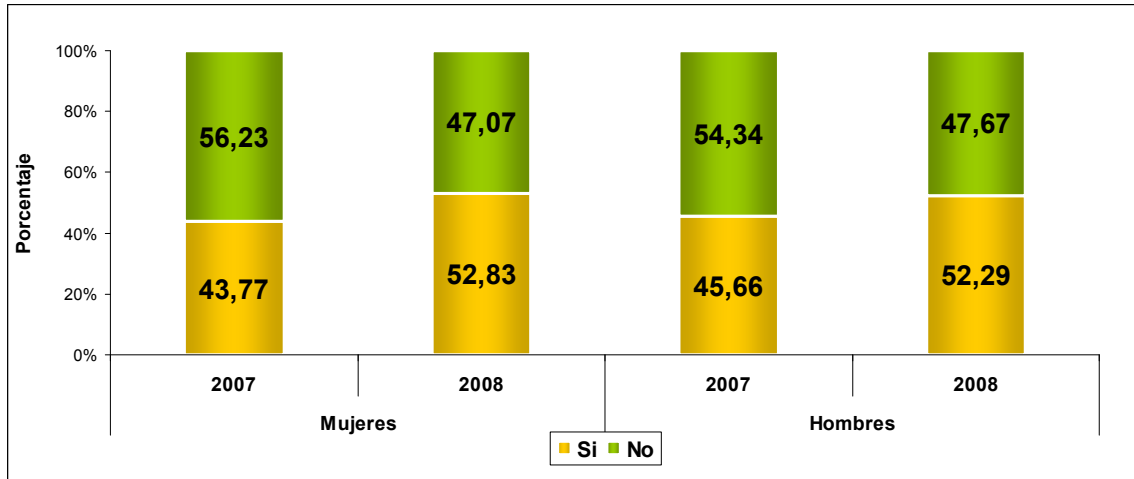
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Comparando los datos obtenidos durante los años 2007 y 2008 (gráfico 6) en el caso de las niñas el porcentaje pasó de 43,77% (2007) a 52,83% (2008); en los niños cambió del 45,66% (2007) al 52,29% (2008).

Gráfico 6

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 5 a 11 años, por sexo, según asistencia a bibliotecas en los años 2007 y 2008.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

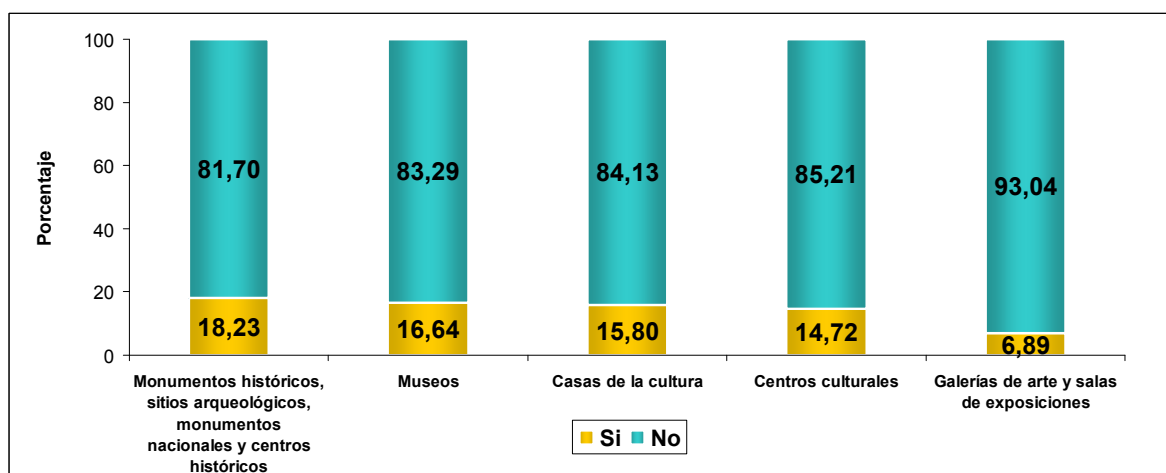
3.2.2 Otros espacios culturales

La encuesta indagó a los menores de edad entre los 5 y 11 años sobre su nivel de asistencia a espacios culturales en los últimos 12 meses. El gráfico 7 expone el porcentaje de personas que visitaron y aquellos que no asistieron a este tipo de escenarios culturales. Se destaca en este caso la asistencia a monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos con un 18,23%, seguido por los museos con un 16,64%, las casas de la cultura con el 15,80% y los centros culturales con un 14,72%.

Gráfico 7

Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 5 a 11 años, por asistencia a espacios culturales en los últimos 12 meses.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Nota: en este caso no se integró en el gráfico el NS / NR (no sabe, no responde), dado que es un valor entre 0 y 1 que no tiene relevancia para la construcción del gráfico. Para validar las sumas de cada dato, tener en cuenta la tabla 4:

Tabla 4

Porcentaje de NS / NR para las categorías de espacios culturales menos bibliotecas.

2008

Espacio cultural	NS / NR %
Casas de la cultura	0,07
Centros culturales	0,07
Museos	0,07
Galerías de arte y salas de exposiciones	0,07
Monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos	0,07

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

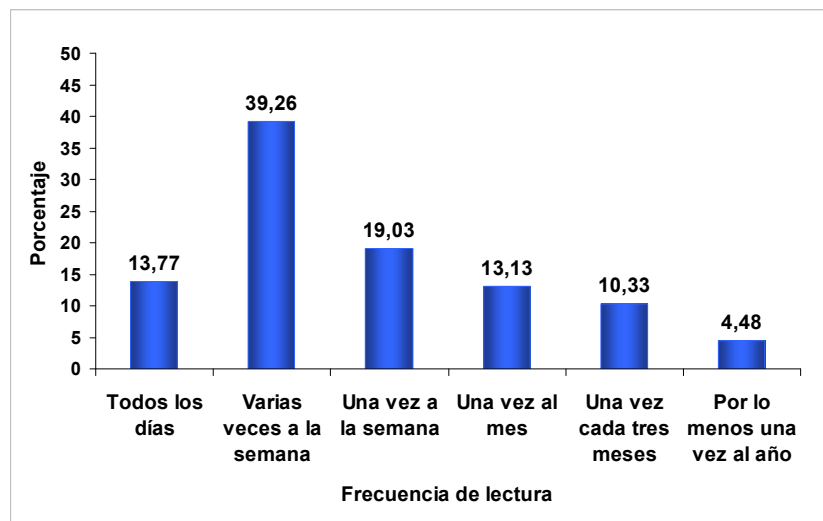
3.3 PUBLICACIONES

3.3.1 Libros

Del 100% de los menores de edad entre los 5 y 11 años, el 57,07% leyó libros durante los últimos 12 meses, mientras que el 42,93% no leyó este tipo de publicación. De acuerdo con el gráfico 8, se destaca que el 39,26% de los niños y las niñas leyó libros varias veces a la semana, el 19,03% lo hizo una vez a la semana y el 13,77% reportó que todos los días leía libros.

Gráfico 8

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que leyeron libros en los últimos 12 meses, por frecuencia de lectura. 2008



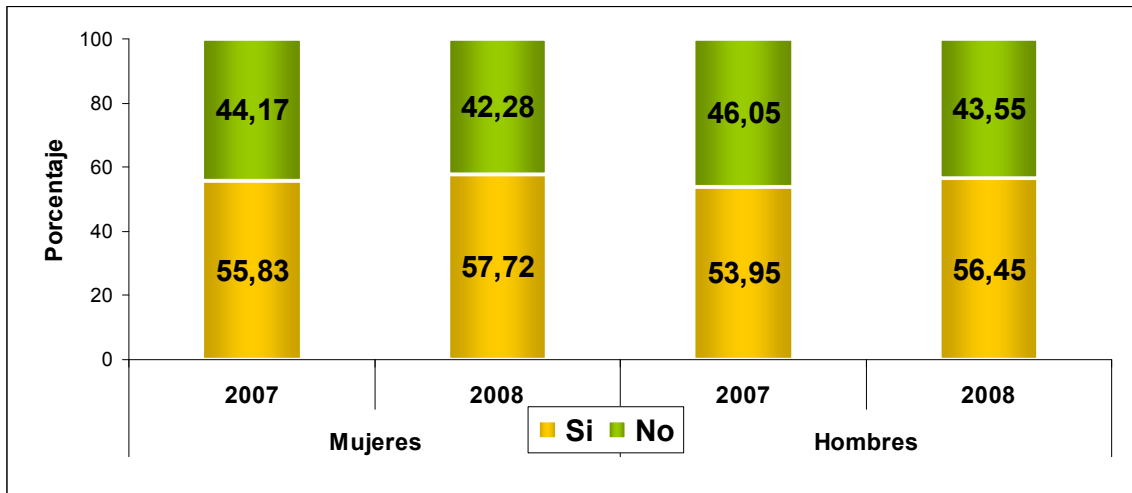
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Considerando el gráfico 9, la lectura de libros por parte de los menores de edad entre los 5 y 11 años cambió entre los años 2007 y 2008. Los datos de las niñas pasaron de un 55,83% (2007) a un 57,72% (2008). En el caso de los niños, la lectura de este tipo de publicación pasó de 53,95% (2007) a 56,45% (2008).

Gráfico 9

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 5 a 11 años, por sexo, según lectura de libros en los años 2007 y 2008.

2008



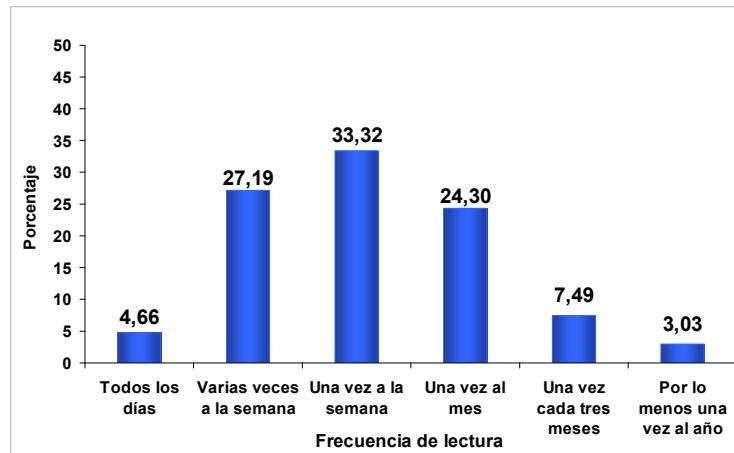
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

3.3.2 Revistas

De acuerdo con los resultados de la población de 5 a 11 años, el 76,91% de los niños y niñas no leyeron revistas durante los últimos 12 meses, mientras que el 23,09% de ellos sí lo hizo. En cuanto a la frecuencia de lectura, el 33,32% de los menores de edad entre los 5 y 11 años que leyeron revistas lo hicieron una vez a la semana, el 27,19% de los niños y niñas lo hizo varias veces a la semana y un 24,30% ejecutó esta práctica una vez al mes (gráfico 10).

Gráfico 10

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que leyeron revistas en los últimos 12 meses, por frecuencia de lectura. 2008



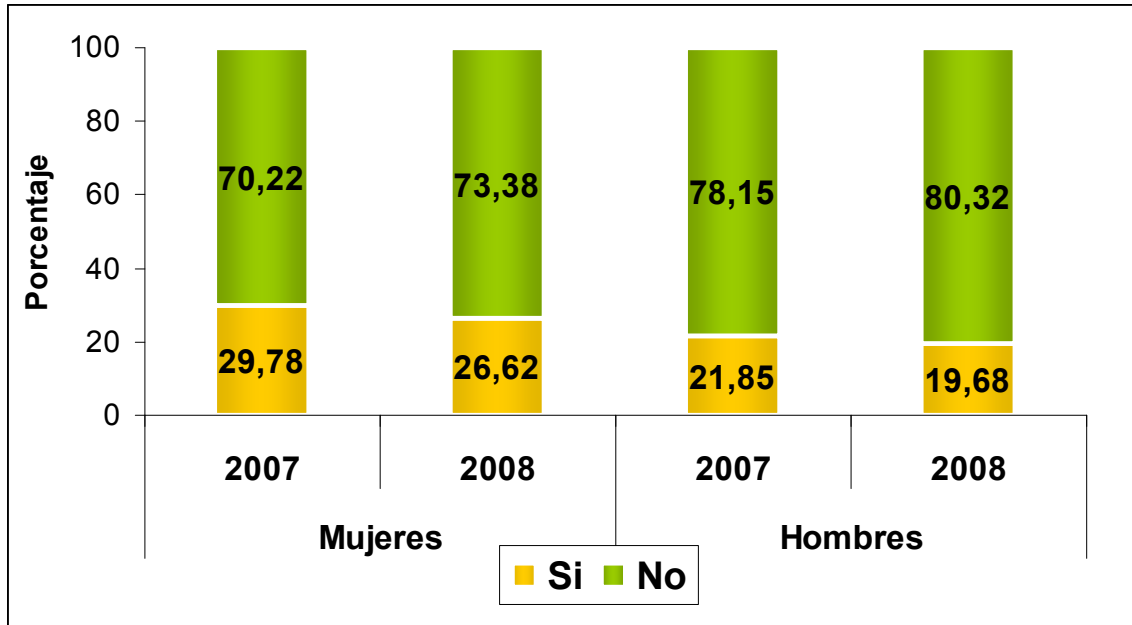
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Al exponer la lectura de este bien entre el año 2007 y 2008 se distinguen algunos cambios en el gráfico 11. El 29,78% de las niñas leyó revistas en el 2007, mientras que en el 2008 fue el 26,62%. Respecto a los niños, el porcentaje pasó del 21,85% (2007) al 19,68% (2008).

Gráfico 11

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 5 a 11 años, por sexo, según lectura de revistas en los años 2007 y 2008.

2008



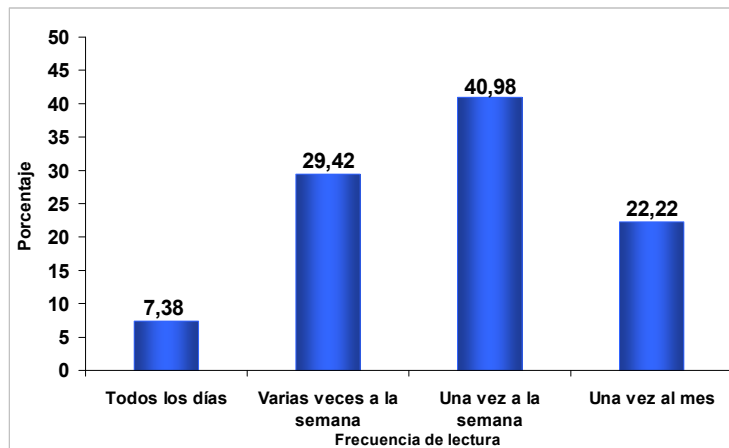
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

3.3.3 Periódicos

De la población de 5 a 11 años, el 16,58% afirmó haber leído periódicos en el último mes, mientras que el 83,42% no leyó este tipo de publicaciones en el mismo periodo de referencia. Con relación a la frecuencia de lectura, el 40,98% de los menores de edad entre los 5 y 11 años expresó leer periódicos una vez a la semana, el 29,42% manifestó que lo hacía varias veces a la semana y el 22,22% dijo hacerlo una vez al mes (gráfico 12).

Gráfico 12

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que leyeron periódicos en el último mes, por frecuencia de lectura. 2008



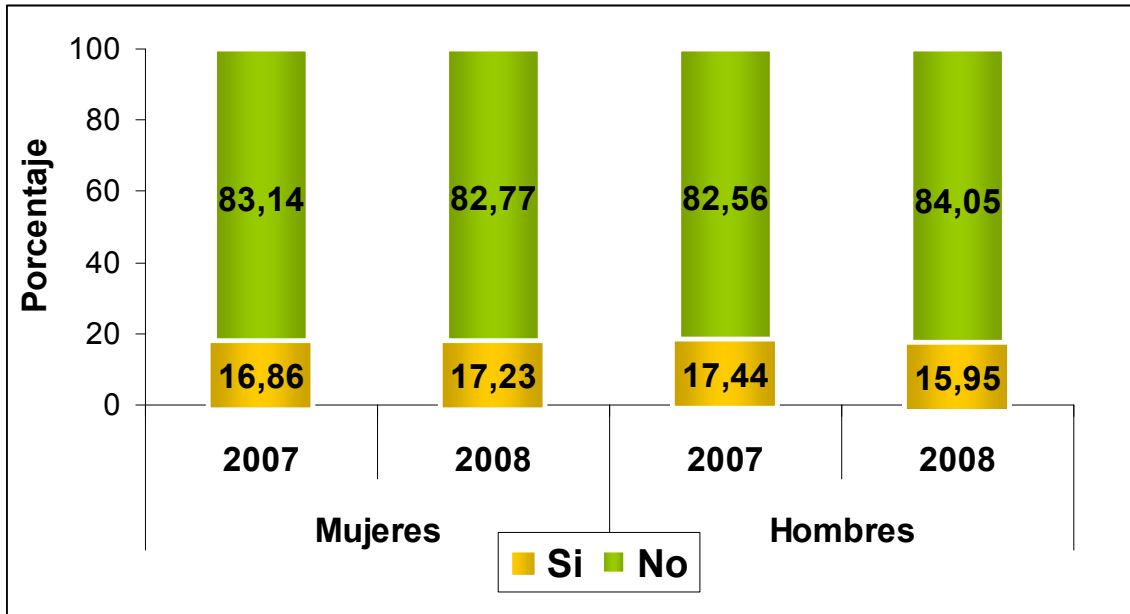
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

En cuanto a la lectura de periódicos en el último mes (gráfico 13), el 16,86% de las niñas leyó periódicos en el 2007 y el 17,23% en el año 2008, mientras que en los niños el 17,44% leyó este tipo de publicaciones en el 2007 y el 15,95% en el año 2008.

Gráfico 13

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 5 a 11 años, por sexo, según lectura de periódicos en los años 2007 y 2008.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

3.4 AUDIOVISUALES

3.4.1 Cine

En el caso de las proyecciones, el 22,10% de los menores de edad entre los 5 y 11 años de las cabeceras municipales fueron a cine en los últimos 12 meses (cuadro 3), mientras que el 77,44% no asistió a este tipo de proyección y el 0,15% no respondió la pregunta. De este porcentaje de respuestas afirmativas (22,10%), el 11,62% corresponde a los niños y el 10,47% a las niñas.

Cuadro 3

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 5 a 11 años que fueron a cine en los últimos 12 meses, según sexo y regiones.

2008

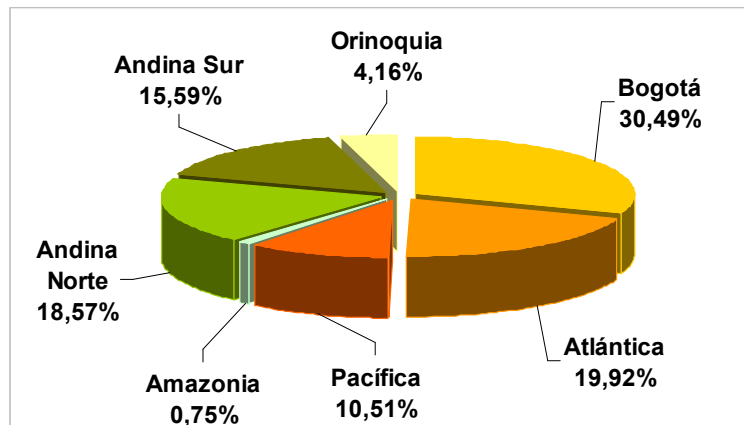
Asistencia a cine	Total	Proporción %
Sexo		
Total población entre 5 y 11 años	4.046.490	100,00
c.v.e.%	0,88	0,00
Total	894.108	22,10
c.v.e.%	6,10	6,14
Hombre	470.240	11,62
c.v.e.%	11,70	11,72
Mujer	423.868	10,47
c.v.e.%	11,50	11,51
Regiones		
Total población entre 5 y 11 años	4.046.490	100,00
c.v.e.%	0,88	0,00
Total	894.108	22,10
c.v.e.%	6,10	6,14
Bogotá	272.630	6,74
c.v.e.%	17,76	17,78
Atlántica	178.069	4,40
c.v.e.%	7,02	7,05
Pacífica	94.007	2,32
c.v.e.%	14,76	14,73
Amazonia	6.724	0,17
c.v.e.%	18,24	18,26
Andina Norte	166.078	4,10
c.v.e.%	8,58	8,58
Andina Sur	139.392	3,44
c.v.e.%	6,17	6,25
Orinoquia	37.208	0,92
c.v.e.%	11,14	11,16

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Respecto a los resultados por regiones, del total de menores de edad entre los 5 y 11 años que fueron a cine en los últimos 12 meses, el 30,49% corresponden a Bogotá, el 19,92% a la región Atlántica, el 18,57% a la Andina Norte y el 15,59% a la Andina Sur (gráfico 14).

Gráfico 14

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 5 a 11 años que fueron a cine en los últimos 12 meses, por regiones 2008

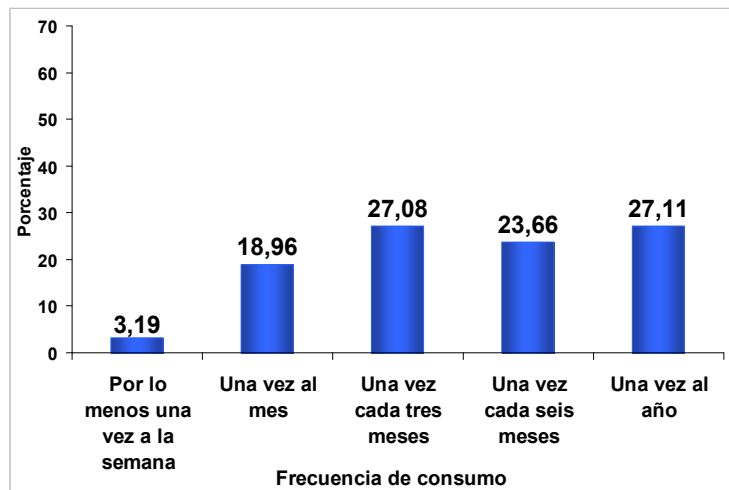


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Sobre la frecuencia de asistencia (gráfico 15), del 100% de los niños y niñas que fueron a cine en el último año (22,10%), el 27,11% de los menores de edad lo hizo una vez al año, el 27,08% asistió a una proyección de cine cada tres meses y el 23,66% hizo esta actividad cada seis meses; mientras que el 3,19% presenció una proyección cinematográfica por lo menos una vez a la semana.

Gráfico 15

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años, por frecuencia de asistencia a cine en los últimos 12 meses. 2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

3.4.2 Videos

Frente al consumo de videos por parte de los menores de edad entre los 5 y 11 años en el último mes, el 58,08% vio videos, el 41,85% no lo hizo y el 0,07% no respondió a la pregunta. Del porcentaje de niños y niñas que vieron videos, el 29,95% corresponde a los niños y el 28,13% a las niñas (cuadro 4).

Cuadro 4

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 5 a 11 años que vieron videos en el último mes, según sexo y regiones.

2008

Videos	Total	Proporción %
Sexo		
Total población entre 5 y 11 años	4.046.490	100,00
c.v.e.%	0,88	0,00
Total	2.350.221	58,08
c.v.e.%	2,50	2,44
Hombre	1.212.079	29,95
c.v.e.%	5,21	5,23
Mujer	1.138.142	28,13
c.v.e.%	5,66	5,59
Regiones		
Total población entre 5 y 11 años	4.046.490	100,00
c.v.e.%	0,88	0,00
Total	2.350.221	58,08
c.v.e.%	2,50	2,44
Bogotá	525.131	12,98
c.v.e.%	8,55	8,57
Atlántica	500.103	12,36
c.v.e.%	3,28	3,26
Pacífica	307.110	7,59
c.v.e.%	9,14	8,97
Amazonia	18.907	0,00
c.v.e.%	13,77	13,80
Andina Norte	353.677	0,47
c.v.e.%	4,84	13,80
Andina Sur	522.250	12,91
c.v.e.%	3,45	3,47
Orinoquia	123.043	3,04
c.v.e.%	5,13	5,18

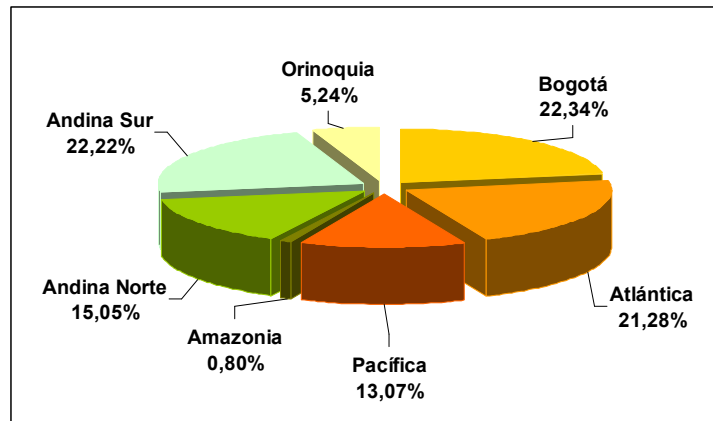
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Se destaca que en los resultados desagregados por regiones, de los menores de edad que vieron videos, el 22,34% son de Bogotá, el 22,22% de la región Andina Sur y el 21,28% de la Zona Atlántica (gráfico 16).

Gráfico 16

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 5 a 11 años que vieron videos en el último mes, por regiones.

2008



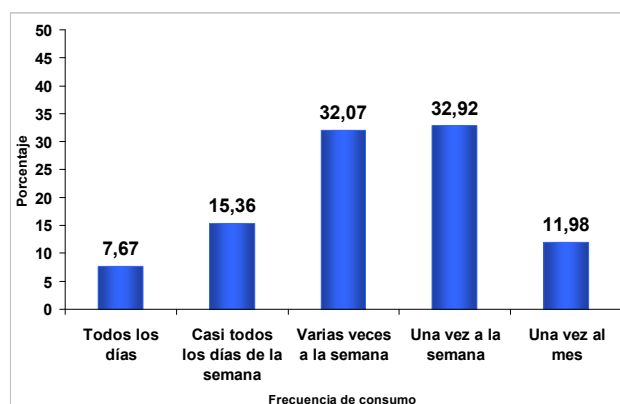
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

De los menores que vieron videos en el último mes (58,08%), el 32,92% hizo esta actividad una vez a la semana, el 32,07% vio este tipo de audiovisual varias veces a la semana, el 15,36% realizó esta práctica casi todos los días y el 11,98% vio videos una vez al mes como lo expone el gráfico 17.

Gráfico 17

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años, por frecuencia de consumo de videos en el último mes.

2008

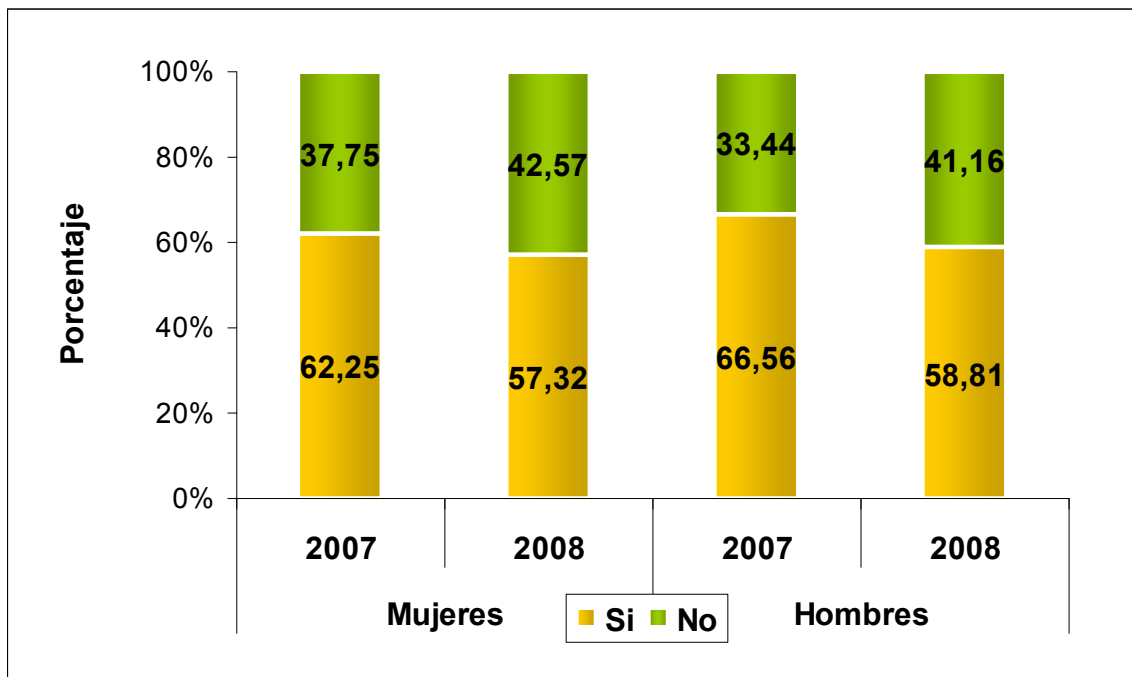


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

De acuerdo con la información del gráfico 18, en los datos de niños y niñas se observó un descenso en la práctica de ver videos entre los años 2007 y 2008. En el caso de las niñas pasó de un 62,25% en el año 2007 a un 57,32% en el 2008. Frente a los niños, el consumo de videos pasó de un 66,56% en el 2007 a un 58,81% en el 2008.

Gráfico 18

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 5 a 11 años, por sexo, según consumo de videos en los años 2007 y 2008
2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

3.4.3 Videojuegos

En el caso de los menores de edad entre los 5 y 11 años el 40,91% practicó con videojuegos en el último mes, el 59,02% no lo hizo y el 0,07% no respondió la pregunta. De los menores de edad que contestaron de manera afirmativa sobre esta práctica, el 27,10% corresponde a los niños y el 13,81% a las niñas (cuadro 5).

Cuadro 5

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 5 a 11 años, por sexo, según práctica con videojuegos en el último mes.

2008

Práctica con videojuegos	Total		Hombre		Mujer	
	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %
Total	4.046.490	100,00	2.061.023	50,93	1.985.467	49,07
c.v.e.%	0,88	0,00	3,37	3,27	3,53	3,40
Si	1.655.508	40,91	1.096.651	27,10	558.858	13,81
c.v.e.%	3,58	3,59	5,59	5,62	8,88	8,86
No	2.388.235	59,02	963.650	23,81	1.424.586	35,21
c.v.e.%	2,75	2,49	5,30	5,14	4,15	4,01
No responde	2.746	0,07	723	0,02	2.023	0,05
c.v.e.%	127,89	127,90	445,92	445,92	68,98	68,99

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

3.4.4 Televisión, radio y música grabada

En el cuadro 6 se exponen los resultados para tres categorías, de los menores de edad entre los 5 y 11 años el 96,17% vio televisión en la última semana, el 49,00% escuchó radio y el 45,02% escuchó música grabada. Se destaca que en música grabada la participación por sexo fue muy similar; mientras que en el caso de la televisión los niños vieron más este medio (49,10%) que las niñas (47,07%). Esta situación se invierte en el caso de la radio: las niñas escucharon más radio (25,89%) que los niños (23,11%) en la última semana.

Cuadro 6

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 5 a 11 años que vieron televisión, escucharon radio y música grabada en la última semana, según sexo y regiones.

2008

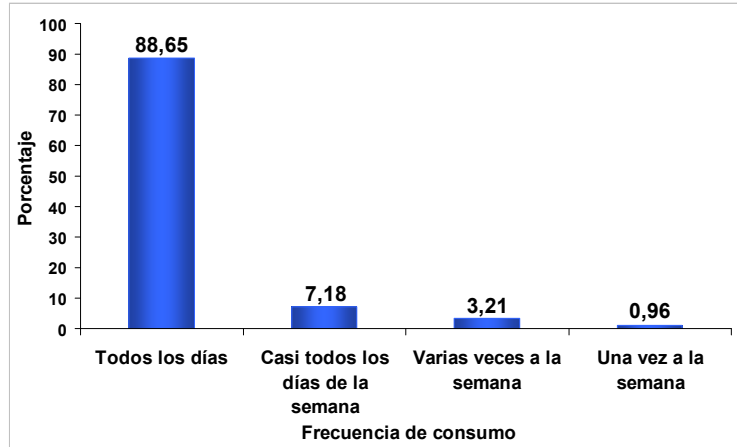
Audiovisuales	Televisión		Radio		Música grabada	
	Total	Proporción %	Total	Proporción %	Total	Proporción %
Sexo						
Total población entre 5 y 11 años	4.046.490	100,00	4.046.490	100,00	4.046.490	100,00
c.v.e.%	0,88	0,00	0,88	0,00	0,88	0,00
Total	3.891.581	96,17	1.982.864	49,00	1.821.577	45,02
c.v.e.%	1,06	0,55	3,42	3,27	3,45	3,40
Hombre	1.986.734	49,10	935.263	23,11	912.861	22,56
c.v.e.%	3,49	3,39	5,87	5,82	6,22	6,21
Mujer	1.904.847	47,07	1.047.600	25,89	908.716	22,46
c.v.e.%	3,68	3,55	6,03	5,92	6,34	6,28
Regiones						
Total población entre 5 y 11 años	4.046.490	100,00	4.046.490	100,00	4.046.490	100,00
c.v.e.%	0,88	0,00	0,88	0,00	0,88	0,00
Total	3.891.581	96,17	1.982.864	49,00	1.821.577	45,02
c.v.e.%	1,06	0,55	3,42	3,27	3,45	3,40
Bogotá	726.346	17,95	401.005	9,91	362.915	8,97
c.v.e.%	2,67	2,74	13,92	13,95	14,40	14,41
Atlántica	1.022.408	25,27	389.546	9,63	382.913	9,46
c.v.e.%	2,41	2,15	4,70	4,59	4,03	3,94
Pacífica	474.358	11,72	274.221	6,78	248.083	6,13
c.v.e.%	5,31	5,17	9,40	9,26	10,04	9,88
Amazonia	40.940	1,01	14.593	0,36	10.104	0,25
c.v.e.%	13,71	13,72	16,34	16,39	16,74	16,76
Andina Norte	585.202	14,46	309.215	7,64	283.081	7,00
c.v.e.%	2,20	2,25	5,93	5,92	6,13	6,15
Andina Sur	856.441	21,17	500.169	12,36	440.180	10,88
c.v.e.%	3,80	3,50	4,63	4,37	3,69	3,71
Orinoquia	185.887	4,59	94.116	2,33	94.301	2,33
c.v.e.%	5,03	5,10	6,73	6,77	6,84	6,89

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Respecto a la frecuencia en el consumo de televisión (gráfico 19), del total de los menores de edad que vio televisión (96,17%), el 88,65% lo hizo todos los días, el 7,18% casi todos los días de la semana y el 3,21% varias veces en la semana de referencia. En el caso de la música grabada (gráfico 20), el 35,43% de los niños y niñas escuchó música grabada varias veces a la semana, el 31,16% realizó esta actividad casi todos los días, mientras que el 18,99% lo hizo a diario.

Gráfico 19

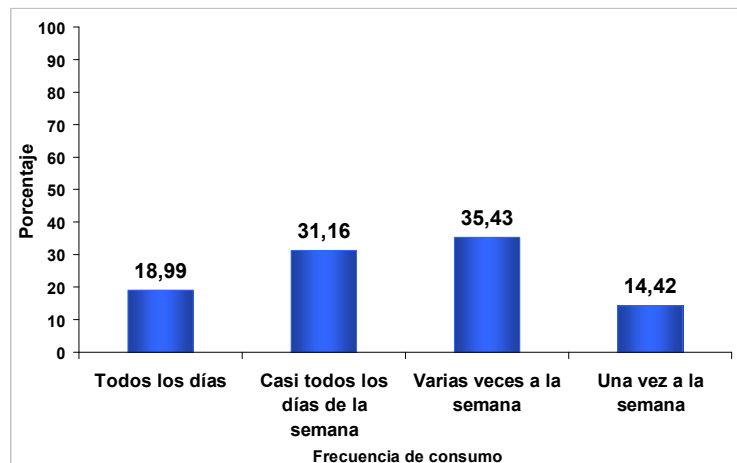
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que vieron televisión en la última semana, por frecuencia 2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Gráfico 20

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años que escucharon música grabada en la última semana, por frecuencia 2008



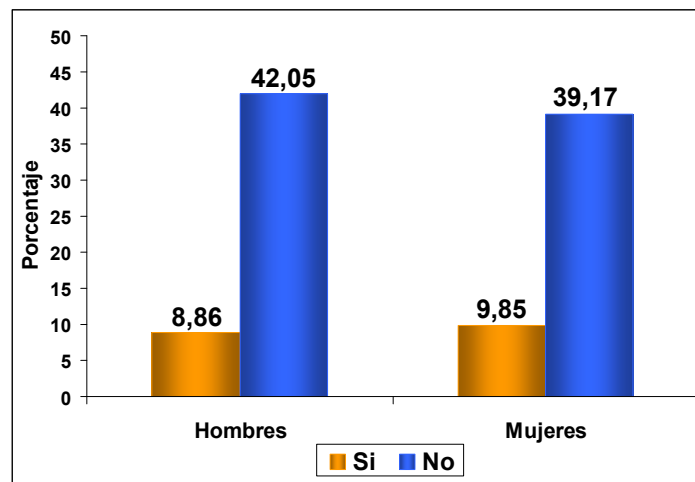
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

3.5 FORMACIÓN Y PRÁCTICA CULTURAL

El 18,71% de los menores de edad de las cabeceras municipales entre los 5 y 11 años asistió a algún tipo de curso o taller en alguna disciplina artística o área cultural en los últimos 12 meses, mientras que el 81,22% no lo hizo y el 0,07% no respondió a la pregunta. Se destaca en las respuestas afirmativas, que las niñas tuvieron una mayor participación (9,85%) que los niños (8,86%) en el acceso a este tipo de ofertas educativas (gráfico 21).

Gráfico 21

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años, por sexo, según asistencia a talleres y cursos en los últimos 12 meses.
2008

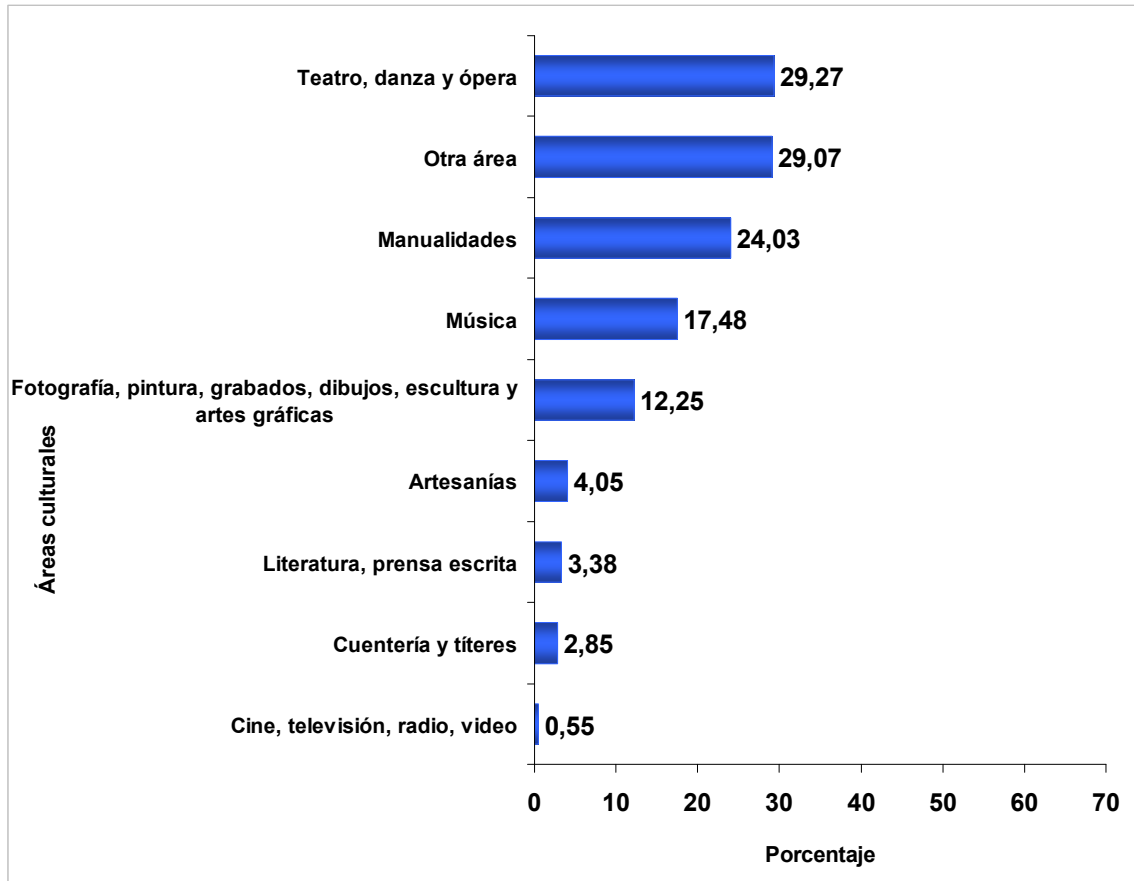


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

En cuanto a las áreas artísticas y culturales en las cuales los menores de edad entre los 5 y 11 años se capacitaron, se resaltan en su orden los talleres de teatro, danza y ópera (29,27%), otras áreas culturales (29,07%), las manualidades (24,03%) y la música (17,48%) como lo muestra el gráfico 22.

Gráfico 22

Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 5 a 11 años que participaron en talleres o cursos en los últimos 12 meses, por área cultural. 2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008⁵

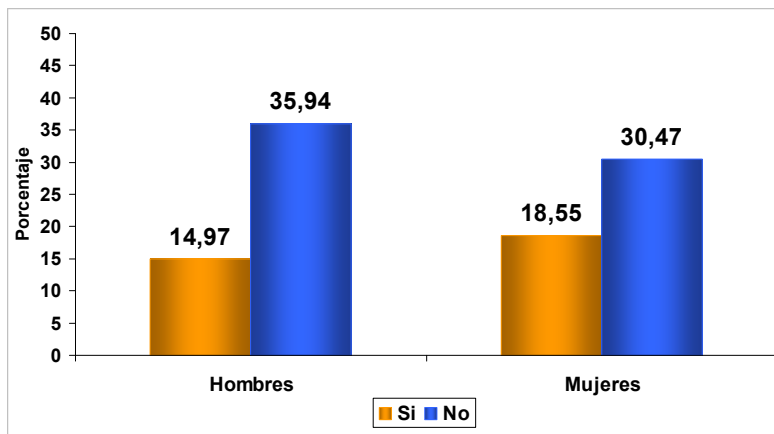
Frente a las prácticas culturales desarrolladas en el último año, el 33,52% de los menores de edad entre los 5 y 11 años ejecutó alguna práctica, el 66,41% no lo hizo y el 0,07% no respondió la pregunta. Respecto al tema de ejecución de alguna práctica, las niñas tienen un mayor porcentaje de participación (18,55%) que los niños (14,97%) en el año 2008 como lo expone el gráfico 23.

⁵ Los resultados que aquí se presentan provienen de respuestas múltiples dadas por los niños y las niñas.

Gráfico 23

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 5 a 11 años, por sexo, según realización de alguna práctica cultural en los últimos 12 meses.

2008

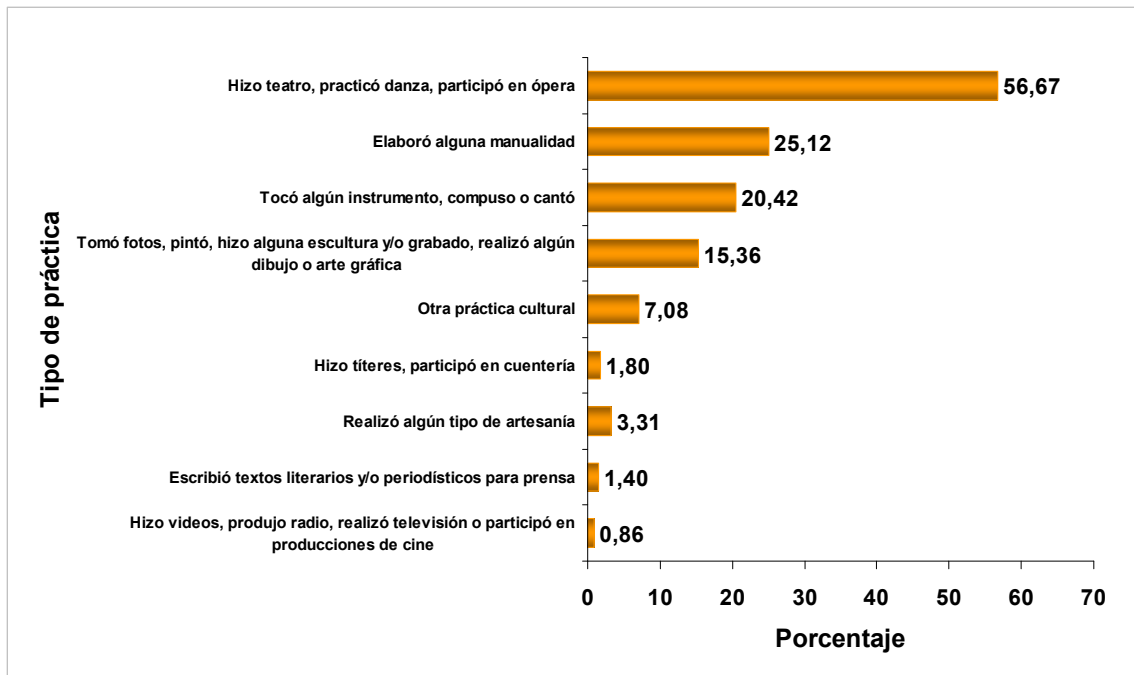


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Con base en el porcentaje de menores de edad entre los 5 y 11 años que hicieron alguna práctica cultural en el último año (33,52%), se destaca en el gráfico 24 que las prácticas culturales preferidas los niños y las niñas son en su orden la participación en teatro, danza y ópera (56,67%), la elaboración de alguna manualidad (25,12%) y la interpretación de algún instrumento, composición de alguna pieza o el canto (20,42%).

Gráfico 24

Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 5 a 11 años que realizaron algún tipo de práctica cultural en los últimos 12 meses, por área cultural 2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008⁶

3.6 TIEMPO LIBRE

En este módulo de la encuesta existe una serie de preguntas sobre las horas que las personas afirmaron invertir en diferentes actividades cotidianas, entre ellas, las relacionadas con el tiempo libre. De acuerdo con ello, la operación estadística busca conocer la inversión de horas que perciben las personas hacer en una semana de lunes a domingo, por lo que las horas reportadas por cada acción no se pueden sumar entre sí para tener una referencia por día (24 horas), semana de lunes a viernes (120 horas) o fin de semana de sábado a domingo (48 horas).

⁶ Los resultados que aquí se presentan provienen de respuestas múltiples.

Sin embargo, a fin de no generar lecturas incongruentes, se presenta la tabla 5 de validación por actividad, la cual permite la comparabilidad respecto al total de horas que tiene una semana:

Tabla 5

Validación de las horas invertidas para cada actividad cotidiana de lunes a viernes y de sábado a domingo.
2008.

Actividad	Mínimo y máximo de horas Lunes a Viernes	Mínimo y máximo de horas Sábado a Domingo
Trabajar	0-99	0-40
Hacer cuidados personales	20-99	8-40
Estudiar	0-99	0-40
Arreglar y mantener el hogar	0-90	0-40
Cocinar	0-50	0-30
Transportarse	0-70	0-40
Cuidar enfermos y adultos mayores	0-70	0-40
Buscar trabajo	0-60	0-40
Cuidar los niños	0-60	0-40
Hacer actividades en el tiempo libre	0-80	0-40

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

A partir de esta validación y con el antecedente que para los indicadores se tomarían en cuenta las personas que afirmaron invertir por lo menos una hora por cada actividad, se presentan los siguientes resultados sobre la población de 5 a 11 años.

Los menores de edad entre los 5 y 11 años que invirtieron por lo menos una hora a la semana en tiempo libre, invirtieron en promedio de lunes a viernes 21,66 horas en actividades cotidianas de tiempo libre, mientras que de sábado y domingo invirtieron 13,49 horas en promedio.

De acuerdo con el gráfico 25, de los menores de edad entre los 5 y 11 años que invirtieron por lo menos una hora en actividades de tiempo libre entre lunes y domingo en la semana anterior a la encuesta, el 71,28% vio y escuchó audiovisuales y medios de comunicación, el 52,15% realizó actividades recreativas como participar en juegos de salón o de calle, jugar en rondas o hacer juegos tradicionales; el 34,73% ejecutó actividades deportivas y el 34,52% hizo ocio pasivo.

Gráfico 25

Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 5 a 11 años que invirtieron por lo menos una hora en tiempo libre de lunes a domingo en la última semana, por tipo de actividad realizada.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008⁷

⁷ Estos resultados corresponden a opciones de respuesta múltiple que contemplaba la pregunta.

4. RESULTADOS DE LA ENCUESTA – POBLACIÓN DE 12 AÑOS Y MÁS

4.1 PRESENTACIONES Y ESPECTÁCULOS CULTURALES

4.1.1 Resultados generales

Respecto a la población de 12 años y más, el 30,91% asistió a ferias y exposiciones artesanales, el 26,27% a presentaciones musicales en vivo y el 15,65% acudió a teatro, danza y ópera. En cuanto a la participación por sexo, en el cuadro 7 se destaca una mayor asistencia de mujeres que hombres en todos los casos.

Cuadro 7

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que fueron a algún tipo de presentación y espectáculo cultural en los últimos 12 meses, por tipo de presentación, según sexo 2008

Asistencia a presentaciones y espectáculos	Teatro, danza y ópera		Conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios cerrados y abiertos		Ferias y exposiciones artesanales	
	Total	Proporción %	Total	Proporción %	Total	Proporción %
Sexo						
Total personas de 12 años y más	26.350.369	100,00	26.350.369	100,00	26.350.369	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00	0,45	0,00	0,45	0,00
Total	4.123.843	15,65	6.922.269	26,27	8.145.264	30,91
c.v.e.%	1,61	1,49	1,23	1,24	1,15	1,06
Hombre	1.659.930	6,30	3.328.393	12,63	3.384.621	12,84
c.v.e.%	2,46	2,45	2,06	2,09	1,78	1,73
Mujer	2.463.913	9,35	3.593.876	13,64	4.760.643	18,07
c.v.e.%	2,19	2,06	1,99	1,96	1,50	1,43

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Cuadro 7. (conclusión)

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que fueron a algún tipo de presentación y espectáculo cultural en los últimos 12 meses, por tipo de presentación, según sexo.

2008

Regiones						
Total personas de 12 años y más	26.350.369	100,00	26.350.369	100,00	26.350.369	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00	0,45	0,00	0,45	0,00
Total	26.350.369	100,00	26.350.369	100,00	26.350.369	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00	0,45	0,00	0,45	0,00
Total	4.123.843	15,65	6.922.269	26,27	8.145.264	30,91
c.v.e.%	1,61	1,49	1,23	1,24	1,15	1,06
Bogotá	1.085.500	4,12	1.355.428	5,14	1.236.775	4,69
c.v.e.%	4,35	4,37	3,79	3,82	3,94	3,97
Atlántica	707.518	2,69	1.809.468	6,87	1.504.556	5,71
c.v.e.%	2,82	2,81	2,59	2,53	2,35	2,33
Pacífica	579.131	2,20	999.865	3,79	1.112.955	4,22
c.v.e.%	4,87	4,76	4,03	4,04	5,63	5,50
Amazonia	29.313	0,11	96.427	0,37	91.689	0,35
c.v.e.%	5,50	5,52	10,34	10,38	6,77	6,80
Andina Norte	745.244	2,83	1.176.409	4,46	1.328.027	5,04
c.v.e.%	2,41	2,37	3,38	3,39	2,08	2,03
Andina Sur	886.113	3,36	1.278.389	4,85	2.424.209	9,20
c.v.e.%	4,50	4,38	2,84	2,81	2,71	2,70
Orinoquia	91.023	0,35	206.283	0,78	447.054	1,70
c.v.e.%	5,98	6,02	6,07	6,15	5,47	5,52

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

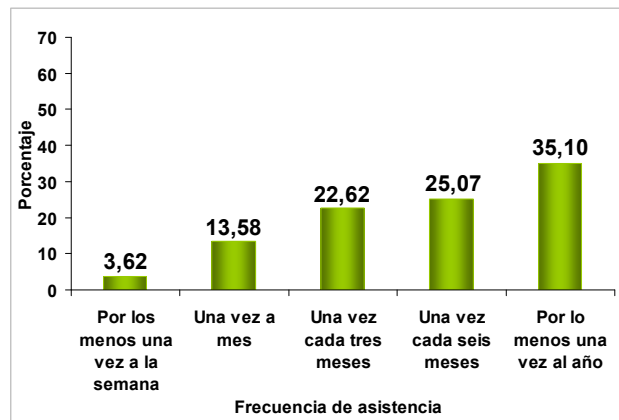
De acuerdo con el gráfico 26, del 100% de las personas de 12 años y más que fueron a teatro, danza y ópera en los últimos 12 meses (15,65%), el 35,10% asistió por lo menos una vez al año, el 25,07% acudió una vez cada seis meses y el 22,62% fue a este tipo de puestas en escena una vez cada tres meses; mientras que el 3,62% participó en estos espectáculos por lo menos una vez a la semana. La frecuencia de asistencia a presentaciones de música en vivo en los últimos 12 meses (gráfico 27) presenta que el 43,67% de las personas de 12 años y más fue por lo menos una vez al año, el 29,73% asistió una vez cada seis meses y el 17,81% una vez cada tres meses. En cuanto a ferias y exposiciones artesanales, el gráfico 28 expone que el 52,17% de la población de 12 años y más de las cabeceras municipales que fue a este tipo de eventos, lo hizo una vez

al año, el 27,56% asistió una vez cada seis meses, mientras que el 13,89% participó en estas actividades por lo menos una vez cada tres meses.

Gráfico 26

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que fueron a presentaciones de teatro, danza, ópera en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia.

2008

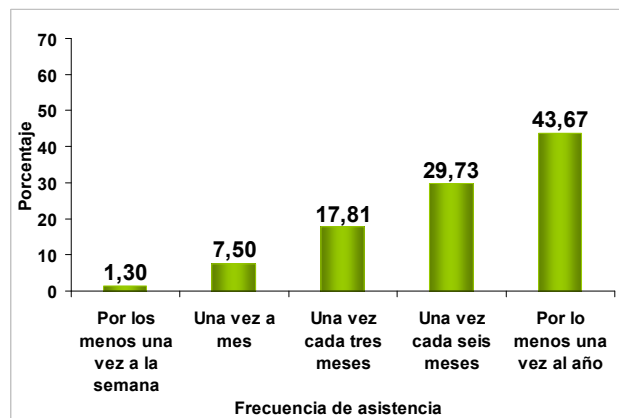


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Gráfico 27

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que fueron a presentaciones de música en vivo en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia.

2008

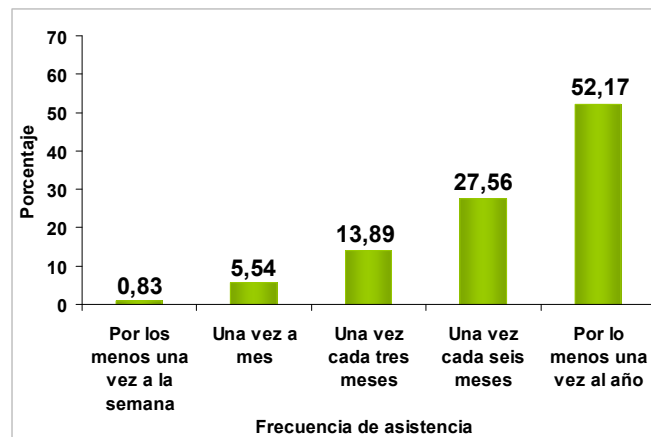


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Gráfico 28

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que fueron a ferias y exposiciones artesanales en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

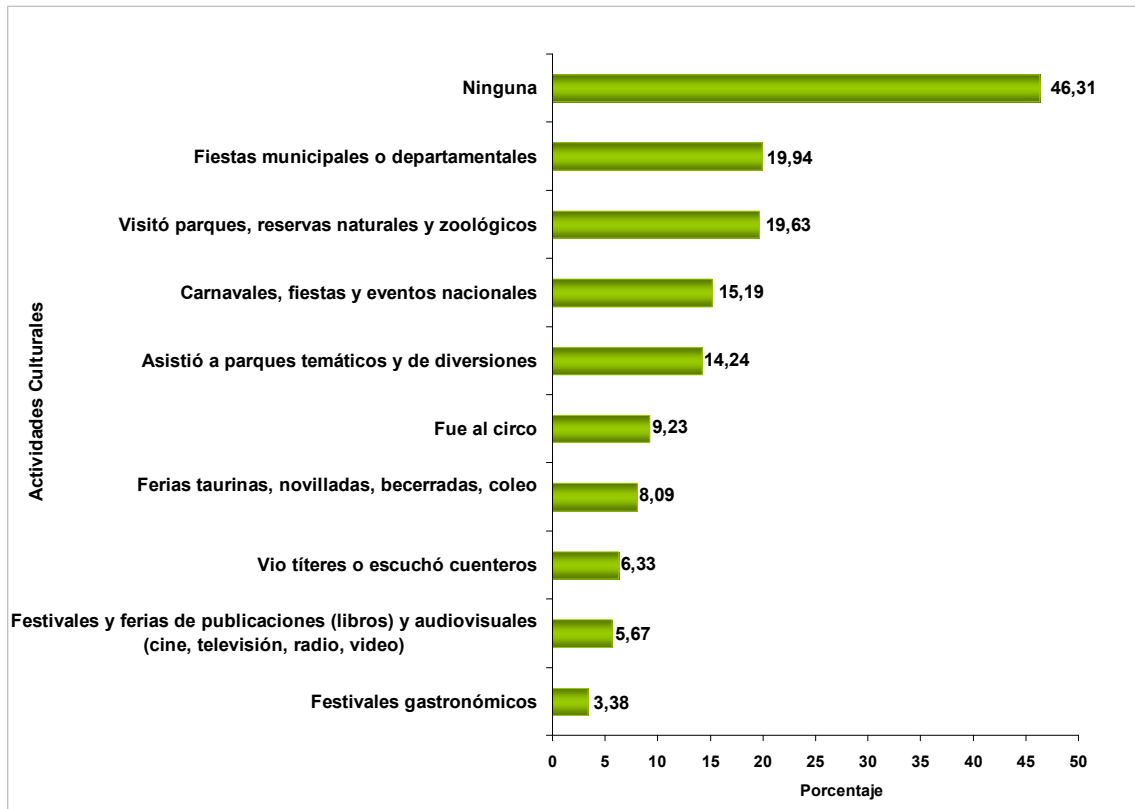
4.1.2 Otras actividades culturales

Para el caso de las personas de 12 años y más, el tipo de actividad cultural con un porcentaje de mayor asistencia en los últimos 12 meses fueron las fiestas municipales y departamentales (19,94%), seguidas por la visita a parques, reservas naturales y zoológicos (19,63%), y la participación de las personas en carnavales, fiestas y eventos nacionales (15,19%). Se destaca en este caso que el 46,31% de la población de 12 años y más de las cabeceras municipales no participó en ninguna de estas actividades en el último año como lo reseña el gráfico 29.

Gráfico 29

Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más, por actividad cultural realizada en los últimos 12 meses.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008⁸

4.2 ESPACIOS CULTURALES

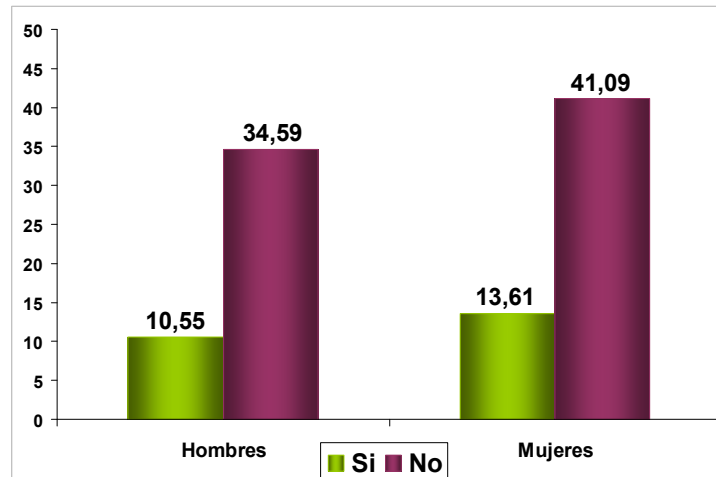
4.2.1 Bibliotecas

El 24,16% de la población acudió a bibliotecas en los últimos 12 meses, mientras que el 75,69% no asistió y el 0,15% no respondió la pregunta. Según el gráfico 30, el porcentaje de asistencia de las mujeres fue del 13,61% y de los hombres del 10,55%.

⁸ Las respuestas corresponden a opciones múltiples de la pregunta.

Gráfico 30

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más, por sexo, según asistencia a bibliotecas en los últimos 12 meses. 2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

De acuerdo con los resultados presentados en el cuadro 8, respecto al rango de edad, la mayor asistencia a bibliotecas la registró la población entre los 12 y 25 años con un 16,35%, seguida por las personas de 26 a 40 años con un 4,49%, y el grupo entre los 41 y 64 años con una participación del 3,07%. Frente al nivel educativo, el mayor porcentaje estuvo en el grupo de secundaria (11,44%), en segundo lugar el universitario/superior (5,43%), y en tercer lugar preescolar y básica primaria (4,24%). Desde la perspectiva de la actividad principal, quienes están en el grupo de estudiar presentaron un mayor porcentaje de asistencia con un 14,45%, luego quienes están en el grupo trabajar con un 7,11%, seguido por quienes se dedican principalmente a oficios del hogar con un 1,67%.

Cuadro 8

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que fueron a bibliotecas en los últimos 12 meses, según sexo, nivel educativo, actividad principal y regiones.

2008

Asistencia a bibliotecas	Total	Proporción %
Rangos de edad		
Total personas de 12 años y más	26.350.369	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	6.366.014	24,16
c.v.e.%	1,48	1,38
12 - 25 años	4.308.927	16,35
c.v.e.%	1,87	1,77
26 - 40 años	1.182.835	4,49
c.v.e.%	3,84	3,83
41 - 64 años	808.265	3,07
c.v.e.%	3,68	3,65
65 años y más	65.987	0,25
c.v.e.%	14,05	14,05
Nivel educativo		
Total personas de 12 años y más	26.350.369	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	6.366.014	24,16
c.v.e.%	1,48	1,38
Preescolar/básica primaria	1.118.298	4,24
c.v.e.%	5,89	5,85
Secundaria	3.013.736	11,44
c.v.e.%	1,78	1,65
Técnico o tecnólogo	603.216	2,29
c.v.e.%	3,89	3,88
Universitario/superior	1.430.294	5,43
c.v.e.%	2,72	2,74
Postgrado	180.620	0,69
c.v.e.%	8,17	8,11
Ninguno	18.125	0,07
c.v.e.%	14,01	14,06
No sabe / no responde	1.725	0,01
c.v.e.%	95,89	95,89

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Cuadro 8. (conclusión)

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que fueron a bibliotecas en los últimos 12 meses, por sexo, nivel educativo, actividad principal y regiones.

2008

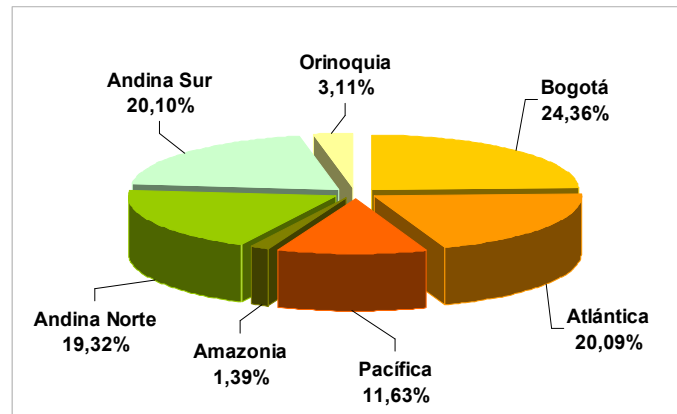
Actividad Principal		
Total personas de 12 años y más	26.350.369	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	6.366.014	24,16
c.v.e.%	1,48	1,38
Estudiar	3.807.022	14,45
c.v.e.%	1,72	1,61
Trabajar	1.873.327	7,11
c.v.e.%	3,09	3,06
Oficios del hogar	440.481	1,67
c.v.e.%	8,08	8,08
Buscar trabajo	129.402	0,49
c.v.e.%	8,08	8,08
Incapacitado permanentemente para trabajar	6.921	0,03
c.v.e.%	25,80	25,81
Otra actividad	108.860	0,41
c.v.e.%	10,12	10,13
Regiones		
Total personas de 12 años y más	26.350.369	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	6.366.014	24,16
c.v.e.%	1,48	1,38
Bogotá	1.551.051	5,89
c.v.e.%	3,46	3,49
Atlántica	1.278.808	4,85
c.v.e.%	1,93	1,93
Pacífica	740.588	2,81
c.v.e.%	4,91	4,75
Amazonia	88.226	0,33
c.v.e.%	10,37	10,40
Andina Norte	1.229.883	4,67
c.v.e.%	5,21	5,20
Andina Sur	1.279.710	4,86
c.v.e.%	3,46	3,33
Orinoquia	197.748	0,75
c.v.e.%	6,59	6,67

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Según con el gráfico 31, del porcentaje de personas que afirmó visitar bibliotecas en el último año, el 24,36% corresponde a Bogotá, el 20,10% a la región Andina Sur, el 20,09% a la zona Atlántica y el 19,32% a la Andina Norte.

Gráfico 31

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que fueron bibliotecas en los últimos 12 meses, por regiones 2008

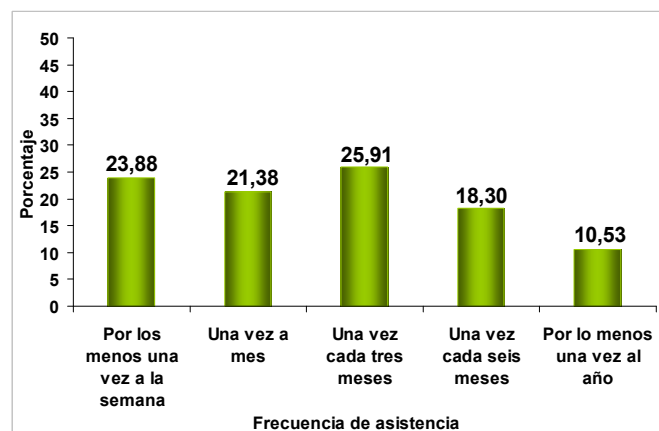


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

De la población de 12 años y más que asistió a bibliotecas, el 25,91% lo hizo una vez cada tres meses, el 23,88% acudió por lo menos una vez a la semana, y el 21,38% visitó este espacio una vez al mes como lo indica el gráfico 32.

Gráfico 32

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que fueron bibliotecas en los últimos 12 meses, por frecuencia de asistencia. 2008

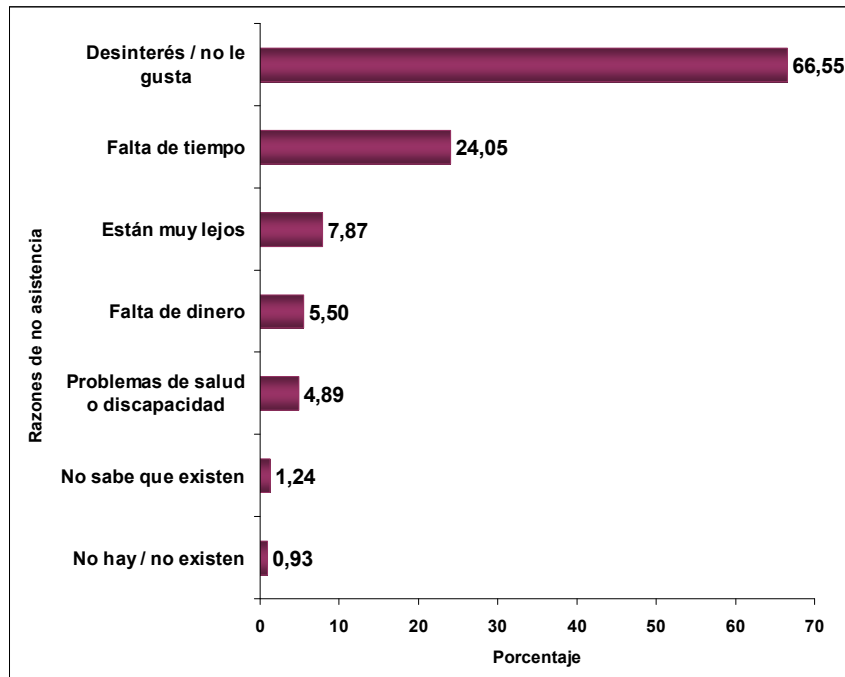


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

El gráfico 33 muestra las razones que tuvieron las personas para no asistir a bibliotecas en el último año. El principal motivo fue el desinterés y el no gusto por la visita a este tipo de espacios (66,55%), el segundo la falta de tiempo (24,05%) y el tercero la lejanía de estos lugares (7,87%).

Gráfico 33

Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que no fueron a bibliotecas en los últimos 12 meses, por razones de no asistencia. 2008



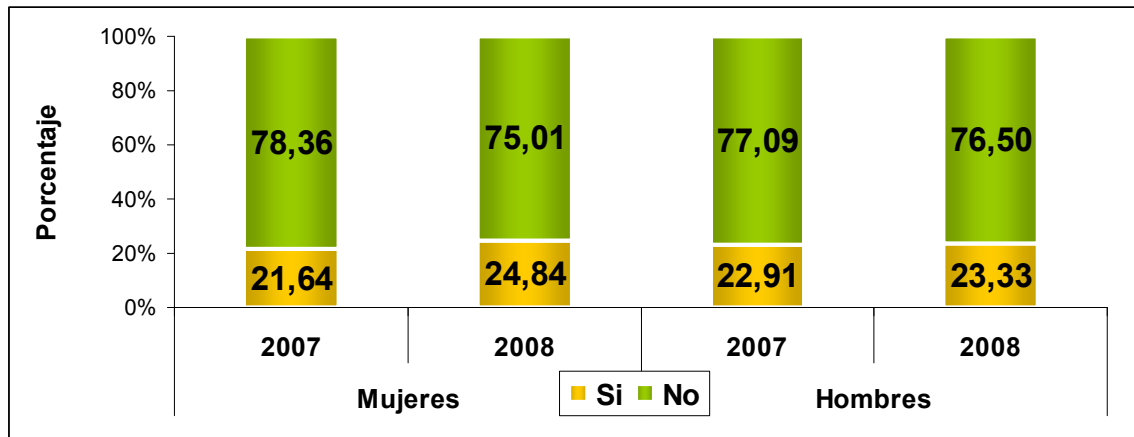
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008⁹

Al hacer la comparación de los años 2007 y 2008 (gráfico 34), se encuentra que la asistencia a bibliotecas en el caso de los hombres pasó de 22,91% (2007) a 23,33% (2008). Respecto a las mujeres, el porcentaje varió de 21,64% (2007) a 24,84% (2008). En los resultados del año 2008, aunque existen respuestas para No Responde de hombres y mujeres, no se grafican dado que tienen un valor menor al 1%.

⁹ El gráfico presenta las respuestas de opción múltiple que contemplaba la pregunta.

Gráfico 34

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más, por sexo, según asistencia a bibliotecas en los años 2007 y 2008.
2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

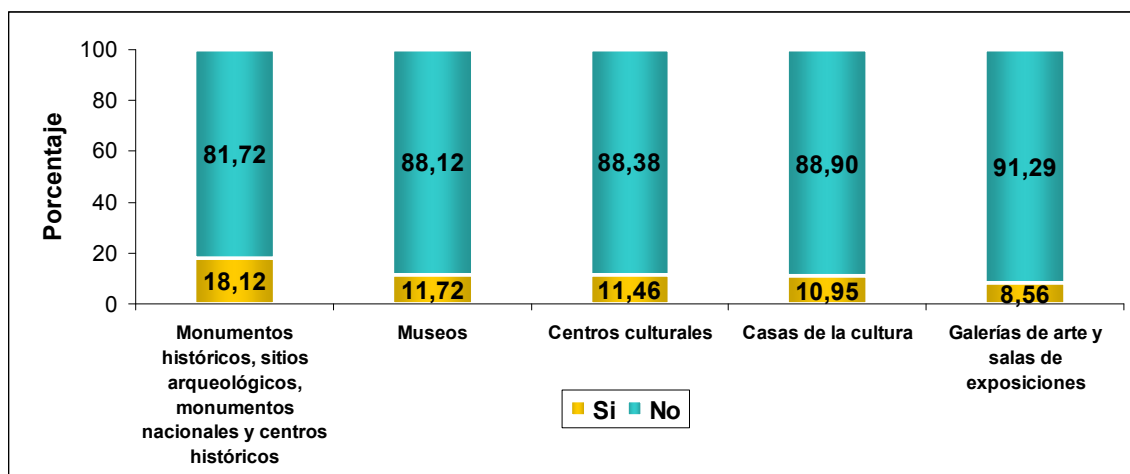
4.2.2 Otros espacios culturales

En este aparte se indagó por la asistencia de las personas de 12 años y más a otros espacios culturales que tienen una importante oferta de bienes y servicios culturales. De acuerdo con el gráfico 35, el 18,12% de la población de 12 años y más de las cabeceras municipales asistió a monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos; el 11,72% acudió a museos, el 11,46% visitó centros culturales y el 10,95% participó en actividades de las casas de la cultura en los municipios.

Gráfico 35

Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más, por asistencia a espacios culturales en los últimos 12 meses.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Nota: en este caso no se integró en el gráfico el No sabe / No responde, dado que es un valor entre 0 y 1 que no tiene relevancia para la construcción del gráfico. Para validar las sumas de cada dato, tener en cuenta la tabla 6:

Tabla 6

Porcentaje de NS / NR para las categorías de espacios culturales menos bibliotecas.

2008

Espacio cultural	NS / NR %
Casas de la cultura	0,15
Centros culturales	0,15
Museos	0,15
Galerías de arte y salas de exposiciones	0,16
Monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos	0,16

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

4.3 PUBLICACIONES

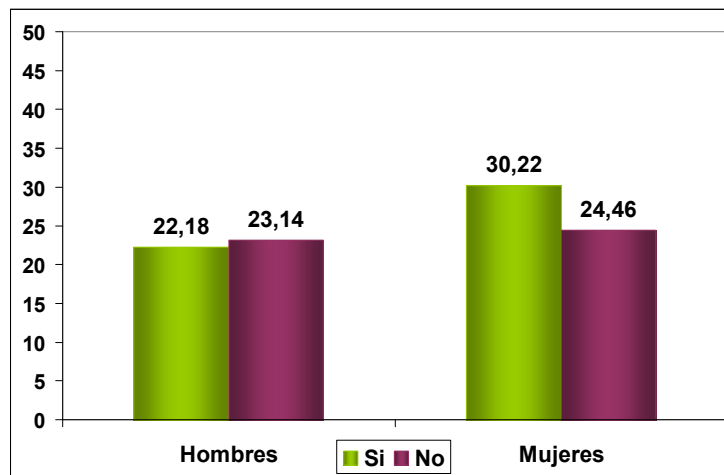
4.3.1 Libros

En el caso de las publicaciones, la encuesta desarrolla el módulo con las personas de 12 años y más que reportaron saber leer y escribir. Con base en ese filtro, se considera el universo de estudio para estas categorías. En cuanto a los resultados para libros del total de las personas de 12 años y más de las cabeceras municipales del país (94,38%), el 52,40% afirmó haber leído libros en los últimos 12 meses mientras que el 47,60% no lo hizo. Del porcentaje de personas que efectivamente leyeron este tipo de publicaciones, el 22,18% corresponde a los hombres y el 30,22% a las mujeres como lo expone el gráfico 36.

Gráfico 36

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir, por sexo, según lectura de libros en los últimos 12 meses.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Los resultados por rangos de edad (cuadro 9) muestran que la mayor participación en la lectura la tienen los jóvenes entre los 12 y 25 años (21,86%), seguida por las personas entre los 41 y 64 años de edad (14,03%) y los adultos entre los 26 y 40 años (13,61%). Respecto al nivel de educativo, las personas que cursan o reportan como último grado la

secundaria exponen el mayor porcentaje de lectura de libros (23,45%) seguido por quienes están en el grupo de preescolar/básica primaria (11,47%) y en el nivel educativo universitario/superior (9,96%).

Cuadro 9

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que leyeron libros en los últimos 12 meses, según sexo, nivel educativo y regiones.

2008

Lectura libros	Total	Proporción %
Rangos de edad		
Total personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir	24.870.482	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	13.032.408	52,40
c.v.e.%	0,85	0,69
12 - 25 años	5.437.246	21,86
c.v.e.%	1,43	1,38
26 - 40 años	3.384.872	13,61
c.v.e.%	1,90	1,80
41 - 64 años	3.488.468	14,03
c.v.e.%	1,60	1,51
65 años y más	721.822	2,90
c.v.e.%	3,63	3,59
Nivel educativo		
Total personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir	24.870.482	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	13.032.408	52,40
c.v.e.%	0,85	0,69
Preescolar/básica primaria	2.852.354	11,47
c.v.e.%	2,49	2,39
Secundaria	5.832.391	23,45
c.v.e.%	1,20	1,07
Técnico o tecnólogo	1.423.531	5,72
c.v.e.%	2,51	2,50
Universitario/superior	2.478.071	9,96
c.v.e.%	1,94	1,94
Postgrado	352.277	1,42
c.v.e.%	5,81	5,76
Ninguno	86.227	0,35
c.v.e.%	6,38	6,42
No sabe / no responde	7.557	0,03
c.v.e.%	43,23	43,24

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Cuadro 9 (conclusión)

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que leyeron libros en los últimos 12 meses por sexo, nivel educativo y regiones.

2008

Regiones		
Total personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir	24.870.482	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	13.032.408	52,40
c.v.e.%	0,85	0,69
Bogotá	2.965.610	11,92
c.v.e.%	1,86	1,92
Atlántica	2.694.526	10,83
c.v.e.%	1,65	1,63
Pacífica	2.037.914	8,19
c.v.e.%	4,06	3,86
Amazonia	168.133	0,68
c.v.e.%	9,26	9,29
Andina Norte	2.196.618	8,83
c.v.e.%	2,76	2,76
Andina Sur	2.504.179	10,07
c.v.e.%	2,46	2,39
Orinoquia	465.427	1,87
c.v.e.%	5,05	5,11

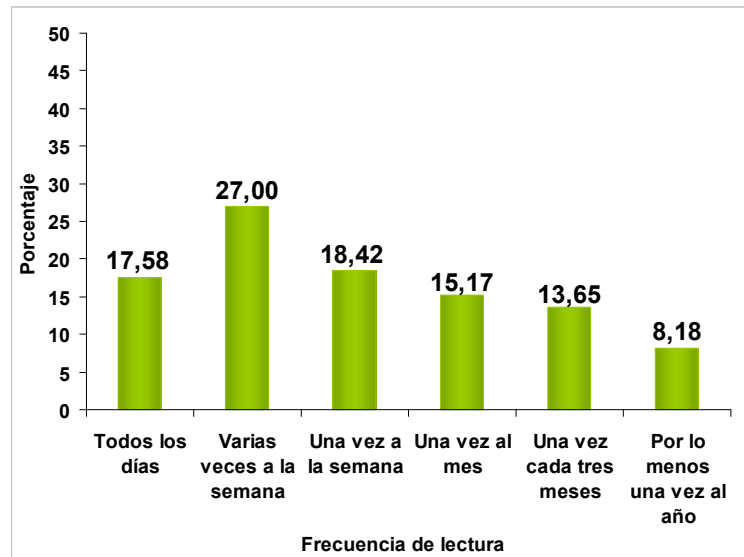
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Se destaca que de la población de 12 años y más que afirmó leer libros en los últimos 12 meses, el 27,00% hizo esta actividad varias veces a la semana, el 18,42% leyó libros una vez a la semana y el 17,58% realizó esta práctica todos los días, mientras que el 8,18% de esta población leyó libros por lo menos una vez al año (gráfico 37).

Gráfico 37

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que leyeron libros en los últimos 12 meses, por frecuencia de lectura.

2008



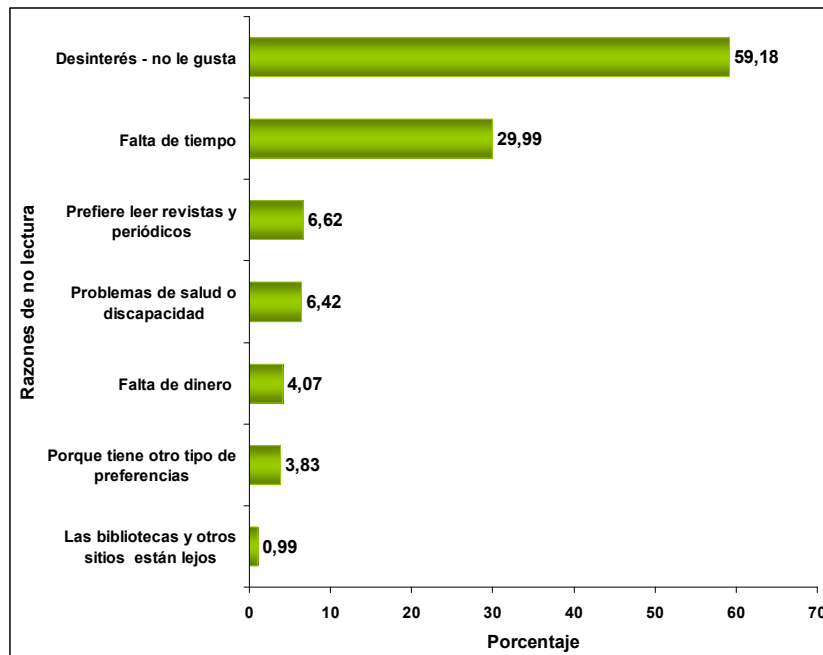
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

El gráfico 38 expone los motivos que tuvo el 47,60% de la población de 12 años y más de las cabeceras municipales que sabe leer y escribir para no leer libros en los últimos 12 meses. La razón principal que muestra el gráfico es el desinterés y el no gusto por la lectura de este tipo de publicación (59,18%), seguida por la falta de tiempo (29,99%) y la preferencia por la lectura de revistas y periódicos (6,62%).

Gráfico 38

Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que saben leer y escribir que no leyeron libros en los últimos 12 meses, por razones de no lectura.

2008



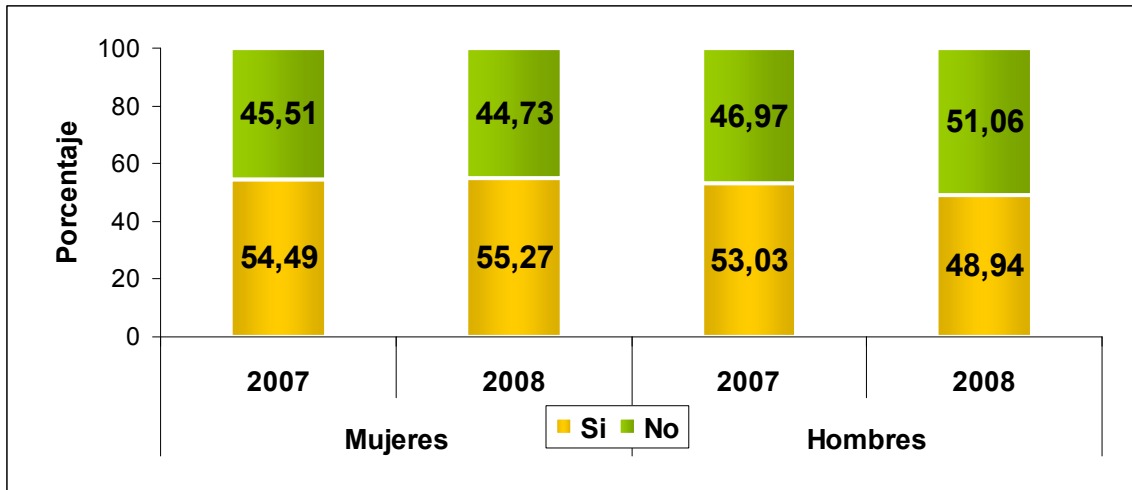
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Considerando el gráfico 39, en mujeres el porcentaje de lectura de libros pasó de 54,49% (2007) a 55,27% (2008), mientras que en hombres cambió de 53,03% (2007) a 48,94% (2008).

Gráfico 39

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir, por sexo, según lectura de libros en los años 2007 y 2008.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

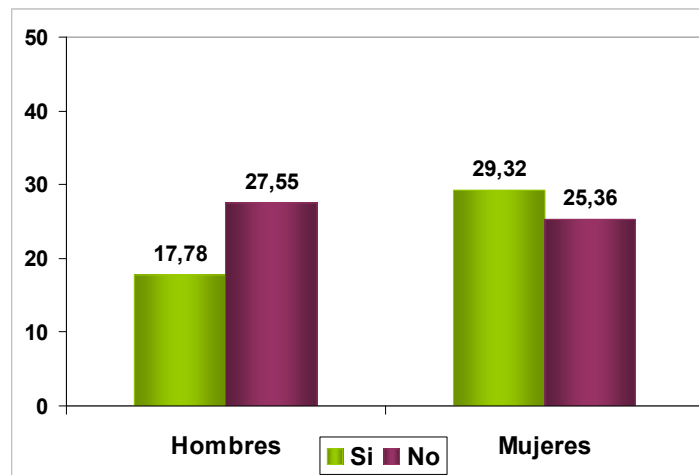
4.3.2 Revistas

De acuerdo con los resultados de la población de 12 años y más que sabe leer y escribir, el 47,09% leyó revistas en los últimos 12 meses mientras que el 52,91% no lo hizo. Se destaca en las respuestas afirmativas la participación de las mujeres con el 29,32% y de los hombres con el 17,78%, exponiendo una significativa diferencia por sexo (gráfico 40).

Gráfico 40

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir, por sexo, según lectura de revistas en los últimos 12 meses.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Teniendo en cuenta los resultados por rangos de edad (cuadro 10), las diferencias en la lectura de revistas entre grupos no es significativa. En los datos de lectura de estas publicaciones por nivel educativo se destaca el grupo de secundaria con un 21,32%, las personas de preescolar y básica primaria con un 10,12% y el nivel universitario/superior con un 8,42%.

Cuadro 10

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que leyeron revistas en los últimos 12 meses, según sexo y nivel educativo
2008

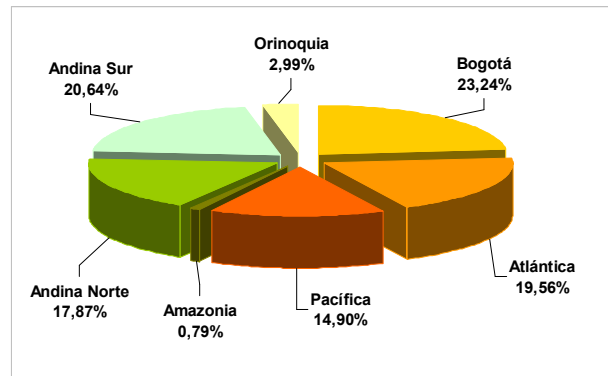
Lectura de revistas	Total	Proporción %
Rangos de edad		
Total personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir	24.870.482	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	11.711.872	47,09
c.v.e.%	0,77	0,64
12 - 25 años	3.832.491	15,41
c.v.e.%	1,66	1,57
26 - 40 años	3.664.693	14,74
c.v.e.%	1,56	1,47
41 - 64 años	3.584.067	14,41
c.v.e.%	1,74	1,73
65 años y más	630.620	2,54
c.v.e.%	4,03	4,04
Nivel educativo		
Total personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir	24.870.482	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	11.711.872	47,09
c.v.e.%	0,77	0,64
Preescolar/básica primaria	2.517.173	10,12
c.v.e.%	1,68	1,62
Secundaria	5.301.526	21,32
c.v.e.%	1,28	1,18
Técnico o tecnólogo	1.406.658	5,66
c.v.e.%	2,53	2,51
Universitario/superior	2.093.868	8,42
c.v.e.%	2,14	2,13
Postgrado	317.773	1,28
c.v.e.%	6,11	6,08
Ninguno	69.064	0,28
c.v.e.%	6,63	6,65
No sabe / no responde	5.809	0,02
c.v.e.%	49,13	49,13

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Respecto a la lectura por regiones, la mayor participación de lectores la tiene Bogotá (23,24%), seguida por la Zona Andina Sur (20,64%) y la región Atlántica (19,56%) como lo expone el gráfico 41.

Gráfico 41

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que leyeron revistas en los últimos 12 meses, por regiones
2008

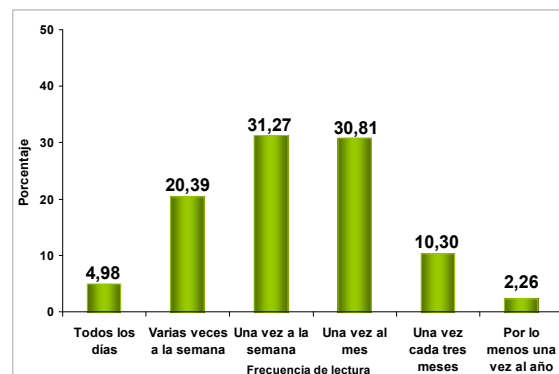


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

En cuanto a la frecuencia en la lectura de revistas (gráfico 42), el 31,27% de las personas de 12 años y más que sabe leer y escribir y leyó revistas lo hizo una vez a la semana, el 30,81% realizó esta práctica una vez al mes y el 20,39% leyó estas publicaciones varias veces en la semana.

Gráfico 42

Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que saben leer y escribir y leyeron revistas en los últimos 12 meses, por frecuencia de lectura
2008



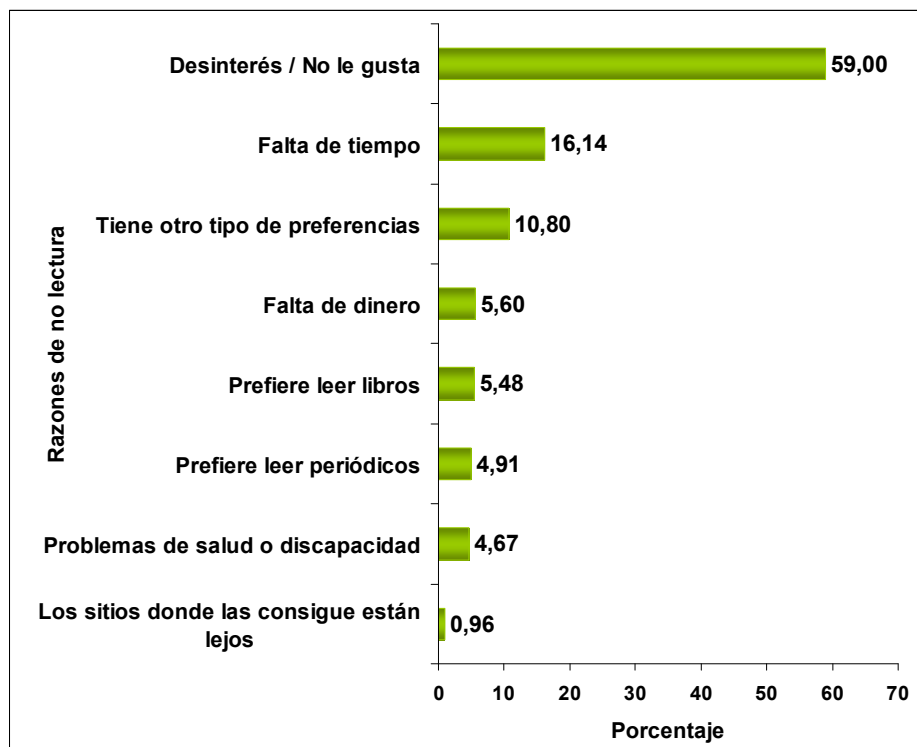
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Del 52,91% de la población de 12 años y más que no leyó revistas, el 59,00% expuso como motivo de no lectura de estas publicaciones el desinterés y el no gusto por esta actividad, el 16,14% dijo no tener tiempo para hacerlo y el 10,80% expresó tener otro tipo de preferencias como lo muestra el gráfico 43. Es importante recordar que estas respuestas son de opción múltiple.

Gráfico 43

Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que no leyeron revistas en los últimos 12 meses, por razones de no lectura.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008¹⁰

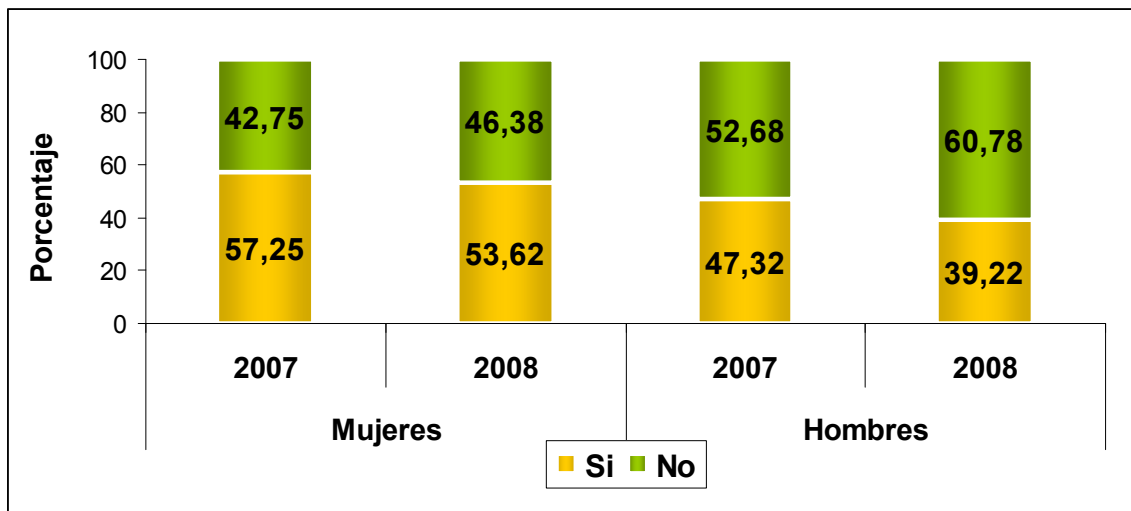
Según los resultados del gráfico 44, la lectura de revistas cambió del año 2007 al 2008, especialmente en el caso de los hombres, ya que el porcentaje pasó de 47,32% (2007) a 39,22% (2008).

¹⁰ Estas respuestas corresponden a opciones múltiples que contemplaba la pregunta.

Gráfico 44

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir, por sexo, según lectura de revistas en los años 2007 y 2008.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

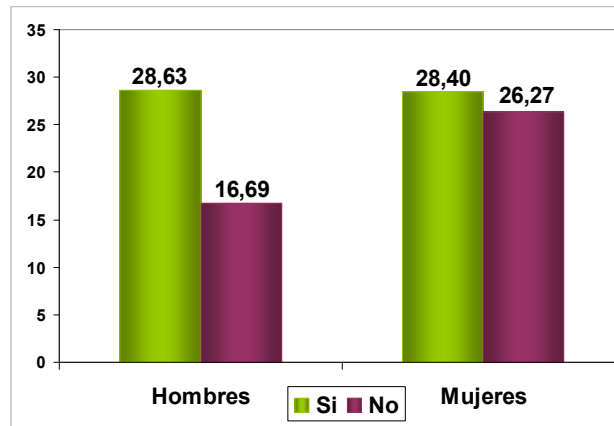
4.3.3 Periódicos

Con relación a la lectura de periódicos, el 57,03% de la población de 12 años y más que sabe leer y escribir leyó este tipo de publicación en el último mes, mientras que el 42,97% no lo hizo. En cuanto a las respuestas afirmativas, se destaca que por sexo tanto hombres como mujeres tienen un porcentaje similar de participación como lo expresa el gráfico 45.

Gráfico 45

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir, por sexo, según lectura de periódicos en el último mes.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

El cuadro 11 muestra los resultados de lectura de periódicos por rangos de edad y nivel educativo. Se destaca en el primer punto que de las personas de 12 años y más que sabe leer y escribir, la población entre los 41 y 64 años registró el más alto porcentaje de lectura de estas publicaciones (19,55%), seguido por el grupo de 26 a 40 años (17,80%), y las personas entre los 12 y 15 años (15,95%). Respecto al nivel educativo, de la población lectora de periódicos, el 25,32% eran personas del nivel secundaria, el 14,27% de preescolar/básica primaria y el 9,30% del nivel universitario/superior.

Cuadro 11

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que leyeron periódicos en el último mes, según sexo y nivel educativo.

2008

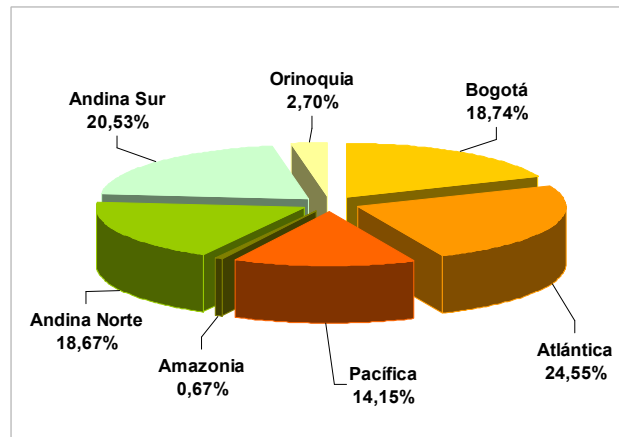
Lectura de periódicos	Total	Proporción %
Rangos de edad		
Total personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir	24.870.482	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
12 - 25 años	3.966.939	15,95
c.v.e.%	1,81	1,79
26 - 40 años	4.427.824	17,80
c.v.e.%	1,89	1,81
41 - 64 años	4.863.114	19,55
c.v.e.%	1,63	1,59
65 años y más	926.605	3,73
c.v.e.%	3,01	2,98
Nivel educativo		
Total personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir	24.870.482	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	14.184.482	57,03
c.v.e.%	0,73	0,60
Preescolar/básica primaria	3.547.891	14,27
c.v.e.%	1,34	1,24
Secundaria	6.296.887	25,32
c.v.e.%	1,24	1,15
Técnico o tecnólogo	1.559.768	6,27
c.v.e.%	2,28	2,30
Universitario/superior	2.313.773	9,30
c.v.e.%	2,01	1,99
Postgrado	346.084	1,39
c.v.e.%	5,85	5,80
Ninguno	110.809	0,45
c.v.e.%	5,28	5,30
No sabe / no responde	9.271	0,04
c.v.e.%	37,90	37,90

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

De acuerdo con el gráfico 46, de las personas de 12 años y más que afirmaron leer periódicos en el último mes, el 24,55% corresponde a la región Atlántica, el 20,53% a la Andina Sur, el 18,74% a Bogotá y el 18,67% a la región Andina Norte.

Gráfico 46

**Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que leyeron periódicos en el último mes, por regiones
2008**



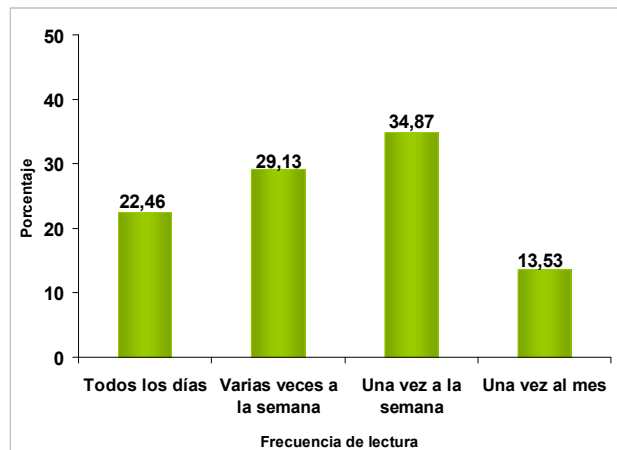
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

De la población de 12 años y más que afirmó leer periódicos en el último mes (57,03%), el 34,87% de este grupo hizo esta práctica una vez a la semana, el 29,13% leyó estas publicaciones varias veces en la semana y el 22,46% leyó todos los días el periódico como lo presenta el gráfico 47.

Gráfico 47

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que saben leer y escribir y que leyeron periódicos en el último mes, por frecuencia de lectura.

2008



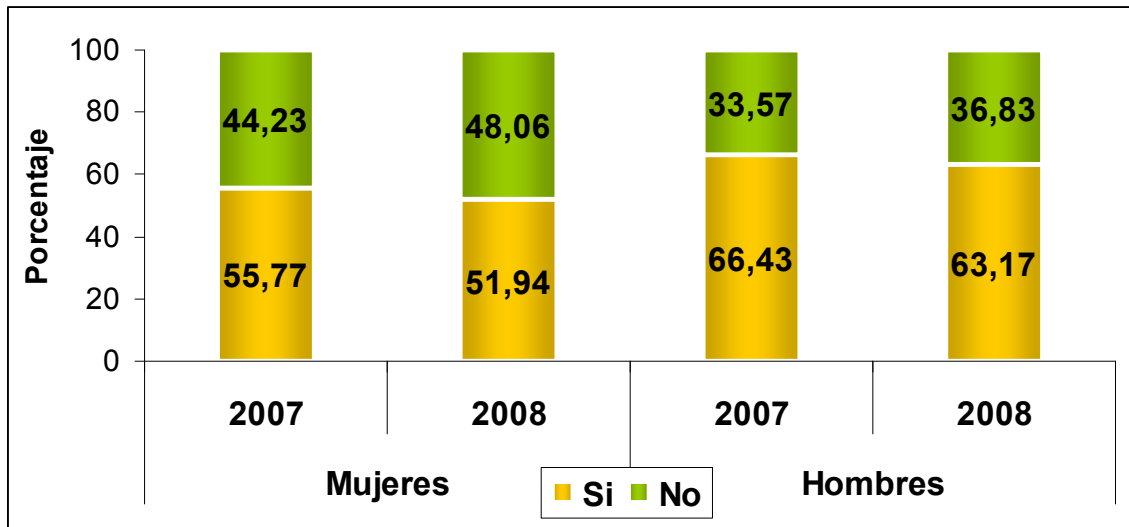
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Respecto a los años 2007 y 2008, se destaca el cambio en la lectura de periódicos tanto en hombres como mujeres. En ellas, el porcentaje de lectura pasó de 55,77% (2007) al 51,94% (2008). En hombres, el reporte pasó de 66,43% en el 2007 a 63,17% en el 2008 (gráfico 48)..

Gráfico 48

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir, por sexo, según lectura de periódicos en los años 2007 y 2008.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

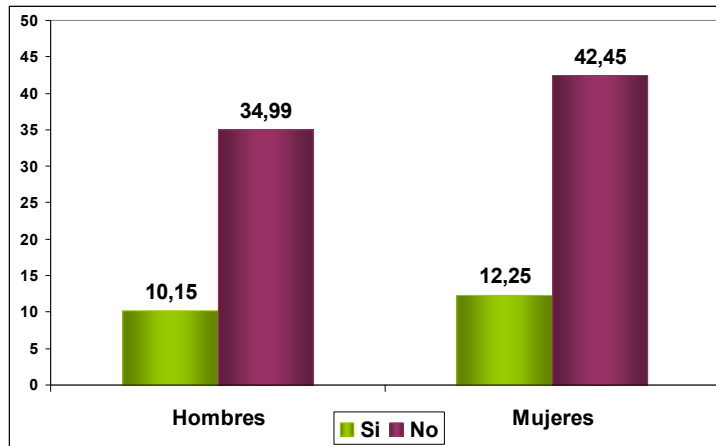
4.4 AUDIOVISUALES

4.4.1 Cine

Según los resultados, el 22,40% de la población de 12 años y más de las cabeceras municipales asistió a cine en los últimos 12 meses, mientras que el 77,44% no fue y el 0,15% no respondió esta pregunta. Del total de personas que asistieron el 12,25% corresponde a las mujeres y el 10,15% hombres como lo muestra el gráfico 49.

Gráfico 49

**Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más, por sexo, según asistencia a cine en los últimos 12 meses.
2008**



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Según los resultados que se presentan en el cuadro 12, el grupo etáreo que más registró asistencia a cine en el último año fue el grupo entre los 12 y 25 años (10,53%), seguido por los adultos de 26 a 40 años con un 7,08% y las personas de 41 a 64 años con un 4,35%.

Cuadro 12

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que asistieron a cine en los últimos 12 meses, según sexo, nivel educativo, regiones y actividad principal.

2008

Asistencia a cine	Total	Proporción %
Rangos de edad		
Total personas de 12 años y más	26.350.369	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	5.903.041	22,40
c.v.e.%	1,34	1,37
12 - 25 años	2.774.182	10,53
c.v.e.%	2,40	2,44
26 - 40 años	1.865.183	7,08
c.v.e.%	3,07	3,08
41 - 64 años	1.147.220	4,35
c.v.e.%	3,29	3,27
65 años y más	116.457	0,44
c.v.e.%	10,74	10,74
Nivel educativo		
Total personas de 12 años y más	26.350.369	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	5.903.041	22,40
c.v.e.%	1,34	1,37
Preescolar/básica primaria	631.340	2,40
c.v.e.%	7,76	7,79
Secundaria	2.514.751	9,54
c.v.e.%	2,42	2,42
Técnico o tecnólogo	822.466	3,12
c.v.e.%	3,52	3,55
Universitario/superior	1.678.190	6,37
c.v.e.%	2,54	2,56
Postgrado	237.421	0,90
c.v.e.%	7,60	7,57
Ninguno	16.786	0,06
c.v.e.%	18,58	18,58
No sabe / no responde	2.087	0,01
c.v.e.%	91,37	91,37

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Cuadro 12. (conclusión)

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que asistieron a cine en los últimos 12 meses, por sexo, nivel educativo, regiones y actividad principal.

2008

Regiones		
Total personas de 12 años y más	26.350.369	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	5.903.041	22,40
c.v.e.%	1,34	1,37
Bogotá	1.934.187	7,34
c.v.e.%	2,76	2,80
Atlántica	804.931	3,05
c.v.e.%	1,51	1,57
Pacífica	841.137	3,19
c.v.e.%	2,16	2,15
Amazonia	38.479	0,15
c.v.e.%	3,30	3,33
Andina Norte	1.245.144	4,73
c.v.e.%	4,01	4,03
Andina Sur	889.228	3,37
c.v.e.%	2,53	2,45
Orinoquia	149.936	0,57
c.v.e.%	4,62	4,66
Actividad Principal		
Total personas de 12 años y más	26.350.369	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	5.903.041	22,40
c.v.e.%	1,34	1,37
Estudiar	1.942.728	7,37
c.v.e.%	2,79	2,82
Trabajar	3.045.780	11,56
c.v.e.%	2,34	2,35
Oficios del hogar	592.692	2,25
c.v.e.%	4,20	4,21
Buscar trabajo	134.985	0,51
c.v.e.%	8,42	8,43
Incapacitado permanentemente para trabajar	21.812	0,08
c.v.e.%	21,18	21,17
Otra actividad	165.044	0,63
c.v.e.%	8,81	8,82

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Los resultados sobre la frecuencia de asistencia de las personas de 12 años y más a cine en los últimos 12 meses (gráfico 50), presentan que el 28,32% asistió a las proyecciones

una vez cada tres meses, el 24,17% acudió una vez cada seis meses y el 22,25% participó una vez al mes a este tipo de proyecciones.

Gráfico 50

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más, por frecuencia de asistencia a cine en los últimos 12 meses.

2008

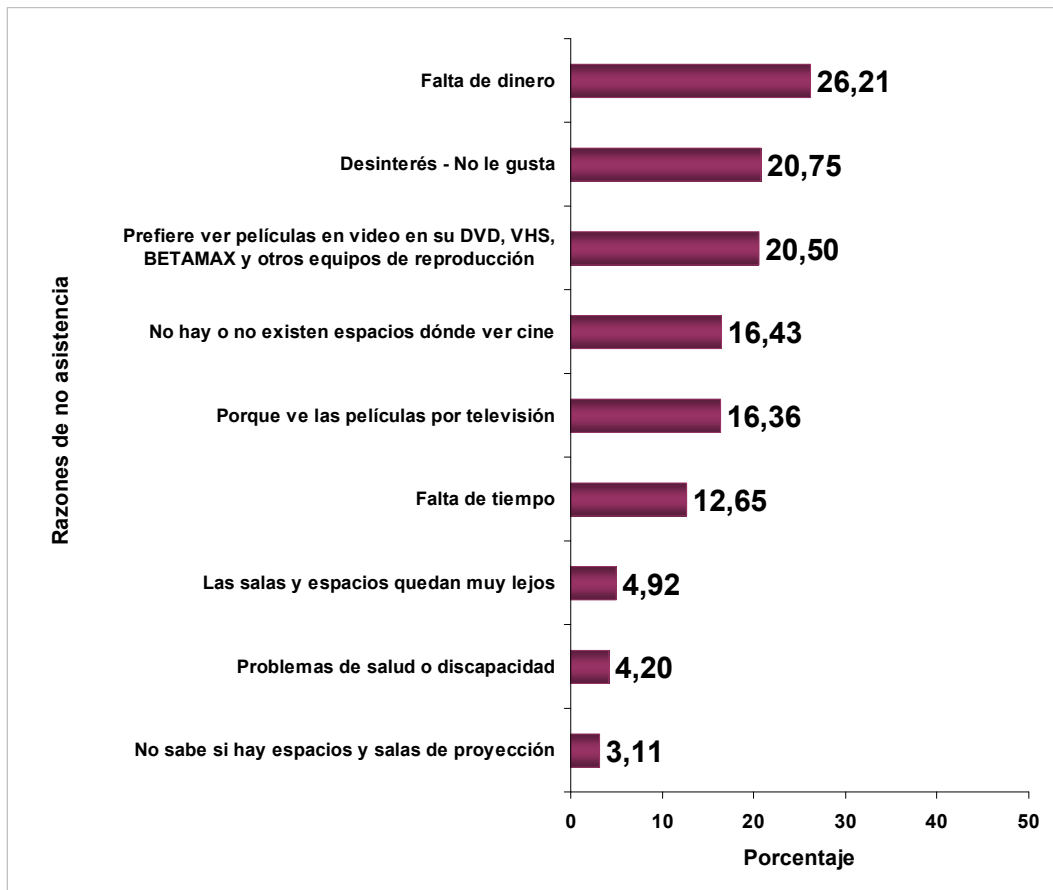


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

El gráfico 51 muestra las razones que tuvieron las personas que no asistieron a cine en los últimos 12 meses y que representan el 77,44% de la población de 12 años y más de las cabeceras municipales. Se destaca que la principal razón fue la falta de dinero (26,21%), la segunda el desinterés y el no gusto por esta actividad (20,75%) y la tercera por preferir ver películas en video a través de diferentes medios de reproducción (20,50%).

Gráfico 51

Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que no fueron a cine en los últimos 12 meses, por razones de no asistencia. 2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008¹¹

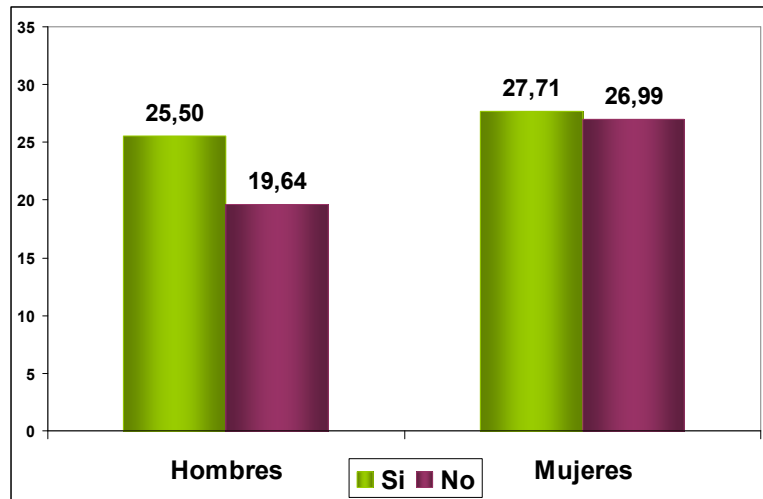
4.4.2 Videos

El 53,21% de la población de 12 años y más de las cabeceras municipales vio videos en el último mes, mientras que el 46,64% no hizo esta actividad en el mismo periodo de referencia. Considerando los resultados por sexo, las mujeres representan el 27,71% de las respuestas afirmativas mientras que los hombres el 25,50% (gráfico 52).

¹¹ Los resultados de la gráfica corresponden a opciones múltiples que integraba la pregunta.

Gráfico 52

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más, por sexo, según consumo de videos en el último mes. 2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Al desagregar los datos por rangos de edad (cuadro 13) se observa que las personas entre los 12 y 25 años registraron un mayor consumo de videos con un 21,63%, luego las personas entre los 26 y 40 años con un 16,69%, seguido por las personas entre los 41 y 64 años con un 13,20%.

Cuadro 13

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que vieron videos en el último mes, según sexo y regiones.

2008

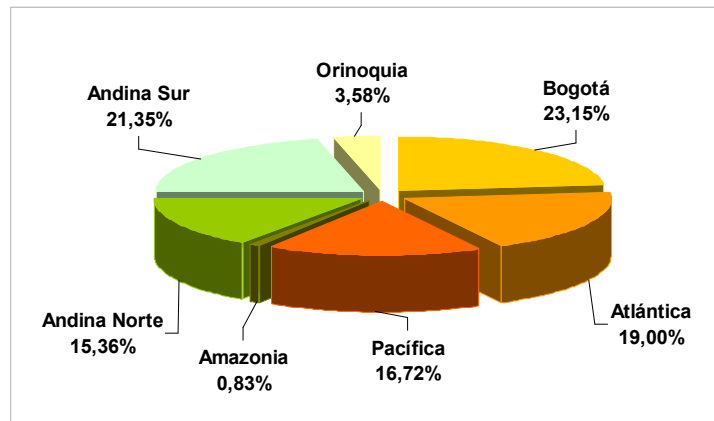
Videos	Total	Proporción %
Rangos de edad		
Total personas de 12 años y más	26.350.369	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	14.020.950	53,21
c.v.e.%	0,86	0,80
12 - 25 años	5.698.816	21,63
c.v.e.%	1,42	1,41
26 - 40 años	4.396.767	16,69
c.v.e.%	1,78	1,69
41 - 64 años	3.477.681	13,20
c.v.e.%	1,57	1,57
65 años y más	447.686	1,70
c.v.e.%	4,76	4,78
Regiones		
Total personas de 12 años y más	26.350.369	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00
Total	14.020.950	53,21
c.v.e.%	0,86	0,80
Bogotá	3.246.196	12,32
c.v.e.%	1,70	1,76
Atlántica	2.664.084	10,11
c.v.e.%	1,72	1,72
Pacífica	2.344.922	8,90
c.v.e.%	3,68	3,53
Amazonia	116.223	0,44
c.v.e.%	8,23	8,26
Andina Norte	2.154.141	8,17
c.v.e.%	2,46	2,47
Andina Sur	2.992.946	11,36
c.v.e.%	2,55	2,55
Orinoquia	502.438	1,91
c.v.e.%	4,36	4,42

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

En lo que respecta al contexto regional (gráfico 53), Bogotá presenta la mayor participación entre quienes vieron efectivamente videos (23,15%), seguida por la Región Andina Sur (21,35%), la Costa Atlántica (19,00%) y la región Pacífica (16,72%).

Gráfico 53

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más que vieron videos en el último mes, por regiones 2008

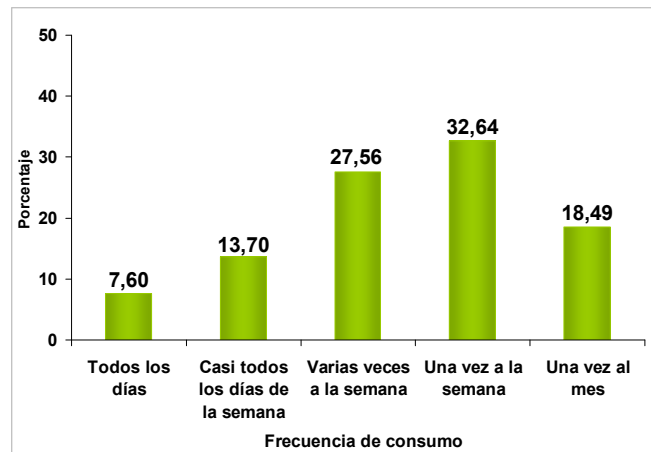


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Del total de la población de 12 años y más que vio videos en la última semana, el 32,64% lo hizo una vez a la semana, el 27,56% varias veces a la semana, mientras que el 18,49% vio videos una vez al mes como lo expone el gráfico 54.

Gráfico 54

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que vieron videos en el último mes, por frecuencia de consumo 2008



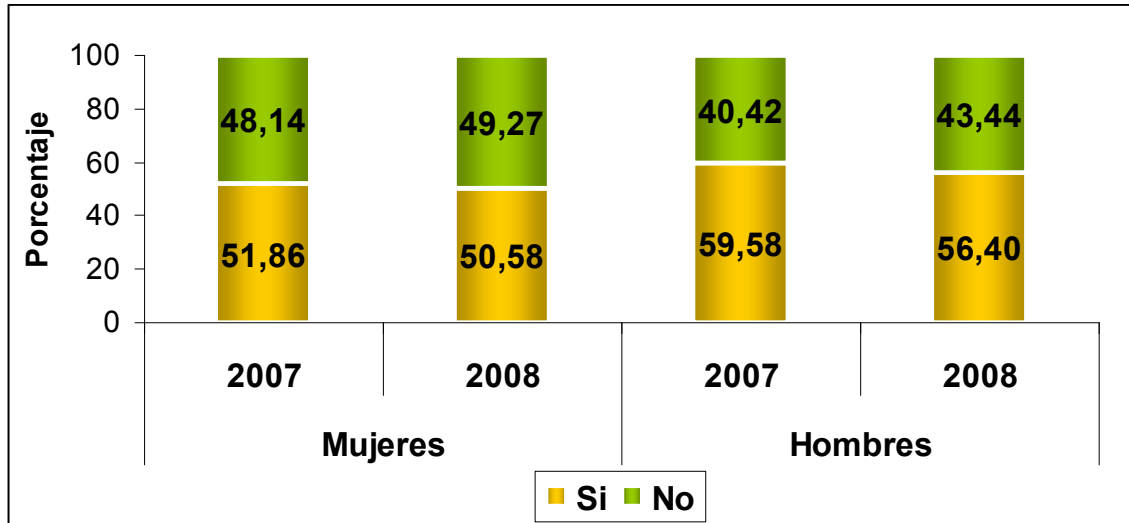
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Al observar los resultados de los años 2007 y 2008 (gráfico 55), el porcentaje de consumo de videos de mujeres pasó de 51,86% en el 2007 a 50,58% en el 2008. En los hombres, el porcentaje de consumo de videos cambió de 59,58%% para el 2007 al 56,40% en el año 2008.

Gráfico 55

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de las personas de 12 años y más, por sexo, según consumo de videos en los años 2007 y 2008.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Nota: en este caso no se integró en el gráfico el No sabe / No responde del año 2008, dado que es un valor entre 0 y 1 que no tiene relevancia para la construcción del gráfico. Para validar las sumas de cada dato, tener en cuenta que en las mujeres el NS / NR fue el 0,15% y en los hombres del 0,16%

4.4.3 Videojuegos

De las personas de 12 años y más de las cabeceras municipales el 14,16% practicó con videojuegos, porcentaje del cual el 9,85% corresponde a los hombres y el 4,32% a las mujeres, dato que evidencia una diferencia por género en el uso de este tipo de juegos (cuadro 14).

Cuadro 14

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más, por sexo, según práctica con videojuegos en el último mes.

2008

Práctica con videojuegos	Total		Hombre		Mujer	
	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %
Total	26.350.369	100,00	11.914.640	45,22	14.435.729	54,78
c.v.e.%	0,45	0,00	0,86	0,80	0,85	0,66
Si	3.732.196	14,16	2.595.137	9,85	1.137.059	4,32
c.v.e.%	1,87	1,89	2,44	2,46	2,74	2,75
No	22.577.366	85,68	9.300.242	35,29	13.277.124	50,39
c.v.e.%	0,59	0,31	1,00	0,92	0,91	0,72
No responde	40.807	0,15	19.262	0,07	21.545	0,08
c.v.e.%	12,13	12,14	18,44	18,44	16,76	16,76

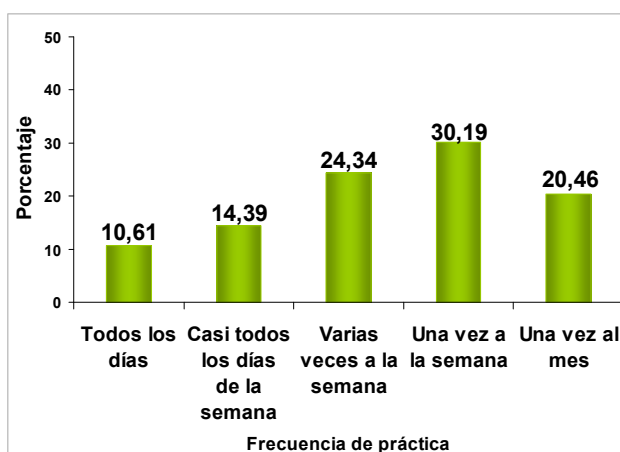
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Con relación a la frecuencia de esta práctica, de las personas de 12 años y más que la realizaron, el 30,19% lo hizo una vez a la semana, el 24,34% varias veces a la semana y el 20,46 una vez al mes (gráfico 56).

Gráfico 56

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que practicaron con videojuegos en el último mes, por frecuencia en su práctica.

2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

4.4.4 Televisión, radio y música grabada

Respecto a los resultados de los cuadros 15, 16 y 17, las personas de 12 años y más vieron y escucharon en su orden televisión (95,20%), radio (76,94%) y música grabada (51,74%). En cuanto a la participación por sexo, los datos muestran una leve mayor participación de las mujeres frente a los hombres en el consumo de televisión, radio y música grabada.

Cuadro 15

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más, por sexo, según consumo de televisión en la última semana.

2008

Ver televisión	Total		Hombre		Mujer	
	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %
Total	26.350.369	100,00	11.914.640	45,22	14.435.729	54,78
c.v.e.%	0,45	0,00	0,86	0,80	0,85	0,66
Si	25.084.394	95,20	11.351.493	43,08	13.732.901	52,12
c.v.e.%	0,48	0,13	0,90	0,84	0,88	0,69
No	1.225.168	4,65	543.886	2,06	681.282	2,59
c.v.e.%	2,59	2,58	3,73	3,74	3,38	3,35
No responde	40.807	0,15	19.262	0,07	21.545	0,08
c.v.e.%	12,13	12,14	18,44	18,44	16,76	16,76

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Cuadro 16

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más, por sexo, según escucha de radio en la última semana.

2008

Escucha de radio	Total		Hombre		Mujer	
	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %
Total	26.350.369	100,00	11.914.640	45,22	14.435.729	54,78
c.v.e.%	0,45	0,00	0,86	0,80	0,85	0,66
Si	20.273.115	76,94	9.152.046	34,73	11.121.069	42,20
c.v.e.%	0,67	0,45	1,04	0,96	1,04	0,89
No	6.036.447	22,91	2.743.333	10,41	3.293.114	12,50
c.v.e.%	1,53	1,51	2,16	2,18	2,19	2,14
No responde	40.807	0,15	19.262	0,07	21.545	0,08
c.v.e.%	12,13	12,14	18,44	18,44	16,76	16,76

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Cuadro 17

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más, por sexo, según escucha de música grabada en la última semana.

2008

Escucha de música grabada	Total		Hombre		Mujer	
	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %
Total	26.350.369	100,00	11.914.640	45,22	14.435.729	54,78
c.v.e.%	0,45	0,00	0,86	0,80	0,85	0,66
Si	13.633.045	51,74	6.464.838	24,53	7.168.206	27,20
c.v.e.%	0,81	0,72	1,29	1,26	1,16	1,06
No	12.676.518	48,11	5.430.540	20,61	7.245.977	27,50
c.v.e.%	0,94	0,78	1,45	1,40	1,40	1,27
No responde	40.807	0,15	19.262	0,07	21.545	0,08
c.v.e.%	12,13	12,14	18,44	18,44	16,76	16,76

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

En la desagregación porcentual de la televisión por rangos de edad (cuadro 18) se muestra que la mayor audiencia se concentra en la población entre los 12 y 25 años de edad con un 30,13%. En lo que respecta a radio, el mayor porcentaje de escucha lo tiene el grupo etéreo entre los 41 y 64 años con un 24,56%; y en música grabada están los jóvenes entre los 12 y 25 años con un 20,61%. En referencia a las regiones, en todas las tendencias de consumo son similares: en su orden se ve más televisión, se escucha radio y por último música grabada.

Cuadro 18

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más que vieron televisión, escucharon radio y música grabada en la última semana, por tipo de audiovisual, según rangos de edad y regiones. 12 meses. 2008

Audiovisuales	Televisión		Radio		Música grabada	
	Total	Proporción %	Total	Proporción %	Total	Proporción %
Rangos de edad						
Total personas de 12 años y más	26.350.369	100,00	26.350.369	100,00	26.350.369	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00	0,45	0,00	0,45	0,00
Total	25.084.394	95,20	20.273.115	76,94	13.633.045	51,74
c.v.e.%	0,48	0,13	0,67	0,45	0,81	0,72
12 - 25 años	7.940.391	30,13	6.236.341	23,67	5.431.467	20,61
c.v.e.%	1,18	1,11	1,37	1,31	1,41	1,40
26 - 40 años	7.155.759	27,16	5.854.958	22,22	4.116.457	15,62
c.v.e.%	1,37	1,25	1,51	1,38	1,50	1,41
41 - 64 años	7.829.663	29,71	6.472.687	24,56	3.602.707	13,67
c.v.e.%	1,25	1,18	1,33	1,26	1,74	1,69
65 años y más	2.158.582	8,19	1.709.131	6,49	482.413	1,83
c.v.e.%	1,96	1,90	2,27	2,19	4,59	4,56
Regiones						
Total personas de 12 años y más	26.350.369	100,00	26.350.369	100,00	26.350.369	100,00
c.v.e.%	0,45	0,00	0,45	0,00	0,45	0,00
Total	25.084.394	95,20	20.273.115	76,94	13.633.045	51,74
c.v.e.%	0,48	0,13	0,67	0,45	0,81	0,72
Bogotá	5.091.748	19,32	4.412.447	16,75	2.872.882	10,90
c.v.e.%	0,50	0,67	1,01	1,10	1,95	2,00
Atlántica	5.563.423	21,11	3.981.969	15,11	2.807.171	10,65
c.v.e.%	1,61	1,57	1,60	1,57	1,77	1,74
Pacífica	3.886.546	14,75	3.360.765	12,75	2.176.944	8,26
c.v.e.%	3,06	2,92	3,37	3,23	3,61	3,48
Amazonia	271.838	1,03	188.170	0,71	118.263	0,45
c.v.e.%	9,61	9,65	9,39	9,42	8,10	8,13
Andina Norte	4.132.797	15,68	3.388.669	12,86	2.334.427	8,86
c.v.e.%	1,44	1,38	2,39	2,36	2,04	2,03
Andina Sur	5.258.577	19,96	4.255.358	16,15	2.870.498	10,89
c.v.e.%	2,49	2,38	2,51	2,39	2,50	2,48
Orinoquia	879.465	3,34	685.737	2,60	452.860	1,72
c.v.e.%	4,86	4,94	4,71	4,79	5,06	5,11

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

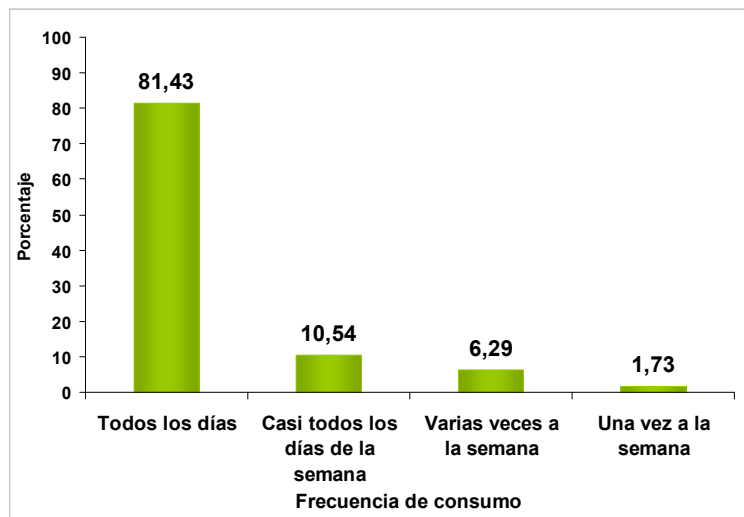
Respecto a la frecuencia en el consumo de televisión (gráfico 57), del 95,20% de las personas de 12 años y más de las cabeceras municipales que vieron televisión, el 81,43%

vio televisión todos los días, el 10,54% casi todos los días de la semana y el 6,29% varias veces a la semana. En lo que respecta a la radio (gráfico 58), el 62,29% de las personas de 12 años y más escuchó radio todos los días, el 17,90% lo hizo casi todos los días de la semana y el 14,84% varias veces en la semana. Sobre música grabada el gráfico 59 expone que el 28,65% de las personas de 12 años y más que escucharon música lo hicieron varias veces a la semana, el 27,96% todos los días y el 26,33% casi todos los días.

Gráfico 57

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que vieron televisión la última semana, por frecuencia de consumo.

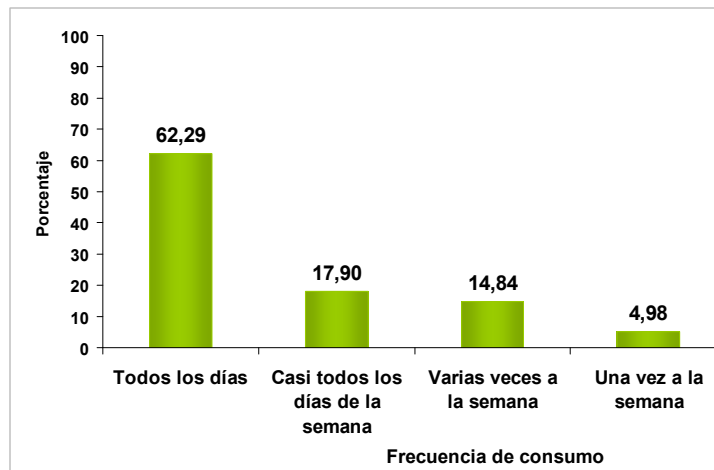
2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Gráfico 58

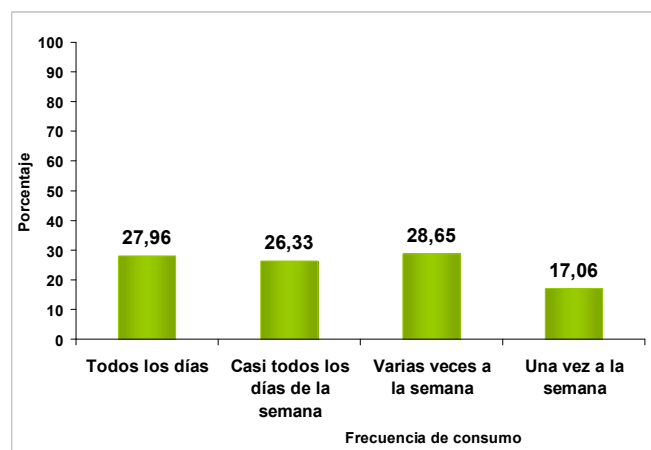
Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que escucharon radio en la última semana, por frecuencia de consumo. 2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Gráfico 59

Colombia cabeceras municipales. Distribución porcentual de personas de 12 años y más que escucharon música grabada en la última semana, por frecuencia de consumo. 2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

4.5 FORMACIÓN Y PRÁCTICA CULTURAL

En el tema formación en áreas artísticas y culturales, el 19,51% de las personas de 12 años y más participó en este tipo de actividades educativas, mientras que el 80,33% no lo hizo y el 0,16% no respondió la pregunta como lo expone el cuadro 19:

Cuadro 19

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más, por sexo, según asistencia a cursos y talleres en áreas de lo cultural en los últimos 12 meses. 2008

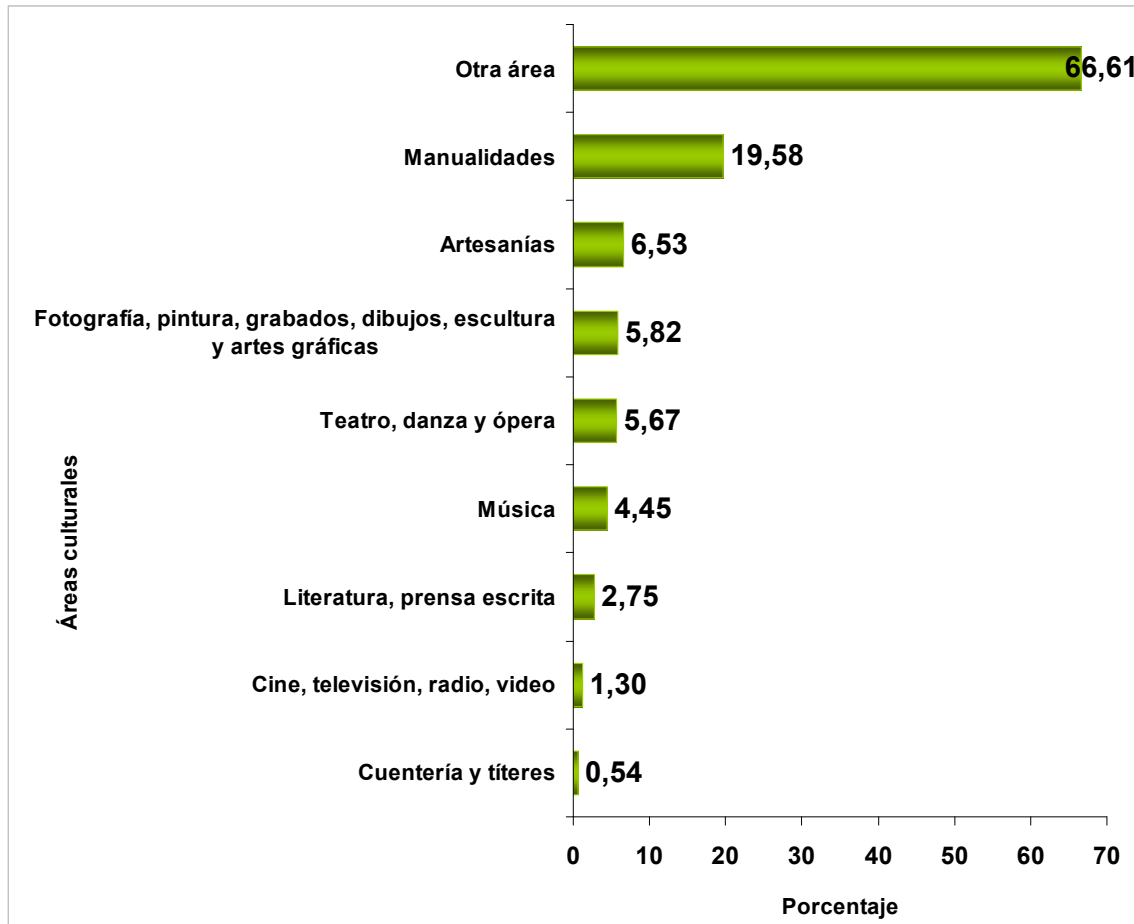
Asistencia a taller o curso en algún área de lo cultural	Total		Hombre		Mujer	
	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %
Total	26.350.369	100,00	11.914.640	45,22	14.435.729	54,78
c.v.e.%	0,45	0,00	0,86	0,80	0,85	0,66
Si	5.142.082	19,51	2.107.609	8,00	3.034.473	11,52
c.v.e.%	1,32	1,20	2,46	2,40	1,92	1,85
No	21.166.832	80,33	9.787.121	37,14	11.379.711	43,19
c.v.e.%	0,52	0,29	0,95	0,92	0,96	0,80
No responde	41.455	0,16	19.910	0,08	21.545	0,08
c.v.e.%	11,96	11,97	17,88	17,89	16,76	16,76

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

El 66,61% de las personas de 12 años y más fue a talleres de otras áreas culturales diferentes a las opciones planteadas en la encuesta, el 19,58% participó en cursos de manualidades y el 6,53% estuvo en clases informales de artesanías. Se destaca que el área en el cual hubo una menor participación en talleres fue la cuentería y los títeres con un 0,54% (gráfico 60).

Gráfico 60

Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que participaron en talleres o cursos en los últimos 12 meses, por área cultural. 2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008¹²

Respecto a las prácticas culturales (cuadro 20), el 12,77% de la población de 12 años y más afirmó haber realizado alguna durante los últimos 12 meses, el 87,07% no hizo alguna práctica cultural y el 0,16% no respondió la pregunta.

¹² Este gráfico expone las opciones de múltiple respuesta de la pregunta.

Cuadro 20

Colombia cabeceras municipales. Total de personas de 12 años y más, por sexo, según realización de prácticas culturales.

2008

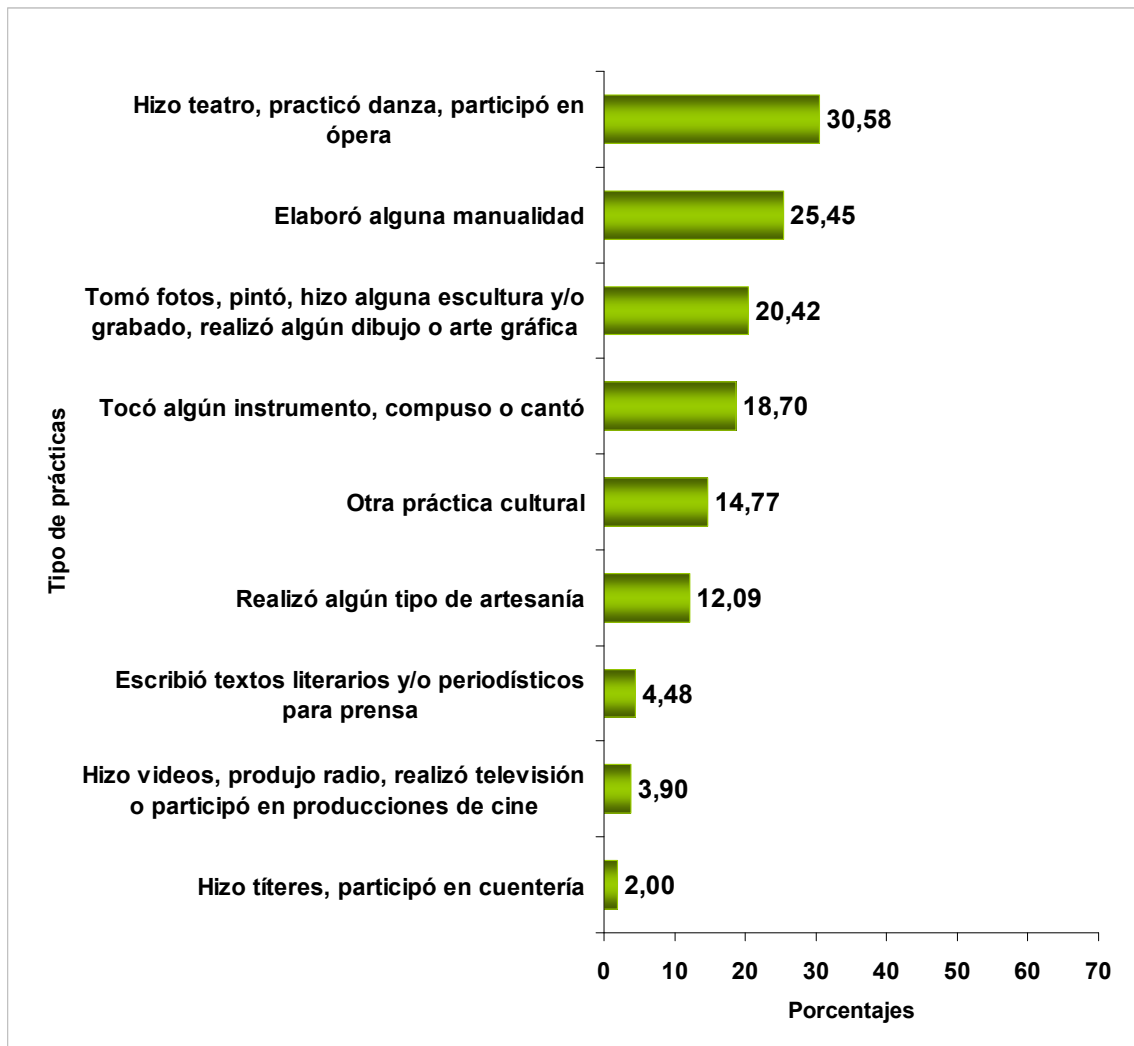
Realización de prácticas culturales	Total		Hombre		Mujer	
	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %	Personas	Proporción %
Total	26.350.369	100,00	11.914.640	45,22	14.435.729	54,78
c.v.e.%	0,45	0,00	0,86	0,80	0,85	0,66
Si	3.364.536	12,77	1.388.753	5,27	1.975.782	7,50
c.v.e.%	1,72	1,71	2,65	2,68	2,15	2,11
No	22.944.378	87,07	10.505.977	39,87	12.438.401	47,20
c.v.e.%	0,54	0,25	0,97	0,90	0,96	0,78
No responde	41.455	0,16	19.910	0,08	21.545	0,08
c.v.e.%	11,96	11,97	17,88	17,89	16,76	16,76

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

Teniendo en cuenta el porcentaje de personas de 12 años y más hicieron algún tipo de práctica cultural el último año (12,77%), se destaca en el gráfico 61 que las prácticas culturales más realizadas son las relacionadas con artes escénicas (30,58%), seguidas por la elaboración de alguna manualidad (25,45%), la producción/creación de alguna pieza u obra de artes visuales o plásticas (20,42%), y la interpretación de algún instrumento, cantar o componer (18,70%).

Gráfico 61

Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que realizaron algún tipo de práctica cultural en los últimos 12 meses, por área cultural. 2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008¹³

¹³ Este gráfico expone las opciones de múltiple respuesta de la pregunta

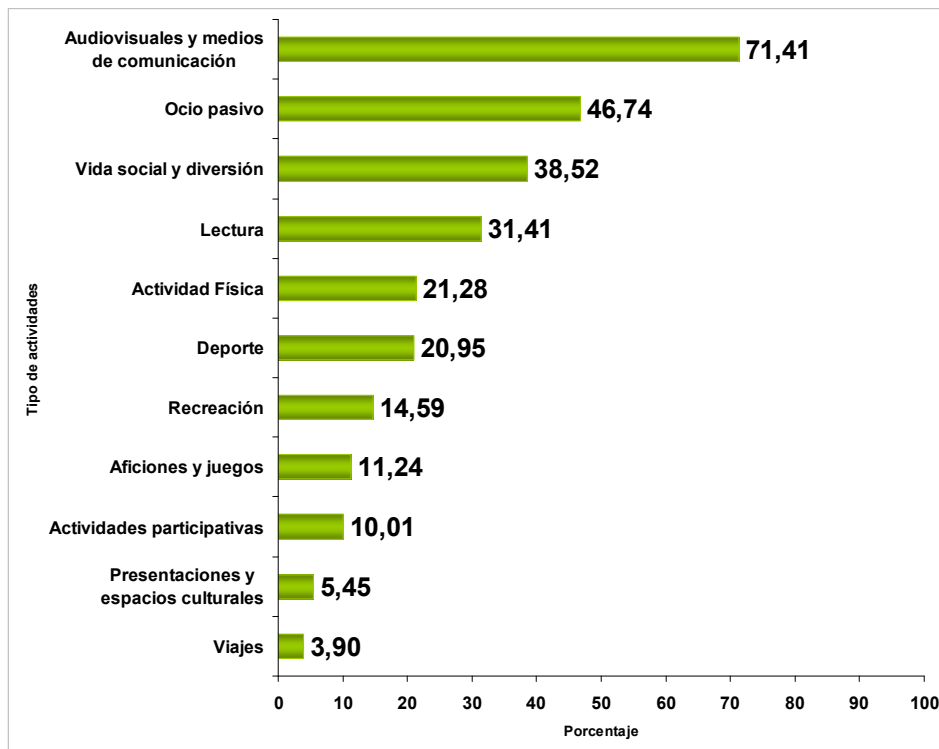
4.6 TIEMPO LIBRE¹⁴

De acuerdo con el gráfico 62, de los mayores de 12 años y más que afirmaron invertir por lo menos una hora de tiempo libre entre lunes y domingo en actividades de tiempo libre en la semana anterior a la encuesta, el 71,41% vio y escuchó audiovisuales y medios de comunicación, el 46,74% realizó actividades de ocio pasivo, el 38,52% dijo haber invertido este tiempo en actividades relacionadas con la vida social y la diversión y el 31,41% dedicó una parte de su tiempo libre a la lectura. Es importante anotar que en estos casos las opciones de respuesta eran múltiples.

Gráfico 62

Colombia cabeceras municipales. Porcentaje de personas de 12 años y más que invirtieron por lo menos una hora en tiempo libre de lunes a domingo en la última semana, por tipo de actividad realizada.

2008



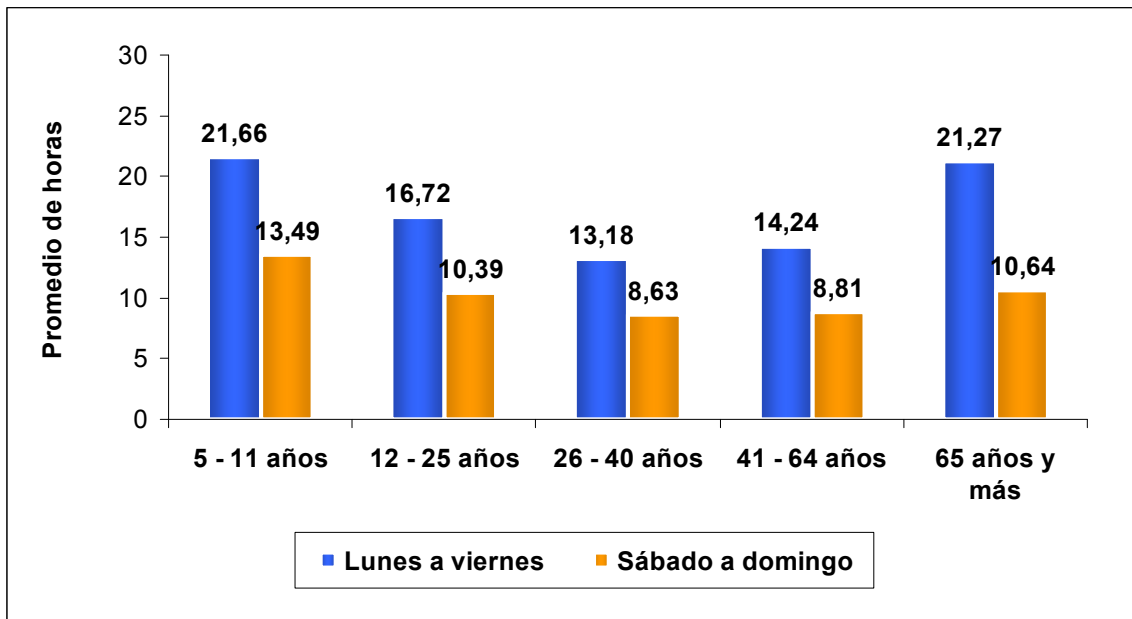
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

¹⁴ Para conocer la tabla de validación de tiempo, favor consultar el capítulo de tiempo libre-niños y niñas página 51.

En el gráfico 63 la curva de promedio expone como existe un mayor promedio de horas en tiempo libre en las poblaciones de menor y mayor edad (5 a 11 – 65 y más), mientras que aquellas personas entre los 26 y 64 años presentan diferencias en el promedio de horas invertidas en actividades de tiempo libre tanto de lunes a viernes como de sábado a domingo, siendo el rango de edad con el menor promedio para ambos periodos en la semana.

Gráfico 63

Colombia cabeceras municipales. Promedio de horas invertidas en tiempo libre de lunes a domingo por la población de 5 años y más por rangos de edad 2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

5. CARACTERÍSTICAS DE LA ENCUESTA

La operación estadística de Consumo Cultural fue aplicada por muestreo probabilístico a 38.237 personas en 12.031 hogares en 68 municipios de 26 departamentos del país¹⁵. La población objetivo es el conjunto de personas de 5 años y más residentes en los hogares particulares que habitan en las viviendas seleccionadas en la muestra, en las cabeceras de los municipios del territorio nacional¹⁶.

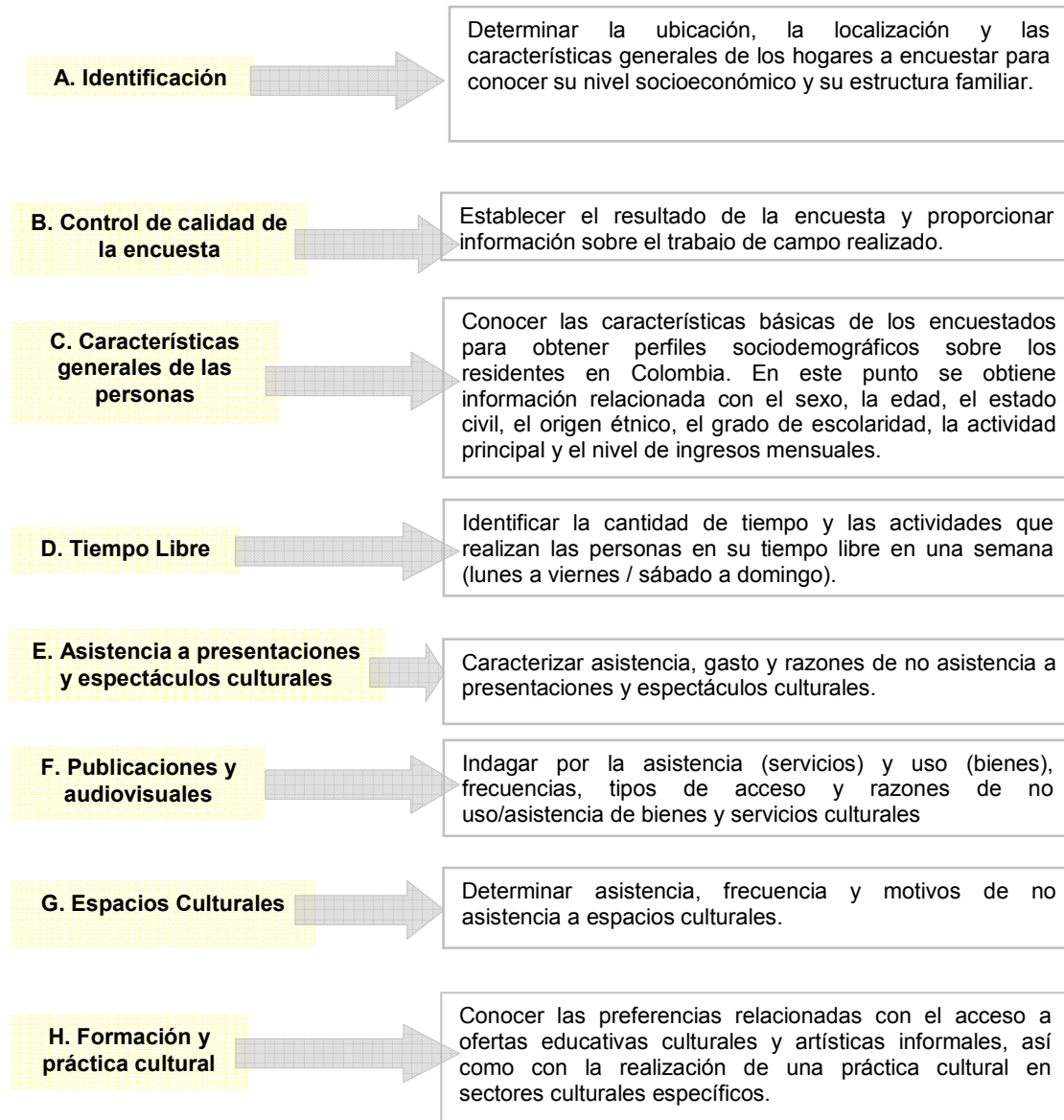
En este caso, como metodología de recolección fue usada la encuesta personal a través de entrevistado directo para las personas de 12 años y más, y para los menores entre los 5 y 11 años, se obtuvo la información mediante el entrevistado idóneo quienes bajo esta metodología eran los padres o algún acudiente directo del niño o niña.

El cuestionario está compuesto por ocho módulos, los tres primeros permiten la identificación y localización de la vivienda, el conocimiento de la composición del hogar y las características generales de las personas. Los cinco módulos restantes integran las categorías conceptuales sobre consumo cultural. En gráfico 64 muestra la estructura general de la encuesta:

15 Apartadó, Bello, Envigado, Itagüí, Medellín, Barranquilla, Soledad, Bogotá D.C., Cartagena, Tunja, Manizales, Florencia, Popayán, Valledupar, Montería, Soacha, Neiva, Riohacha, Santa Marta, Villavicencio, Pasto, Cúcuta, Armenia, Dosquebradas, Pereira, Barrancabermeja, Bucaramanga, Floridablanca, Girón, Sincelajo, Ibagué, Buenaventura, Cali, Cartago, Palmira, Tuluá, Turbaco, Cereté, Facatativá, Fusagasugá, Girardot, Quibdó, Pitalito, Maicao, Villa Del Rosario, Santa Rosa De Cabal, Yopal, Villamaría, Santander De Quilichao, Sibaté, El Banco, Sampués, Flandes, Aguazul, San José Del Guaviare, Candelaria, Usiacurí, Guaduas, San Juan Del Cesar, Chibolo, San Pedro, Victoria, El Tambo, Pital, La Tola, Ortega, San Juanito y Suaita.

¹⁶ No se incluyen en la muestra los lugares especiales de alojamiento como cárceles o centros de rehabilitación penitenciarios, orfanatos o albergues infantiles, hogares geriátricos o asilos de ancianos, conventos, seminarios o monasterios, internados de estudio, cuarteles, guarniciones o estaciones de policía, campamentos de trabajo, albergues para desplazados y reinsertados, centros de rehabilitación no penitenciarios, ni unidades económicas o agropecuarias.

Gráfico 644
Módulos de la Encuesta de Consumo Cultural
2008



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

6. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 OBJETIVOS

General

Caracterizar las prácticas culturales asociadas al consumo cultural y al uso del tiempo libre de la población residente en Colombia de 5 años y más.

Específicos

- Determinar los usos, preferencias y gastos que respecto a bienes, servicios y espacios culturales hacen los residentes en Colombia de 5 años y más.
- Identificar las razones de no asistencia y uso de bienes, servicios y espacios culturales.
- Conocer las principales actividades realizadas en el tiempo libre.
- Identificar algunas prácticas culturales que hacen los ciudadanos asociadas a la realización de actividades culturales y a la formación en las áreas relacionadas.
- Producir información oficial sobre el tema cultural para la gestión pública.

6.2 ALCANCE TEMÁTICO Y PRINCIPALES INDICADORES

La operación estadística entrega datos importantes sobre las siguientes categorías e indicadores:

Uso del tiempo libre

- Promedio de horas semanales invertidas en las actividades cotidianas y en tiempo libre.
- Tipo de actividades realizadas en el tiempo libre.

Presentaciones y espectáculos culturales

- Asistencia y frecuencia de participación en actividades culturales como obras de teatro, danza y ópera, conciertos y presentaciones de música en vivo; ferias y exposiciones artesanales
- Acceso a espectáculos de entrada gratuita.
- Asistencia a otras actividades culturales.

Publicaciones

- Lectura y frecuencia de lectura de libros, periódicos y revistas.
- Razones de no lectura de publicaciones.
- Formas de adquisición de publicaciones.
- Promedio de libros leídos.

Audiovisuales y música

- Asistencia a cine (proyección).
- Razones de no asistencia a cine.
- Consumo de cine colombiano.
- Promedio de películas colombianas vistas.
- Consumo de videos y televisión (uso y frecuencia)
- Práctica con videojuegos (uso y frecuencia)
- Escucha de radio y música grabada (uso y frecuencia)

Espacios culturales

- Asistencia a bibliotecas, casas de la cultura, centros culturales, museos, galerías y salas de exposiciones -monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos-.
- Razones de no asistencia a espacios culturales.

Formación

- Asistencia a cursos y talleres en áreas específicas (educación informal).

Práctica cultural

- Realización de prácticas culturales.

7. RESEÑA DEL MARCO CONCEPTUAL

Prácticas de consumo cultural

Como herencia de las denominaciones económicas el consumo se asocia con el uso de diversos tipos de productos y servicios. En referencia a lo cultural, esta categoría se refiere a aquellas dinámicas que involucran tanto la circulación como la apropiación de mensajes y contenidos. Ello implica no solo la producción de éstos, sino el ejercicio activo de recepción y resignificación que está presente en quienes obtienen este tipo de producciones culturales¹⁷.

A diferencia de la perspectiva económica, esta circulación no finiquita en la obtención, sino que a partir de ello se generan nuevas representaciones y sentidos, es decir, que el consumo se constituye así en un “conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”¹⁸.

Ello indica que el valor de cambio del producto no es igual al valor simbólico que los sujetos le imprimen. Algunos servicios o bienes culturales pueden ser gratuitos o no pagos, pero pueden estar cargados de múltiples sentidos para quienes hacen uso de ellos, porque los bienes y servicios hacen posible la puesta en escena de identidades, valores, costumbres e imaginarios, entre otras construcciones simbólicas.

Si las producciones culturales contienen en sí mismas significados, la relación que los sujetos establecen con ellas en sus cotidianidades (o sus usos) implican una negociación de sentidos, es decir, un ejercicio de apropiación que articula lo que de ellas se interpreta con la propia experiencia para aceptar, rechazar o re-crear su significado.

Esta apropiación (o consumo) está atravesada por la historia de cada sujeto, por su noción de sí mismo y de los otros, por sus deseos e imposibilidades (esto es, por la posición que ocupa en el campo cultural), por ello es al mismo tiempo reproducción de lo

¹⁷ MARTÍN BARBERO J. De los medios a las mediaciones. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2003, p. 296.

¹⁸ GARCÍA CANCLINI, Néstor. El consumo cultural: una propuesta teórica. En: SUNKEL, Guillermo. El consumo cultural en América Latina. Convenio Andrés Bello, Bogotá. 2006. p. 89.

que ya está definido (las reglas de juego) y producción de sentidos (transformación de esas reglas para lograr lo que quiere)¹⁹. Así, todos los sujetos son tanto productores como consumidores y cada uno participa con otros en la negociación de sentidos (esto es, de lo cultural) cuando inscribe nuevos significados en las producciones culturales.

Los bienes y los servicios culturales son entendido en este caso como producciones culturales diferentes, ya que mientras los primeros son duraderos (permanecen en el tiempo) y posibilitan su adquisición como propiedad por quien los consume, los segundos sólo pueden apropiarse en su momento de ejecución (no permanecen en el tiempo) y en consecuencia, no pueden ser propiedad de quien los consume²⁰. Entre los bienes se encuentran, por ejemplo, los libros, mientras que un servicio cultural es el teatro (entendido como puesta en escena en vivo) o un taller en artes plásticas.

Tiempo libre

El tiempo libre es entendido como aquel período en el que se ejecutan actividades tanto individuales como colectivas que expresan una forma de vida cotidiana y una manera específica de organizar el tiempo que resta de las actividades consideradas como obligatorias. Algunos estudios iniciados en la Unión Soviética a mediados del siglo anterior, mostraron la necesidad de construir una agenda complementaria en el tiempo autónomo, con el fin de potenciar nuevas posibilidades que redunden en el desarrollo y capacidad productiva de cada persona²¹.

Según Munné²², el tiempo libre es un fenómeno característico de las sociedades modernas, en las que nuevas dinámicas de trabajo han ido restando tiempo a las actividades de producción para dar paso a la realización de otras actividades. A partir del análisis del tiempo en el mundo moderno hecho por este autor, la encuesta de Consumo Cultural retomó las cuatro categorías de tiempo formuladas, como se ve a continuación:

¹⁹ MARTÍN BARBERO J., Op. Cit., pp XXI.

²⁰ CUADRADO M. y BERENQUER G. (coord.). El consumo de servicios culturales. Madrid: ESIC, 2002, pp 14 – 18.

DOUGLAS M, ISHERWOOD B. El mundo de los bienes: hacia una antropología del consumo. México: Grijalbo, CONACULTA. 1990.

²¹ GRUSHIN B. El tiempo libre: problemas actuales. Montevideo: Pueblos Unidos. 1968.

²² MUNNÉ, F. Psicología del tiempo libre: un enfoque crítico. México: Trillas, 1992.

- *El tiempo psicobiológico*: que se ocupa en conductas impulsadas por necesidades psíquicas y biológicas.
- *El tiempo socioeconómico*: consistente en actividades laborales y productoras de bienes y servicios.
- *El tiempo sociocultural*: que implica los compromisos establecidos por la sociedad y por el grupo al que se pertenece.
- *El tiempo libre*: en el que las acciones que se realizan no obedecen a una necesidad externa que las impulse o una obligación.

8. INDICADORES DE CALIDAD DE LA ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL

Para establecer la calidad de los datos que provee la encuesta de Consumo Cultural, se obtienen cuatro indicadores a saber: el coeficiente de variación estimado, la tasa de cobertura, la tasa de encuestas completas y la tasa de oportunidad.

En los cuadros de salida anexos se establecen los coeficientes de variación para cada uno de los cuadros de salida de la encuesta de Consumo Cultural. Respecto a los otros dos indicadores, éstos se calculan a partir de los datos recolectados en el operativo de campo.

8.1 INDICADOR DE COBERTURA

Este indicador permite medir la cantidad de hogares encuestados con respecto al total de hogares seleccionados según el diseño muestral. Para que este indicador sea aceptable, es esencial que haya logrado el mínimo nivel de referencia que, para el caso, es del 90% frente al total de hogares seleccionados en la muestra.

Si por diversos motivos no se obtiene el nivel de referencia esperado, es importante definir las causas y razones que no permitieron obtener dicho nivel, para así tomar las decisiones a las que haya lugar.

El cálculo del indicador de cobertura se obtiene mediante la siguiente fórmula:

$$IC = \frac{\text{Total de hogares encuestados}}{\text{Total de hogares seleccionados}} * 100$$

En referencia a la encuesta de Consumo Cultural, el indicador de cobertura por cada municipio de la muestra y la tasa de cobertura total se expone en la tabla 7:

Tabla 7

Cabeceras municipales. Resumen de cobertura para cada municipio y cobertura total de la encuesta de Consumo Cultural 2008

Estrato	Municipio	Tamaño diseñado de hogares por estrato	Tamaño diseñado de hogares por municipio	Tamaño real de hogares	Indicador de cobertura IC (%)
1	05001 MEDELLÍN	9.366	682	656	96,2
	05045 APARTADÓ		85	80	94,1
	05088 BELLO		162	161	99,4
	05266 ENVIGADO		80	80	100,0
	05360 ITAGUI		80	78	97,5
	08001 BARRANQUILLA		360	360	100,0
	08758 SOLEDAD		240	240	100,0
	11001 BOGOTÁ, D.C.		2342	2272	97,0
	13001 CARTAGENA		422	419	99,3
	15001 TUNJA		80	80	100,0
	17001 MANIZALES		203	203	100,0
	18001 FLORENCIA		60	60	100,0
	19001 POPAYÁN		120	120	100,0
	20001 VALLEDUPAR		161	149	92,5
	23001 MONTERÍA		140	140	100,0
	25754 SOACHA		224	223	99,6
	27001 QUIBDÓ		223	183	82,1
	41001 NEIVA		192	192	100,0
	44001 RIOHACHA		81	76	93,8
	47001 SANTA MARTA		200	181	90,5
	50001 VILLAVICENCIO		223	219	98,2
	52001 PASTO		161	161	100,0
	54001 CÚCUTA		320	320	100,0
	63001 ARMENIA		160	160	100,0
	66001 PEREIRA		220	220	100,0
	66170 DOSQUEBRADAS		60	60	100,0
	68001 BUCARAMANGA		279	269	96,4
	68081 BARRANCABERMEJA		100	99	99,0
	68276 FLORIDABLANCA		119	117	98,3

Estrato	Municipio	Tamaño diseñado de hogares por estrato	Tamaño diseñado de hogares por municipio	Tamaño real de hogares	Indicador de cobertura IC (%)
	68307 GIRÓN		40	39	97,5
	70001 SINCELEJO		121	120	99,2
	73001 IBAGUÉ		280	279	99,6
	76001 CALI		725	725	100,0
	76109 BUENAVENTURA		100	100	100,0
	76147 CARTAGO		81	81	100,0
	76520 PALMIRA		140	139	99,3
	76834 TULUÁ		100	100	100,0
	13836 TURBACO		137	137	100,0
	23162 CERETÉ		121	121	100,0
	25269 FACATATIVÁ		190	182	95,8
	25290 FUSAGASUGÁ		211	187	88,6
	25307 GIRARDOT		286	266	93,0
2	41551 PITALITO	1.860	165	165	100,0
	44430 MAICAO		150	147	98,0
	54874 VILLA DEL ROSARIO SANTA ROSA DE		180	180	100,0
	66682 CABAL		150	150	100,0
	85001 YOPAL		270	270	100,0
	17873 VILLAMARÍA SANTANDER DE		90	90	100,0
	19698 QUILICHAO		101	100	99,0
	25740 SIBATÉ		33	33	100,0
3	47245 EL BANCO	525	80	76	95,0
	70670 SAMPUÉS		40	40	100,0
	73275 FLANDES		71	70	98,6
	85010 AGUAZUL SAN JOSÉ DEL		40	40	100,0
	95001 GUAVIARE		70	70	100,0
	08141 CANDELARIA		30	30	100,0
	08849 USIACURÍ		30	30	100,0
4	25320 GUADUAS SAN JUAN DEL	262	51	50	98,0
	44650 CESAR		70	67	95,7
	47170 CHIBOLO		40	34	85,0
	70717 SAN PEDRO		41	41	100,0

Estrato	Municipio	Tamaño diseñado de hogares por estrato	Tamaño diseñado de hogares por municipio	Tamaño real de hogares	Indicador de cobertura IC (%)
5	17867 VICTORIA	159	30	30	100,0
	19256 EL TAMBO		30	30	100,0
	41548 PITAL		29	29	100,0
	52390 LA TOLA		30	30	100,0
	73504 ORTEGA		40	40	100,0
6	50686 SAN JUANITO	136	51	50	98,0
	68770 SUAITA		85	85	100,0
TOTAL		12.308	12.308	12.031	97,7

Fuente: DANE – Encuesta Consumo Cultural 2008

En general se obtuvo una cobertura del 97,7%, porcentaje que señala que el trabajo en campo se acercó a las metas propuestas a partir de la muestra diseñada. En sólo tres municipios (Chibolo, Fusagasugá y Quibdó) la cobertura en hogares fue menor al nivel de referencia esperado y en más del 55% de municipios de la muestra la cobertura fue del 100%.

8.2 INDICADOR DE COMPLETEZ

Con este indicador se mide el nivel de completitud de la información recolectada y, al igual que la tasa de cobertura, el nivel de referencia es del 90%, lo que implica que una buena completitud de la información se obtiene cuando se establece que el 90% o más de las encuestas realizadas están completas. En el caso de la encuesta de Consumo Cultural, se tienen en cuenta los criterios presentados en la tabla 8:

Tabla 8
Condiciones para calificar una encuesta como completa
2008

No. de pregunta	Pregunta	Variable	Estado
Módulo C. Características generales de las personas			
2	Sexo: Hombre o mujer	C02_SEX	Aparece respuesta
3	¿Cuántos años cumplidos tiene?	C03_EDAD	Aparece respuesta
6	De acuerdo con su cultura, pueblo o rasgos físicos, usted se reconoce como:	C06_REC	
8	Actualmente, su actividad principal es:	C08_ACP	Aparece respuesta
Módulo D. Tiempo libre			
11	¿Cuántas horas de su tiempo ocupó la semana pasada en las siguientes actividades?	D11A1_HSLV D11A2_HSSD D11B1_HSLV D11B2_HSSD D11C1_HSLV D11C2_HSSD D11D1_HSLV D11D2_HSSD D11E1_HSLV D11E2_HSSD D11F1_HSLV D11F2_HSSD D11G1_HSLV D11G2_HSSD D11H1_HSLV D11H2_HSSD D11I1_HSLV D11I2_HSSD D11J1_HSLV D11J2_HSSD	Aparece respuesta para todas las variables

Fuente: DANE – Encuesta Consumo Cultural 2008

Tabla 8 (continuación)

Condiciones para calificar una encuesta como completa

2008

Módulo E. Asistencia a Presentaciones y Espectáculos culturales			
13	¿Usted asistió en los últimos 12 meses a teatro, danza y ópera y con qué frecuencia:	E13_ASEC	Aparece respuesta
Módulo F. Publicaciones y Audiovisuales			
26	¿Usted sabe leer y escribir?	F26_SLE	Aparece respuesta
27	En los últimos 12 meses, ¿leyó libros y con qué frecuencia:	F27_LL	Aparece respuesta
44	En los últimos 12 meses, ¿usted fue a cine y con qué frecuencia:	F44_AC	Aparece respuesta
54	En la última semana, ¿usted vio televisión y con qué frecuencia:	F54_VTV	Aparece respuesta
Módulo G. Asistencia a espacios culturales			
68	¿Asistió a bibliotecas en los últimos 12 meses y con qué frecuencia:	G68_ASB	Aparece respuesta
71	En los últimos 12 meses, ¿fue a casas de la cultura y con qué frecuencia:	G71_ASCC	Aparece respuesta
Módulo H. Formación y práctica cultural			
81	¿Usted tomó cursos o talleres en los últimos 12 meses y en qué áreas:	H81_CTA	Aparece respuesta

Fuente: DANE – Encuesta Consumo Cultural 2008

Si la proporción de encuestas completas sobre el total de encuestas realizadas es menor al tope de referencia, se deben aclarar las posibles causas de esta situación para realizar las acciones pertinentes. La fórmula con la cual se calcula el indicador de encuestas completas es:

$$IEC = \frac{\text{Encuestas completas}}{\text{Encuestas realizadas}} * 100$$

En la encuesta de Consumo Cultural se cuenta con 35.275 encuestas completas frente a un total de 38.275 encuestas realizadas, lo cual expone que el indicador de encuestas completas es del 92,2%, lo que indica que se cumplió con el mínimo nivel de referencia propuesto (90%) y se logró un buen nivel de completitud. En la siguiente tabla se expone

el indicador de encuestas completas para cada uno de los municipios de la muestra, así como el indicador general:

Tabla 9
Resumen del indicador de encuestas completas
2008

Estrato	Municipio	Encuestas realizadas	Encuestas completas	IEC (%)	
1	05001	MEDELLÍN	1 967	1 769	89,9
	05045	APARTADÓ	227	207	91,2
	05088	BELLO	511	478	93,5
	05266	ENVIGADO	257	250	97,3
	05360	ITAGUÍ	216	210	97,2
	08001	BARRANQUILLA	1 213	1 149	94,7
	08758	SOLEDAD	917	841	91,7
	11001	BOGOTÁ, D.C.	6849	6 331	92,4
	13001	CARTAGENA	1 358	1 169	86,1
	15001	TUNJA	215	202	94,0
	17001	MANIZALES	614	560	91,2
	18001	FLORENCIA	207	196	94,7
	19001	POPAYÁN	368	357	97,0
	20001	VALLEDUPAR	569	520	91,4
	23001	MONTERÍA	543	503	92,6
	25754	SOACHA	784	738	94,1
	27001	QUIBDÓ	666	606	91,0
	41001	NEIVA	629	601	95,5
	44001	RIOHACHA	290	270	93,1
	47001	SANTA MARTA	522	450	86,2
	50001	VILLAVICENCIO	684	622	90,9
	52001	PASTO	556	523	94,1
	54001	CÚCUTA	1 099	1 021	92,9
	63001	ARMENIA	488	450	92,2
	66001	PEREIRA	676	633	93,6
	66170	DOSQUEBRADAS	178	171	96,1
	68001	BUCARAMANGA	835	792	94,9
	68081	BARRANCABERMEJA	323	285	88,2
	68276	FLORIDABLANCA	389	373	95,9
	68307	GIRÓN	128	123	96,1
	70001	SINCELEJO	519	485	93,4
	73001	IBAGUÉ	882	824	93,4
	76001	CALI	2 111	2 001	94,8

Estrato	Municipio	Encuestas realizadas	Encuestas completas	IEC (%)
	76109 BUENAVENTURA	316	279	88,3
	76147 CARTAGO	272	249	91,5
	76520 PALMIRA	424	403	95,0
	76834 TULUÁ	298	283	95,0
2	13836 TURBACO	502	433	86,3
	23162 CERETÉ	499	472	94,6
	25269 FACATATIVÁ	565	518	91,7
	25290 FUSAGASUGÁ	550	488	88,7
	25307 GIRARDOT	779	704	90,4
	41551 PITALITO	574	552	96,2
	44430 MAICAO	470	437	93,0
	54874 VILLA DEL ROSARIO	606	582	96,0
	66682 SANTA ROSA DE CABAL	440	393	89,3
	85001 YOPAL	817	767	93,9
3	17873 VILLAMARÍA	293	268	91,5
	19698 SANTANDER DE QUILICHAO	320	304	95,0
	25740 SIBATÉ	114	102	89,5
	47245 EL BANCO	253	218	86,2
	70670 SAMPUÉS	153	117	76,5
	73275 FLANDES	212	186	87,7
	85010 AGUAZUL	106	94	88,7
4	95001 SAN JOSÉ DEL GUAVIARE	196	181	92,3
	08141 CANDELARIA	109	84	77,1
	08849 USIACURÍ	124	113	91,1
	25320 GUADUAS	121	105	86,8
	44650 SAN JUAN DEL CESAR	235	219	93,2
	47170 CHIBOLO	149	143	96,0
	70717 SAN PEDRO	138	107	77,5
5	17867 VICTORIA	70	60	85,7
	19256 EL TAMBO	93	88	94,6
	41548 PITAL	106	99	93,4
	52390 LA TOLA	96	82	85,4
	73504 ORTEGA	126	112	88,9
6	50686 SAN JUANITO	151	148	98,0
	68770 SUAITA	208	175	84,1
TOTAL		38 275	35 275	92,2

Fuente: DANE – Encuesta Consumo Cultural 2008

Es importante destacar que a pesar de que se obtuvo un buen nivel de completitud, en 19 municipios no se logró el mínimo nivel de referencia propuesto (90%), situación que es conveniente evaluar para conocer las causas e identificar posibles rutas de solución.

8.3 INDICADOR DE OPORTUNIDAD

Este indicador se refiere a la oportunidad sobre la entrega de resultados de la encuesta de Consumo Cultural, y el resultado de la medida de este indicador se da en días. Para realizar el cálculo, se establece la siguiente fórmula:

$$\text{IOP} = \text{Fecha real de entrega de resultados} \quad (-) \quad \text{Fecha planeada por cronograma para entrega de resultados}$$

Para el año 2008, el indicador arrojó el siguiente resultado:

$$+3 = 18-12-08 \quad (-) \quad 15-12-08$$

Lo anterior indica que hubo tres días de desfase en la entrega de resultados. La publicación final de resultados se aplazó debido a los ajustes que se hicieron a los informes, por recomendaciones de la Dirección del DANE en el comité interno celebrado el 17 de diciembre de 2008.