

ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2014



- Asistencia a presentaciones y espectáculos culturales.
- Asistencia a cine.
- Lectura de publicaciones.
- Consumo de videos y práctica con video juegos
- Asistencia a espacios culturales.
- Asistencia a cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales y realización de prácticas culturales.
- Uso de internet.



Director
Mauricio Perfetti del Corral

Subdirector
Diego Silva Ardila

Dirección de Metodología y Producción Estadística DIMPE
Estadística
Eduardo Efraín Freire Delgado

INTRODUCCIÓN

La Encuesta de Consumo Cultural permite caracterizar prácticas culturales asociadas al consumo cultural de la población de 5 años y más que reside en las cabeceras municipales del territorio colombiano.

La encuesta se desarrolla con una periodicidad bienal y recoge datos sobre las prácticas de las personas relacionadas con el consumo de bienes y servicios culturales ofertados por el sector cultural. Tiene una cobertura a nivel nacional de las cabeceras municipales y cuenta con representatividad geográfica para seis regiones Bogotá, Atlántica, Oriental, Central, Pacífica y Amazonía/Orinoquía.

Para el 2014 la Encuesta de Consumo Cultural se llevó a cabo en las cabeceras municipales de 29 departamentos del país, durante los meses de agosto y septiembre, tomando como periodo de referencia los últimos 12 meses (septiembre de 2013 - agosto de 2014). La encuesta fue aplicada a 26.302 personas de 8.623 hogares.

Las principales variables que incluye la encuesta son: asistencia a presentaciones y espectáculos culturales, asistencia espacios culturales y asistencia a cine; lectura impresa y digital de libros, revistas y periódicos; lectura de Blogs, foros, páginas Web y correos electrónicos; consumo de audiovisuales como videos, televisión, radio y música grabada; realización de prácticas culturales y asistencia a talleres en áreas artísticas y culturales.

1. Consumos Culturales 2014

- De las personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir, el 79,9% leyó en soporte impreso y/o digital.
- Durante 2014 el 69,9% de la población de 12 años y más escuchó radio (incluye radio escuchada por Internet)
- Del total de personas de 12 años y más el 60,6% afirmó usar Internet en los últimos tres meses.
- En 2014 el 49,7% de la población de 12 años y más asistió por lo menos a una presentación y/o espectáculo.
- El 41,5% de las personas de 12 años y más asistieron por lo menos a un espacio cultural en 2014.
- El 33,8% de las personas de 12 años y más fueron a cine en 2014.

Gráfico 1
Consumos culturales
Personas de 12 años y más
2014

Cabeceras Municipales	Tasa
Lectura en cualquier formato y/o soporte	79,9
Consumo de radio	69,9
Uso de Internet	60,6
Asistencia a presentaciones y espectáculos	49,7
Asistencia a espacios culturales	41,5
Asistencia a cine	33,8

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

2. Asistencia a presentaciones y espectáculos culturales

La asistencia de las personas de 12 años y más a conciertos, recitales y presentaciones de música en vivo presentó un aumento en 2014, pasó de 27,9% en 2012 a 30,0% en 2014, la asistencia a ferias y exposiciones artesanales pasó de 27,3% en 2012 a 28,5% en 2014.

El porcentaje de asistencia a teatro, danza y opera en 2014 fue el 16,6% y en 2012 el 16,2%; la asistencia a exposiciones, ferias y muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura y artes gráficas pasó de 13,2% en 2012 a 13,4% en 2014 (Gráfico 2).

Gráfico 2
Asistencia a presentaciones y espectáculos culturales
Personas de 12 años y más
2014

Cabeceras Municipales	Tasa	Variación bienal
Conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos y cerrados	30,0	2,1
Ferias y exposiciones artesanales	28,5	1,2
Teatro, danza y ópera	16,6	0,4
Exposiciones, ferias y muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura y artes gráficas	13,4	0,2

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

En 2014 la actividad cultural a la que más asistieron las personas de 12 años y más, fueron las fiestas municipales o departamentales (31,0%), seguida por la visita a parques, reservas naturales o zoológicos (28,5%), parques temáticos y/o de diversiones (22,2%) y carnavales y fiestas nacionales (19,6%) (Gráfico 3.)

Gráfico 3
Asistencia a actividades culturales
Personas de 12 años y más
2014

Cabeceras Municipales	Tasa	Variación bienal
Fiestas municipales o departamentales	31,0	-0,9
Visitó parques, reservas naturales o zoológicos	28,5	0,6
Asistió a parques temáticos y/o de diversiones	22,2	1,1
Carnavales, fiestas y/o eventos nacionales	19,6	-0,5

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

Nota: En el gráfico solo se presentan las cuatro actividades culturales con mayor asistencia; en total se tienen nueve opciones de respuesta.

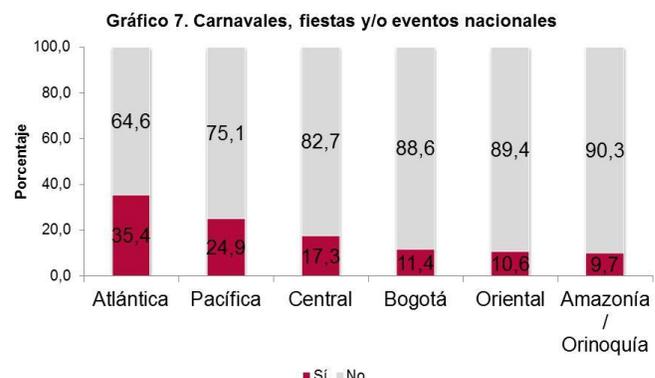
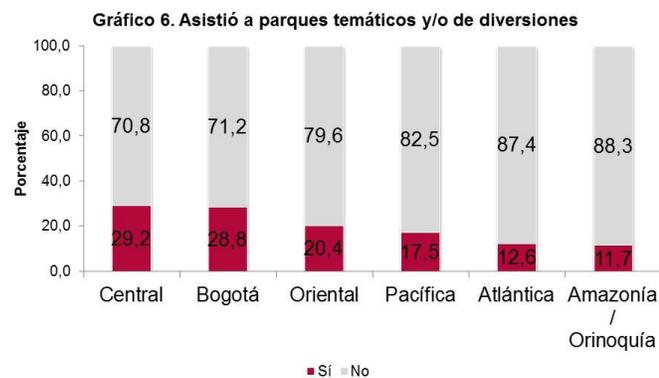
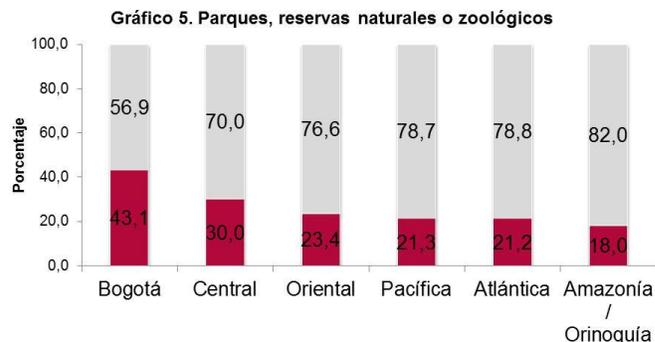
Al analizar los resultados de la asistencia a actividades culturales en los últimos 12 meses por regiones, se observa que el 64,3% de la población de 12 años y más de la Región Amazonía/Orinoquía presentó el mayor porcentaje de asistencia a fiestas municipales o departamentales (Gráfico 4).

Bogotá registra la mayor asistencia a parques, reservas naturales zoológicos (43,1%) y la región Central a parques temáticos y/o de diversiones (29,2%) (Gráficos 5y 6).

En cuanto a carnavales, fiestas y/o eventos nacionales, las personas de 12 años y más de la región Atlántica fueron las que más asistieron a este tipo de actividades culturales (35,4%) (Gráfico 7).

Gráficos 4 – 5 – 6 – 7

Distribución porcentual de personas de 12 años y más que asistieron a actividades culturales, por regiones en los últimos 12 meses Cabeceras municipales, 2014



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

3. Asistencia a Cine

En 2014 la asistencia a cine por parte de la población de 12 años y más aumentó, pasó de 31,1% en 2012 a 33,8% en 2014. .

El 35,0% de los hombres y el 32,8% de las mujeres de 12 años y más asistieron a cine en 2014.

Al observar la asistencia a cine por rangos de edad, el mayor porcentaje de asistencia corresponde a la población de 12 a 25 años (48,3%), seguida por el grupo de 26 a 40 años (40,3%) y las personas de 41 a 64 años (22,3%). Las personas de 65 años y más fueron las que menos asistieron a cine en 2014 (8,7%).

En cuanto a la asistencia a cine por regiones, Bogotá presentó el mayor porcentaje (51,8%), seguida por la región Pacífica (31,7%) Oriental (31,2%), Central (29,3%), Atlántica (24,9%) y Amazonía/Orinoquía (19,7%) (Gráfico 8).

Gráfico 8
Asistencia a cine
Personas de 12 años y más
2014

Asistencia a Cine Cabeceras Municipales	Tasa	Variación bienio
Cine	33,8	2,7
Hombre	35,0	
Mujer	32,8	
12 a 25 años	48,3	
26 a 40 años	40,3	
41 a 64 años	22,3	
65 años y más	8,7	
Bogotá	51,8	
Pacífica	31,7	
Oriental	31,2	
Central	29,3	
Atlántica	24,9	
Amazonía / Orinoquía	19,7	

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

4. Lectura de publicaciones¹

Gráfico 9
Lectura de publicaciones, personas de 12 años y más, que saben leer y escribir 2014

Lectura de Publicaciones Cabeceras Municipales	Tasa	Variación bienio
Lectura en cualquier formato y/o soporte	79,9	
Hombre	79,5	
Mujer	80,3	
12 a 25 años	87,4	
26 a 40 años	81,4	
41 a 64 años	75,4	
65 años y más	63,5	
Lectura de Libros	48,4	0,7
Hombre	45,6	
Mujer	50,9	
12 a 25 años	64,5	
26 a 40 años	44,7	
41 a 64 años	39,1	
65 años y más	34,8	
Lectura de Revistas	52,6	2,2
12 a 25 años	49,4	
26 a 40 años	58,5	
41 a 64 años	53,4	
65 años y más	42,8	
Lectura de Periódicos	67,1	3,9
12 a 25 años	60,2	
26 a 40 años	72,4	
41 a 64 años	71,3	
65 años y más	60,9	
Lectura de Redes sociales	57,2	
Lectura de Correos electrónicos	54,1	
Lectura de Blogs, foros y/o correos electrónicos	47,0	

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

Nota: personas de 12 años y más, que saben leer y escribir 27.870 (miles).

El período de referencia para lectura de libros y revistas corresponde a los últimos doce meses.

El período de referencia para lectura de periódicos, Redes sociales, Correos electrónicos y Blogs, Foros y/o páginas Web corresponde al último mes.

Para obtener el resultado sobre lectura en cualquier formato y/o soporte se utilizó la siguiente pregunta: En los últimos 12 meses, ¿usted leyó en cualquier formato y/o soporte? (incluya lectura impresa y/o digital). Se tuvo en cuenta lectura de libros, revistas, periódicos, blogs, foros, páginas web, correos electrónicos y/o redes sociales.

¹ La información sobre lectura de publicaciones corresponde a las personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir.

4.1 Lectura en cualquier formato y/o soporte

El 79,9% de la población de 12 años y más, que sabe leer y escribir, afirmó leer en cualquier tipo de formato y/o soporte (impreso o digital) y el 20,1% no leyó.

El 80,3% de las mujeres y el 79,5% de los hombres de 12 años y más, leyeron en cualquier tipo de formato y/o soporte (impreso o digital) en los últimos 12 meses.

Al observar los resultados por rangos de edad, las personas de 12 a 25 años presentan el mayor porcentaje lectura (87,4%) y el más bajo las personas de 65 años y más (63,5%) (Gráfico 9).

4.2 Lectura de libros

Del total de la población de 12 años y más que afirmó saber leer y escribir en 2014, el 48,4% leyó libros en los últimos 12 meses, presentándose un aumento con respecto a 2012 (47,7%).

El 50,9% de las mujeres de 12 años y más que saben leer y escribir, leyeron libros, mientras que el 45,6% de los hombres leyó este tipo de publicación.

En la lectura de libros por rangos de edad se observa que los mayores porcentajes de lectura los presentan las personas de 12 a 25 años y 26 a 40 años con 64,5% y 44,7%, respectivamente; y las participaciones más bajas se registraron en los rangos entre 41 a 64 años (39,1%) y 65 años y más (34,8%) (Gráfico 9).

Las personas de 12 años y más que leyeron libros en los últimos 12 meses, expresaron que las motivaciones para leer libros son gusto (75,0%), por desarrollo personal (39,8%), exigencia del estudio (38,3%), siendo estas las que presentan la mayores prevalencias (Gráfico 10).

Gráfico 10
Porcentaje de personas de 12 años y más que leyeron libros, según
motivos de lectura en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2014



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

Nota: El universo para esta pregunta corresponde a 13.491 personas de 12 años y más, que leyeron libros en los últimos 12 meses.

Los porcentajes de los motivos de lectura de libros no suman 100%, porque son respuestas incluyentes.

El promedio de libros leídos por parte de las personas de 12 años y más, que saben leer y escribir y leyó libros en los últimos 12 meses (población lectora), corresponde a 4,2 libros (Tabla 1).

**Tabla 1. Promedio de libros leídos, personas de 12 años y más en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2014**

Personas	Total 2014	Promedio de libros leídos por persona
Personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir y que leyeron libros	13.491	4,2
Personas de 12 años y más	29.045	1,9

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

Al observar el número de libros leídos por parte de la población lectora, se encuentra que el 83,3% leyó entre 1 y 5 libros en los últimos doce meses, el 7,7% de 6 a 9 libros y el 8,9% 10 libros y más (Tabla 2).

**Tabla 2. Número libros leídos de las personas de 12 años y más que leyeron libros en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2014**

Número de libros leídos	Personas	%
1 libro	3.876	28,7
2 libros	3.156	23,4
3 libros	2.236	16,6
4 libros	1.233	9,1
5 libros	748	5,5
6 a 9 libros	1.037	7,7
10 libros y más	1.204	8,9

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

Nota: El universo para esta pregunta corresponde a 13.491 personas de 12 años y más, que leyeron libros en los últimos 12 meses. Incluye lectura de libros impresos y digitales.

4.3 Lectura de revistas

El 52,6% de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir, leyó revistas en 2014, presentando un aumento en la lectura de este tipo de publicación con respecto al 2012 (50,4%).

En cuanto a la lectura de revistas por rangos de edad, se observa que son las personas de 26 a 40 años quienes más leen este tipo de publicación (58,5%), seguidas por el rango de 41 a 64 años (53,4%), de 12 a 25 años (49,4%). Los que menos leen revistas son las personas de 65 años y más (42,8%) (Gráfico 9).

4.4 Lectura de periódicos

La lectura de periódicos por parte de la población de 12 años y más presentó un aumento para el 2014 (67,1%) con relación a 2012 (63,2%)

Por rangos de edad se observa que los que menos leen este tipo de publicación son las personas de 65 años y más (60,9%) y de 12 a 25 años (60,2%); los que más leen periódicos se encuentran en la población de 26 a 40 años (72,4%) y de 41 a 64 años (71,3%) (Gráfico 9).

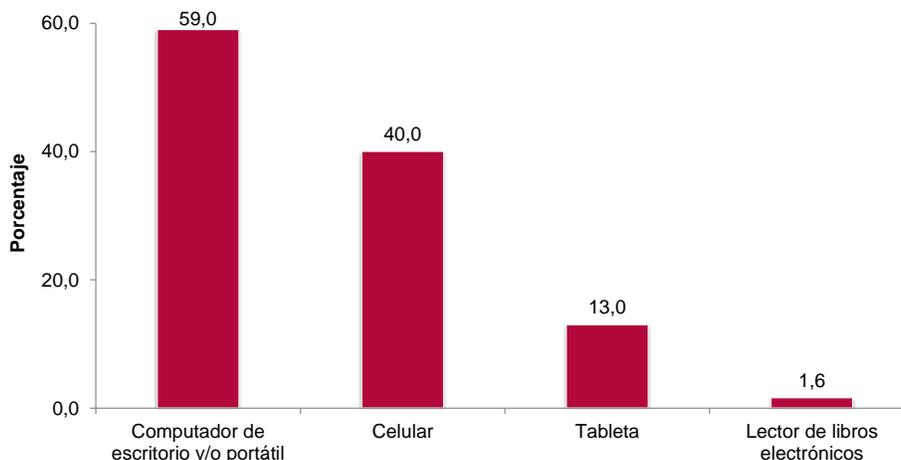
4.5 Lectura digital

Del total de personas de 12 años y más, que afirmaron saber leer y escribir, el 57,2% leyó redes sociales, el 54,1% leyó correos electrónicos y el 47,0% leyó blogs, foros y/o páginas Web (Gráfico 9).

El dispositivo electrónico que más usaron las personas de 12 años y más en 2014 para leer, fue el computador de escritorio y/o portátil (59,0%), seguido por el celular (40,0%), tableta (13,0%) y lector de libros electrónicos (1,6%) (Gráfico 11).

Gráfico 11

Porcentaje de personas de 12 años y más que leyeron en algún dispositivo electrónico, Cabeceras municipales, 2014



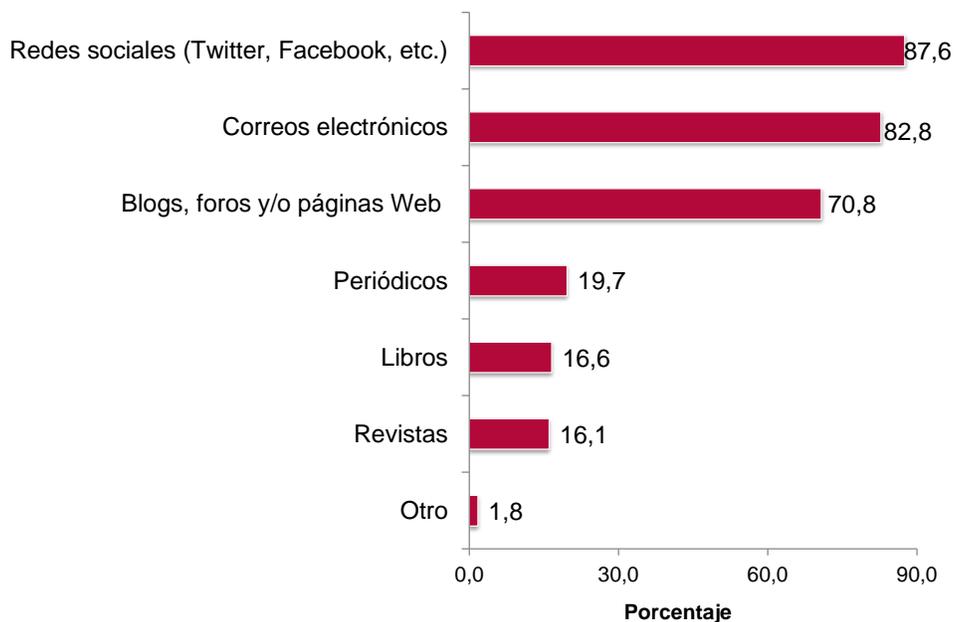
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

Nota: El universo para esta pregunta corresponde a 25.467 (miles) personas de 12 años y más que leyeron, Libros o Revistas o Periódicos o Blogs, foros y/o páginas Web o Correos electrónicos o Redes sociales. (personas que contestaron con un sí por lo menos una de las preguntas sobre lectura P.1, P9, P14, P19)

Los porcentajes del gráfico no suman 100%, porque son respuestas incluyentes.

De las personas de 12 años y más que afirmaron leer en dispositivos electrónicos, el 87,6% afirmó leer redes sociales, el 82,8% leyó correos electrónicos, el 70,8% leyó Blogs, foros y/o correos electrónicos, siendo estos los porcentajes más altos de lectura en dispositivos electrónicos, mientras que la lectura de publicaciones tradicionales presenta las prevalencias más bajas, periódicos 19,7%, libros 16,6% y revistas 16,1% (Gráfico 12).

Gráfico 12
Porcentaje de personas de 12 años y más que leyeron en algún dispositivo electrónico, según tipo de publicación leída, Cabeceras municipales, 2014



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

Nota: El universo para esta pregunta corresponde a 17.793 (miles) personas de 12 años y más que afirmaron leer en algún dispositivo electrónico.

5. Consumo de audiovisuales

Gráfico 13
Consumo de audiovisuales
Personas de 12 años y más
2014

Audiovisuales Cabeceras Municipales	Tasa	Variación bienio
Televisión	94,5	-1,1
12 a 25 años	95,5	
26 a 40 años	94,9	
41 a 64 años	95,3	
65 años y más	88,2	
Radio	69,9	2,7
12 a 25 años	63,3	
26 a 40 años	73,8	
41 a 64 años	74,0	
65 años y más	66,2	
Música grabada	58,4	13,0
12 a 25 años	75,8	
26 a 40 años	63,6	
41 a 64 años	47,4	
65 años y más	25,0	
Videos	59,7	10,5
12 a 25 años	82,1	
26 a 40 años	68,3	
41 a 64 años	43,5	
65 años y más	19,2	
Video juegos	22,4	6,9
12 a 25 años	47,7	
26 a 40 años	21,7	
41 a 64 años	5,3	
65 años y más	1,2	

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

Nota: El periodo de referencia para el consumo de televisión, radio música grabada corresponde a la última semana. El periodo de referencia para el consumo de videos y video juegos corresponde al último mes.

5.1 Televisión, radio y música grabada

En 2014 el 94,5% de la población de 12 años y más vio televisión, el 69,9% escuchó radio y el 58,4% escuchó música grabada.

Por edades el consumo de televisión es el 95,5% para las personas de 12 a 25 años, de 26 a 40 años el 94,9% y de 41 a 64 años el 95,3%, mientras que la población de 65 años y más presenta el menor consumo (88,2%).

Las personas de 41 a 64 años fueron las que escucharon más radio en 2014 (74,0%), seguidas por población de 26 a 40 años (73,8%), de 65 años y más (66,2%) y los que menos escucharon radio fueron las personas de 12 a 25 años (63,3%).

Por edades el mayor porcentaje de personas que escuchó música grabada en 2014 se encuentra en el rango de 12 a 25 años (75,8%). Este porcentaje va decreciendo a medida que aumenta la edad, llegando 25,0% para las personas de 65 años y más (Gráfico 13).

5.2 Consumo de videos y práctica con videojuegos

El consumo de videos pasó de 49,2% en 2012 a 59,7% en 2014. El 22,4% de la población de 12 años y más en 2014 practicó con video juegos superando el consumo de los años 2012 (15,5%).

El porcentaje de personas de 12 años y más que vio videos en 2014, va decreciendo a medida que aumenta la edad, para el rango de 12 a 25 años la prevalencia fue el 82,1%, de 26 a 40 años el 68,3%, de 41 a 64 años el 43,5% y para las personas de 65 años y más fue el 19,2%.

Un comportamiento similar al consumo de videos se observa en la práctica con video juegos de las personas de 12 años y más, donde el mayor porcentaje se encuentra en el rango de 12 a 25 años (47,7%) y el más bajo en la población de 65 años y más (1,2%) (Gráfico 13).

6. Asistencia a espacios culturales

En 2014 el mayor porcentaje de asistencia a espacios culturales lo tuvieron las bibliotecas (21,3%), seguido por monumentos históricos, sitios arqueológicos (20,4%) y museos (13,5%); los espacios culturales menos visitados por la población de 12 años y más fueron las casas de la cultura (10,8%) y galerías de arte (9,2%) (Gráfico 14).

Gráfico 14
Asistencia a espacios culturales
Personas de 12 años y más
2014

Espacios Culturales Cabeceras Municipales	Tasa	Variación bienio
Bibliotecas	21,3	1,7
Monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos	20,4	4,3
Museos	13,5	-1,2
Casas de la cultura	10,8	-0,3
Galerías de arte y salas de exposiciones	9,2	-0,5

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

Nota: El periodo de referencia para la asistencia a espacios culturales corresponde a los últimos doce meses.

7. Formación y práctica cultural²

En 2014 el 8,8% de las personas de 12 años y más asistió a cursos y/o talleres en áreas artísticas frente a 7,4% en 2012.

La realización de prácticas culturales por parte de las personas de 12 años y más pasó de 10,0% en 2012 a 11,1% en 2014 (Gráfico 15).

Gráfico 15
Asistencia a cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales y realización de prácticas culturales
Personas de 12 años y más
2014

Espacios Culturales Cabeceras Municipales		Tasa	Variación bienio
Asistencia a cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales	8,8		1,4 
Realización de una práctica cultural	11,1		1,1 

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

Nota: El periodo de referencia para formación y práctica corresponde a los últimos doce meses.

² La información sobre lectura de publicaciones corresponde a las personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir.

8. Internet

El uso de internet por parte de las personas de 12 años y más sigue en aumento, pasó 52,5% en 2012 a 60,6% en 2014 (Gráfico 38).

En 2014 los hombres afirmaron usar más internet que las mujeres. Del total de hombres de 12 años y más, el 62,5% usó internet en los últimos tres meses frente al 59,0% de las mujeres (Gráfico 39).

Al revisar las actividades en las que las personas de 12 años y más usaron internet en los últimos tres meses, el 66,6% lo usó para buscar, descargar o escuchar música en línea, el 48,6% buscó, descargó o vio películas y/o videos en línea, siendo estas las de mayor prevalencia.

Las dos actividades que presentan los porcentajes más bajos son buscar, descargar o leer libros en línea (20,9%) y visitar o acceder a servicios en línea en espacios culturales virtuales (bibliotecas virtuales, museos, galerías) (20,3%) (Gráfico 40).

Gráfico 14
Asistencia a cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales y realización de prácticas culturales
Personas de 12 años y más
2014

Internet Cabeceras Municipales	Tasa	Variación bienio
Usó Internet (últimos tres meses)	60,6	8,1
Hombre	62,5	
Mujer	59,0	
Buscar, descargar o escuchar música en línea	66,6	
Buscar, descargar o ver películas y/o videos en línea	48,6	
Buscar, descargar o jugar videojuegos en línea	28,2	
Buscar, descargar o leer revistas y periódicos en línea	26,3	
Ver televisión o escuchar radio en línea	21,1	
Buscar, descargar o leer libros en línea	20,9	
Visitar o acceder a servicios en línea en espacios culturales virtuales (bibliotecas virtuales, museos, galerías)	20,3	

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

Nota: El periodo de referencia para el consumo de Internet corresponde a los últimos tres meses.

El universo para esta pregunta corresponde a 17.614 (miles) personas de 12 años y más que usaron Internet en los últimos tres meses.

9. Principales resultados personas de 5 a 11 años

Gráfico 15
Consumos culturales
Personas de 5 a 11 años
2014

Cabeceras Municipales	Tasa	Variación bienal
Lectura de Libros	61,4	7,0
Lectura Revistas	26,0	6,6
Lectura Periódicos	20,9	4,6
Vio Televisión	97,1	0,2
Escuchó Radio	43,7	4,7
Escuchó Música grabada	54,7	15,1
Vio videos	66,6	9,5
Práctica con Video juegos	58,8	18,5
Usó Internet	60,9	6,4

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2014.

- En los últimos 12 meses el 61,4% de los niños de 5 a 11 años leyó libros y el 26,0% leyó revistas.
- La lectura de periódicos por parte de la población de 5 a 11 años pasó de 16,3% en 2012 a 20,9% en 2014.
- Con relación al consumo de audiovisuales el 97,1% de la población de 5 a 11 años vio televisión, el 43,7% escuchó radio y el 54,7% escuchó música grabada.
- El consumo de videos de las personas de 5 a 11 años pasó de 57,1% en 2012 y a 66,6% 2014.
- En la práctica con videojuegos de las personas de 5 a 11 años, se observa un aumento para 2014 (58,8%) con respecto a 2012 (40,3%).
- El consumo de internet viene en aumento, para el 2012 el 54,5% de las personas de 5 a 11 años usó internet en los último tres meses y en 2014 el 60,9% (Gráfico 15).

10. Ficha metodológica

Objetivo general

Caracterizar las prácticas culturales asociadas al consumo cultural de la población de 5 años y más.

Objetivos específicos

- Determinar los usos y preferencias que respecto a bienes, servicios y espacios culturales que hacen los residentes en Colombia de 5 años y más.
- Identificar las razones de no asistencia y uso de bienes, servicios y espacios culturales.
- Establecer el gasto total que hacen las personas de 12 años y más en algunos bienes y servicios ofertados por el sector cultural.
- 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.

Tipo de investigación

Encuesta por muestreo probabilístico.

Diseño muestral

Teniendo en cuenta los objetivos de la encuesta, se optó por tomar una submuestra de la muestra maestra de Hogares. El diseño muestral es probabilístico, estratificado, multietápico, de conglomerados.

Cobertura geográfica

Tiene un cubrimiento a nivel nacional de las cabeceras municipales.

Población objetivo

Población civil no institucional de 5 años y más residente en las cabeceras municipales del territorio nacional.

Tamaño de la muestra

827 segmentos – 8.379 viviendas - 8.623 hogares – 26.302 personas.

Unidades estadísticas



Unidad de observación: está constituido por las viviendas, hogares y personas.

Unidad de muestreo: es la medida de tamaño o segmento, el cual es un área de aproximadamente 10 viviendas contiguas.

Unidad de análisis: son las personas de 5 años y más, residentes en los hogares particulares de las cabeceras de los municipios del territorio nacional.

11. Glosario

Audiovisuales: medios y lenguajes que integran imágenes y/o sonidos para generar experiencias y percepciones en la audiencia que pueden ser simultáneamente auditivas y visuales. Bajo esta categoría están el cine, la televisión, el video, la radio y los videojuegos. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:221)

Consumo cultural: disfrute – placentero o utilitario – de cualquier expresión del conocimiento situado en la perspectiva económica del sector. En una segunda acepción, la más utilizada, es el conjunto de gastos realizados por los individuos en relación a los bienes, servicios y productos culturales. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:223)

Espacios culturales: construcciones físicas o espacios naturales que tienen como principal objetivo servir de escenario para el desarrollo de múltiples actividades y prácticas culturales, facilitando el acceso a diversos bienes y servicios culturales por parte de la población en general. Algunos de ellos son las bibliotecas, las casas de la cultura, los museos, las galerías de arte y salas de exposición, centros históricos. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:226)

Lectura: poner en práctica la acción de leer. Es una actividad compleja que necesita la capacidad del lector para dominar en un determinado grado el mecanismo de lectura con el fin de comprender e interpretar el mensaje del texto escrito. En este caso se hace referencia a la lectura de textos escritos que estén en versión digital o electrónica. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:12)

Prácticas de Consumo Cultural: prácticas ligadas a procesos de circulación y apropiación de bienes y servicios culturales (oferta cultural),

donde los ciudadanos de alguna manera reciben, reinterpretan y re-significan los sentidos y mensajes que se materializan en bienes y servicios culturales. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:234)

Presentaciones y espectáculos culturales: actividades realizadas por individuos, grupos y/o entidades tanto públicas como privadas, con el propósito de promover la circulación de propuestas y producciones vinculadas con una o varias prácticas culturales. En este grupo se incluyen las ferias y exposiciones de artículos y bienes como cuadros, artesanías, esculturas, instalaciones. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:234)

Publicaciones: medios o canales de información y comunicación para circular entre un grupo de personas o público ideas, historias o experiencias que se estructuran y expresan a través de palabras e imágenes. En esta categoría se encuentran los libros, las revistas y los periódicos en formato físico o digital. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:235)

Para mayor información escribanos a contacto@dane.gov.co, o comuníquese con la Oficina de Prensa al teléfono 5 97 83 00 Extensiones 2366, 2298 y 2367

*Dirección de Difusión, Mercadeo y Cultura Estadística
Departamento Administrativo nacional de Estadística (DANE)
Bogotá, D.C. - Colombia*