

ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2012



Código N° 1081-1
Producción y difusión de la información estadística estratégica oficial. Regulación del sistema estadístico nacional
NTC ISO 9001:2000



Código N° 011-1
Producción y difusión de la información estadística estratégica oficial. Regulación del sistema estadístico nacional
NTC GP 1000:2004



Contenido

Introducción

1. Asistencia a presentaciones y espectáculos culturales
2. Asistencia a cine y consumo de cine colombiano
3. Asistencia a espacios Culturales
4. Lectura de publicaciones
 - 4.1. Lectura de libros
 - 4.2. Lectura de revistas
 - 4.3. Lectura de periódicos
5. Consumo de televisión, escucha de radio y de música grabada
6. Consumo de videos y práctica con videojuegos
7. Asistencia a cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales y realización de prácticas culturales
8. Uso de Internet
9. Tiempo libre

Ficha metodológica

Glosario

Director

Jorge Bustamante Roldán

Subdirector (e)

Eduardo Efraín Freire Delgado

Director de Metodología y Producción Estadística

Eduardo Efraín Freire Delgado

Introducción ⁽¹⁾ ⁽²⁾ ⁽³⁾

La Encuesta de Consumo Cultural busca caracterizar percepciones y formas de comportamiento que expresen prácticas culturales de la población de 5 años y más que residen en las cabeceras municipales del territorio colombiano.

Desde el inicio de la encuesta se han recogido datos sobre las prácticas de las personas relacionadas con el consumo de bienes y servicios culturales ofertados por el sector cultural.

En su versión del año 2007 la representatividad era para cabeceras municipales del territorio nacional. Para el año 2008 se amplió la cobertura para obtener datos de regiones en el área urbana.

En el año 2010 las regiones determinadas fueron Bogotá, Atlántica, Central, Oriental, Pacífica y Amazonía/Orinoquía con representatividad para las cabeceras municipales del territorio nacional. Para el año 2012 se incluyó la desagregación geográfica para las 23 áreas metropolitanas y resto de cabeceras municipales.

En el año 2012, por medio del convenio celebrado entre el DANE y cinco entidades del sector para el desarrollo e integración del módulo en la aplicación de la Encuesta de Consumo Cultural, se incluyó el Módulo de Hábitos de Lectura, Consumo de Libros y Asistencia a Bibliotecas, lográndose producir indicadores especializados en este tipo de prácticas, en el marco de las políticas públicas colombianas.

Las entidades que hacen parte del convenio son: El Ministerio de Cultura, El Fondo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones FONTIC, La Cámara Colombiana del Libro, Fundación para el Fomento de la Lectura Fundalectura, Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe – CERLALC.

Las principales variables que incluye la encuesta son: asistencia a presentaciones y espectáculos culturales así como a espacios culturales, la asistencia a proyecciones de cine, la realización de prácticas culturales por parte de las personas, la asistencia a talleres en áreas artísticas y culturales, las tasas de lectura de publicaciones como libros, revistas y periódicos, así como el consumo de audiovisuales: videos, televisión, radio y música grabada.

⁽¹⁾ El período de aplicación de la Encuesta de Consumo Cultural fue de septiembre 10 a octubre 31 de 2012.

⁽²⁾ Todos los datos son expandidos con proyecciones de población, con base en los resultados del Censo de Población 2005.

⁽³⁾ Los valores absolutos que aparecen en la publicación son presentados en miles.



PRINCIPALES RESULTADOS

1. Asistencia a presentaciones y espectáculos culturales

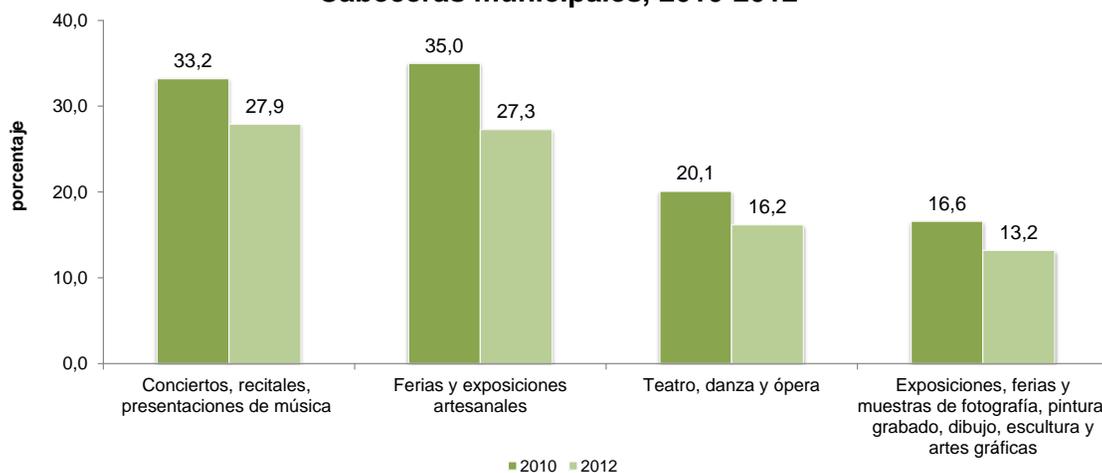
Tabla 1. Distribución porcentual de personas de 12 años y más según asistencia a presentaciones y espectáculos culturales en los últimos 12 meses Cabeceras municipales, 2012.

Presentaciones y espectáculos	Sí	No
Conciertos, recitales, presentaciones de música en vivo	27,9	72,1
Ferias y exposiciones artesanales	27,3	72,7
Teatro, danza y ópera	16,2	83,8
Exposiciones, ferias y muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura y artes gráficas	13,2	86,8

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

En el año 2012, los eventos culturales a los que más asistieron las personas de 12 años y más fueron los conciertos, recitales y presentaciones de música en vivo con 27,9% (Tabla 1).

Gráfico 1
Porcentaje de personas de 12 años y más según asistencia a presentaciones y espectáculos culturales en los últimos 12 meses Cabeceras municipales, 2010-2012

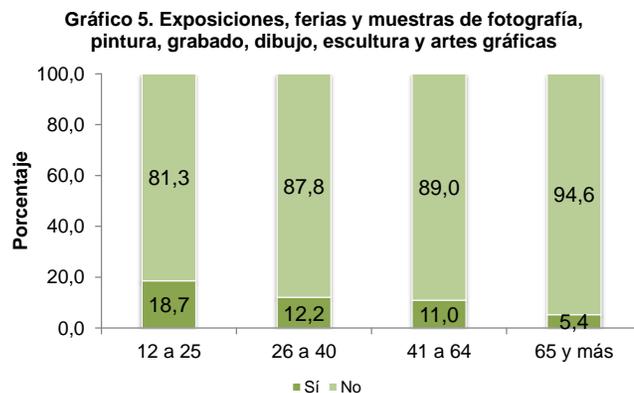
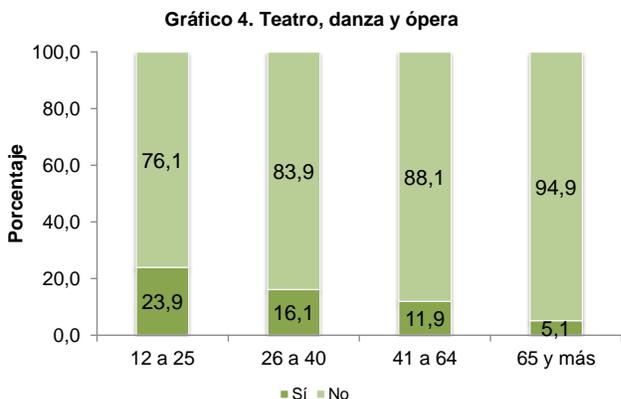
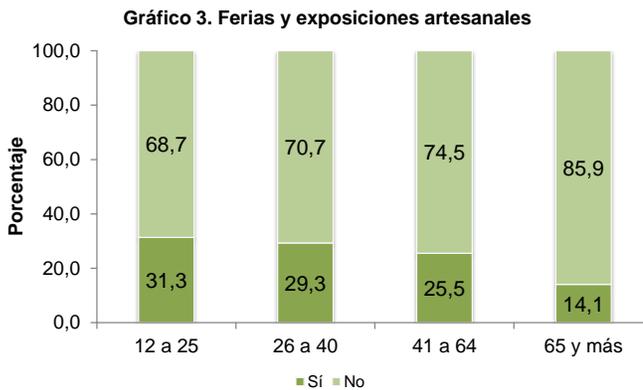
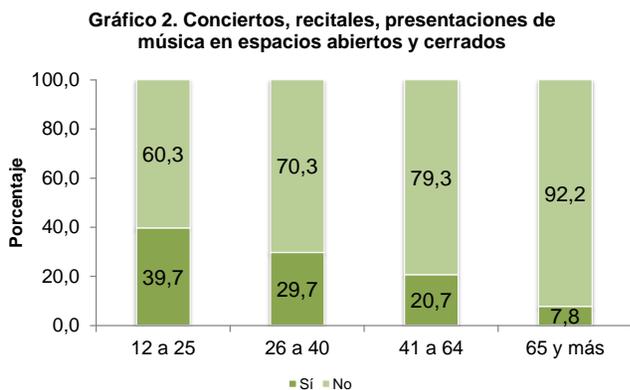


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural años 2010 y 2012.

Los datos del año 2012 respecto al año 2010, presentan una disminución en la asistencia a presentaciones y espectáculos culturales en las cuatro categorías de la encuesta (Gráfico 1).



Gráficos 2 – 3 – 4 – 5
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según asistencia a presentaciones y espectáculos culturales, por rangos de edad, en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

De la población de 12 años y más que asistió a presentaciones y espectáculos culturales, el grupo de 12 a 25 años presentó el mayor porcentaje de asistencia a presentaciones y espectáculos. El 39,7% de este grupo fue a conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos y cerrados, el 31,3% asistió a ferias y exposiciones artesanales, y 23,9% fue a obras de teatro, danza y ópera (Gráficos 2, 3 y 4).



Gráficos 6 – 7 – 8 – 9

**Distribución porcentual de personas de 12 años y más que asistieron a presentaciones y espectáculos culturales, según frecuencia de asistencia en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012**

Gráfico 6 - Conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos y cerrados



Gráfico 7 - Ferias y exposiciones artesanales

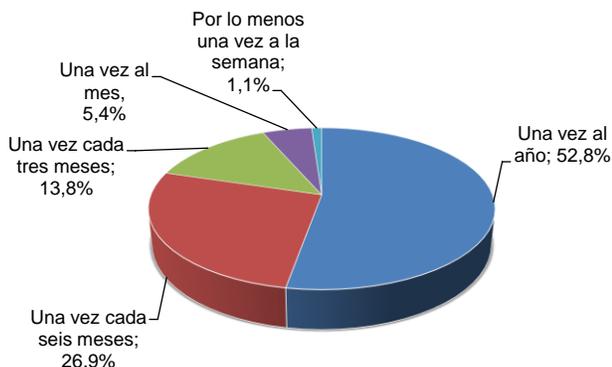


Gráfico 8 - Teatro, danza y ópera

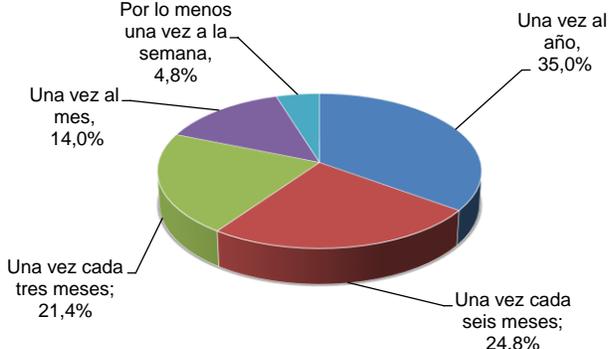


Gráfico 9 - Exposiciones, ferias y muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura y artes gráficas



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

En cuanto a la frecuencia de asistencia de la población a actividades culturales, de las personas de 12 años y más que asistieron a los conciertos, recitales y presentaciones de música en espacios abiertos y cerrados, el 44,1% de la población asistió una vez al año, el 29,9% una vez cada seis meses y el 17,4% una vez cada tres meses (Gráfico 6).

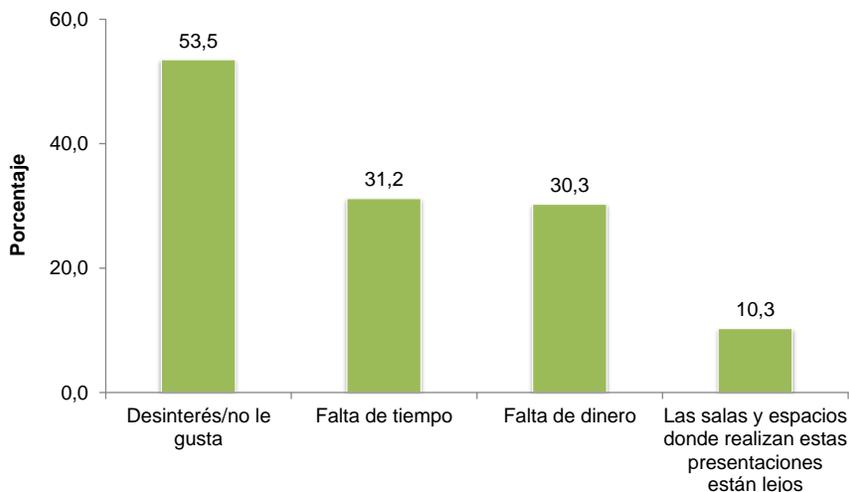
Con respecto las personas que asistieron a ferias y exposiciones artesanales, el 52,8% de las personas de 12 años y más asistieron una vez al año, el 26,9% de los que asistieron lo hicieron una vez cada seis meses y el 13,8% de los que fueron lo hicieron una vez cada tres meses (Gráfico 7).

Sobre la asistencia a obras de teatro, danza y ópera, el 35,0% de las personas de 12 años y más asistió una vez al año, el 24,8% una vez cada seis meses y el 21,4% una vez cada tres meses (Gráfico 8).

En el caso de la asistencia a exposiciones, ferias y muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura y artes gráficas, el 48,6% de los que asistieron fueron una vez al año, el 23,7% una vez cada seis meses y el 16,4% lo hicieron una vez cada tres meses (Gráfico 9).



Gráfico 10
Porcentaje de personas de 12 años y más que no asistieron a teatro, danza y ópera, según motivos de no asistencia en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Nota: Los porcentajes de los motivos no asistencia no suman 100%, porque son respuestas incluyentes. Se debe considerar en este caso que el 83.8% no asistió a teatro, danza y ópera.

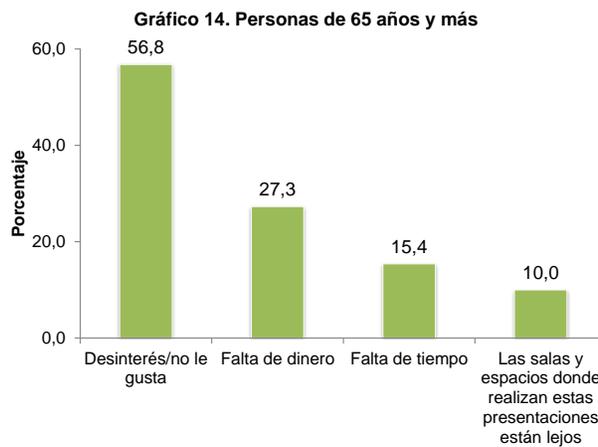
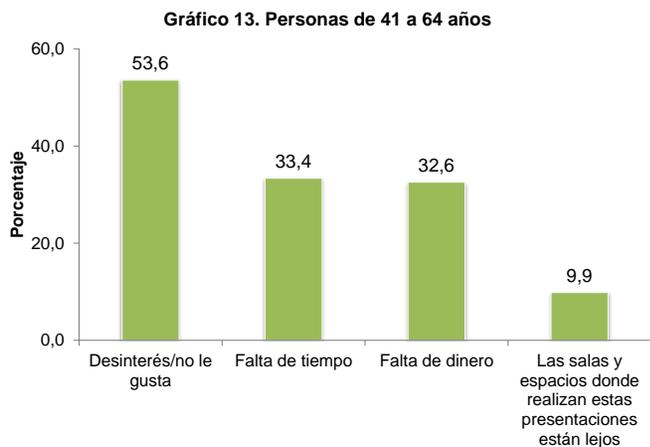
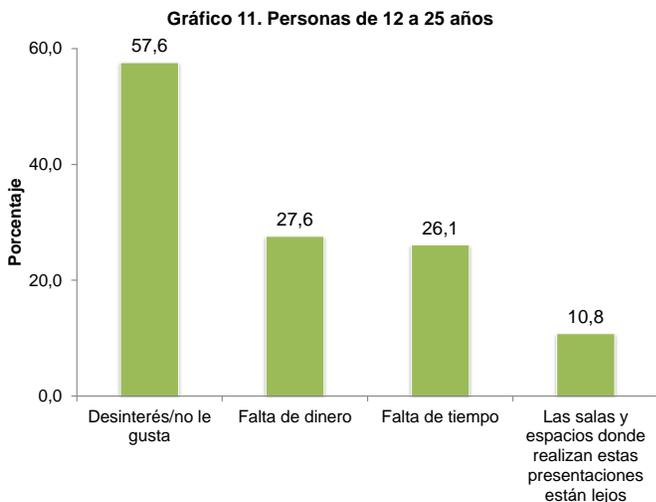
En la gráfica se presentan los motivos de no asistencia que tuvieron mayor prevalencia, en total son ocho opciones de respuesta para esta pregunta.

Al observar los motivos de las personas de 12 años y más que no asistieron a teatro, danza y ópera, el 53,5% de la población argumentó no participar en estas actividades debido al desinterés y el no gusto por este tipo de artes escénicas; el 31,2% justificó por la falta de tiempo, el 30,3% expuso la falta de dinero y el 10,3% argumentó estar lejos de las salas y espacios donde se efectúan estas presentaciones (Gráfico 10).



Gráficos 11 – 12 – 13 – 14

**Porcentaje de personas de 12 años y más que no asistieron a teatro, danza y ópera, por rangos de edad, según motivos de no asistencia en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012**



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Nota: Los porcentajes de los motivos no asistencia no suman 100%, porque son respuestas incluyentes.

En las gráficas se presentan los motivos de no asistencia que tuvieron mayor prevalencia, en total son ocho opciones de respuesta para esta pregunta.

En los motivos de no asistencia a teatro, danza y ópera, el más reportado fue el desinterés y el no gusto por este tipo de artes escénicas, para todos los rangos de edad. La falta de tiempo es la segunda razón de no asistencia para la población de 26 a 40 y 41 a 64 años, con 39,6% y 33,4% respectivamente. En el caso de las personas de 65 años y más, el segundo motivo de no asistencia fue la falta de dinero con 27,3%, al igual que la población de 12 a 25 años (27,6%) (Gráficos 11 – 12 – 13 – 14).

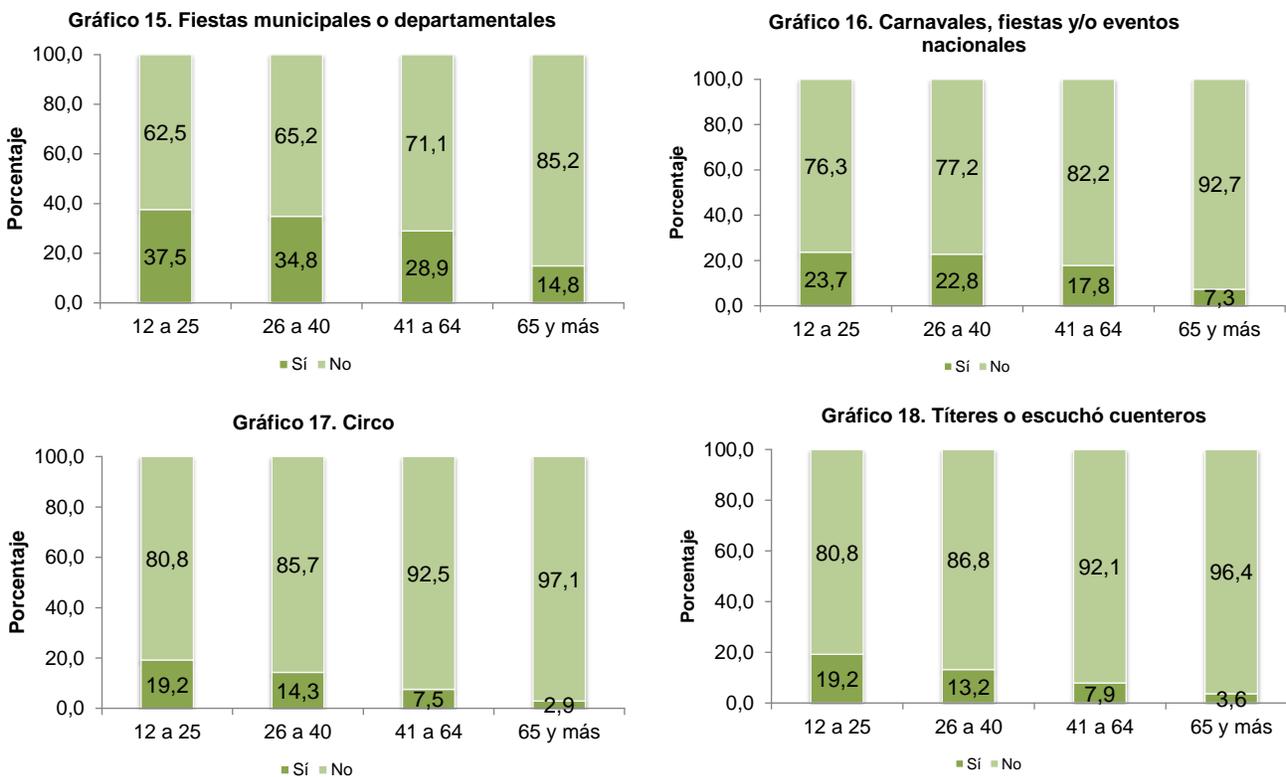
**Tabla 2. Distribución porcentual de personas de 12 años y más según asistencia a actividades culturales en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012**

Actividades culturales	Sí	No
Fiestas municipales o departamentales	31,9	68,1
Carnavales, fiestas y/o eventos nacionales	20,1	79,9
Circo	12,6	87,4
Títeres o escuchó cuenteros	12,5	87,5

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

El 31,9% de la población de 12 años y más participó en fiestas municipales o departamentales, el 20,1% asistió a carnavales, fiestas y/o eventos nacionales, el 12,6% asistió al circo y el 12,5% vio títeres o escuchó cuenteros en los últimos 12 meses (Tabla 2).

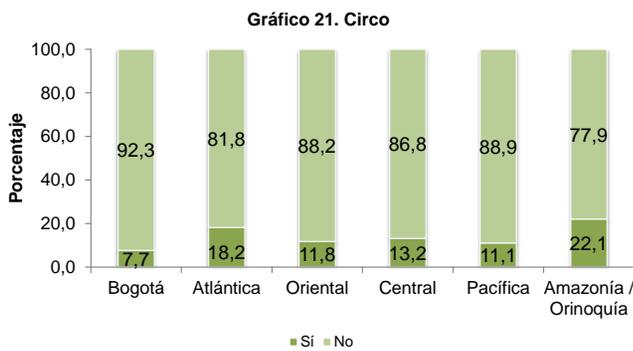
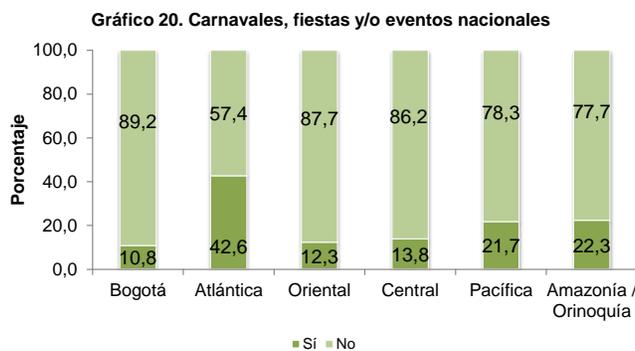
Gráficos 15 – 16 – 17 – 18
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según asistencia a actividades culturales, por rangos de edad en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

En cuanto a la asistencia de la población a actividades culturales, se destaca que las personas de 12 a 25 años tuvieron un mayor porcentaje de asistencia en todos los casos, mientras que la población de 65 años y más fue la que asistió menos a todas las actividades culturales (Gráficos 15 – 16 – 17 – 18).

Gráficos 19 – 20 – 21 – 22
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según asistencia a actividades culturales, por regiones en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012



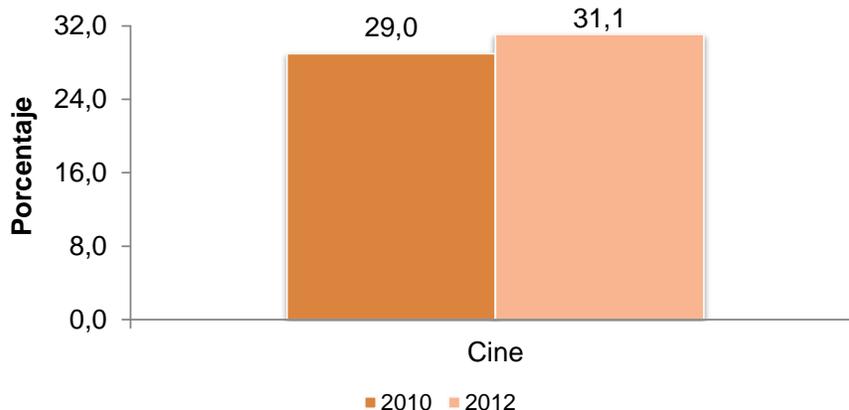
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Al analizar los resultados de la asistencia a actividades culturales en los últimos 12 meses por regiones, se observó que el 64,1% de la población de 12 años y más de la Región Amazonía/Orinoquía presentó el mayor porcentaje de asistencia a fiestas municipales o departamentales. Se resalta también la asistencia a carnavales, fiestas y/o eventos nacionales de la población de la región Atlántica (42,6%), la cual fue mayor respecto a las demás regiones (Gráficos 19 y 20).

En cuanto a la asistencia al circo, la región Amazonía/Orinoquía expuso el más alto porcentaje con 22,1%. En el caso de las presentaciones de títeres y cuenteros, Bogotá como región presentó el mayor porcentaje con 17,3%. (Gráficos 21 y 22).

2. Asistencia a cine y consumo de cine colombiano

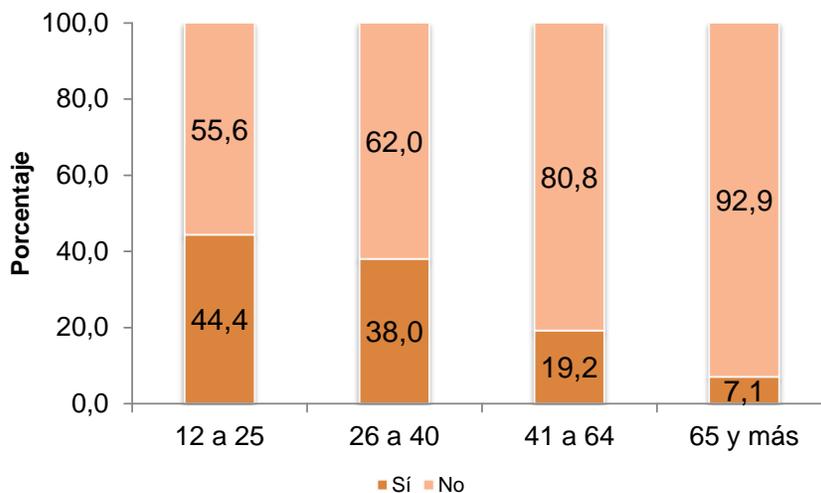
Gráfico 23
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según asistencia a cine en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2010-2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural años 2010-2012.

En el año 2012, la asistencia al cine de la población de 12 años y más fue 31,1% para el total nacional, mientras que en el año 2010, del total de la población de 12 años y más el 29,0% asistió a cine (Gráfico 23).

Gráfico 24
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según asistencia a cine, por rangos de edad en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012

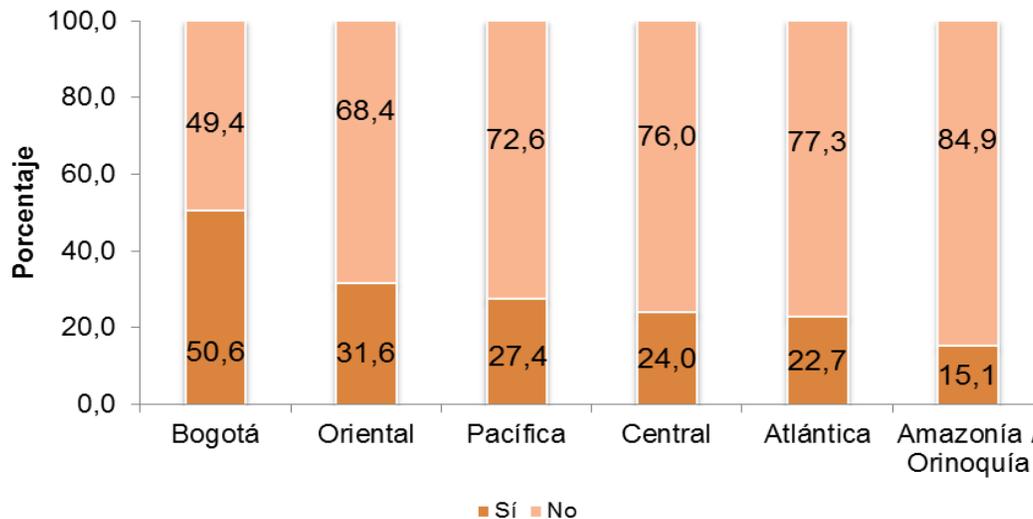


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

En la asistencia a cine por rangos de edad, se destaca que el mayor porcentaje de asistencia lo tuvo la población de 12 a 25 años (44,4%), seguida por el grupo de 26 a 40 años (38,0%) y el de 41 a 64 años (19,2%) (Gráfico 24).



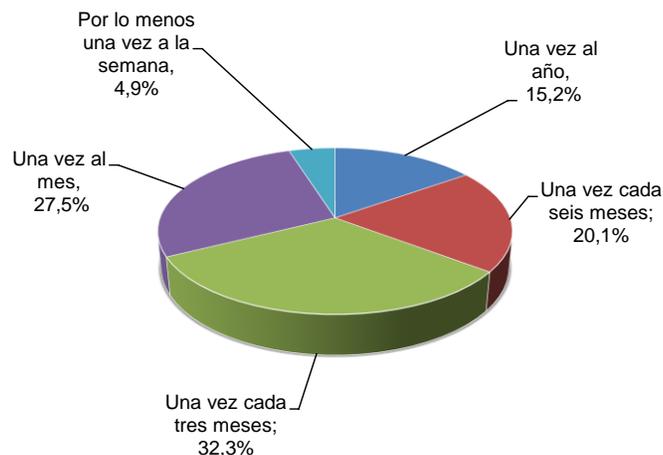
Gráfico 25
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según asistencia a cine, por regiones en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Al observar los resultados por regiones, la población de Bogotá presentó el mayor porcentaje de asistencia a cine (50,6%), seguida por la población de la región Oriental (31,6%) y la región Pacífica (27,4%) (Gráfico 25).

Gráfico 26
Distribución porcentual de personas de 12 años y más que asistieron a cine, según frecuencia de asistencia en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012

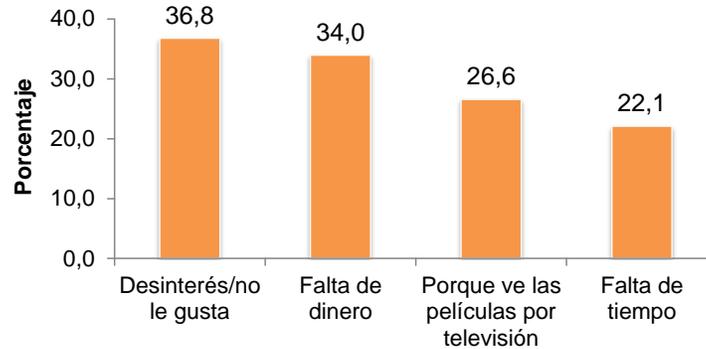


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Del total de personas que afirmó asistir a cine en los últimos 12 meses, el 32,3% fue una vez cada tres meses, el 27,5% asistió una vez al mes, el 20,1% fue una vez cada seis meses y 15,2% lo hizo una vez al año (Gráfico 26).

**Gráfico 27**

**Porcentaje de personas de 12 años y más que no asistieron a cine, según motivos de no asistencia, en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012**



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

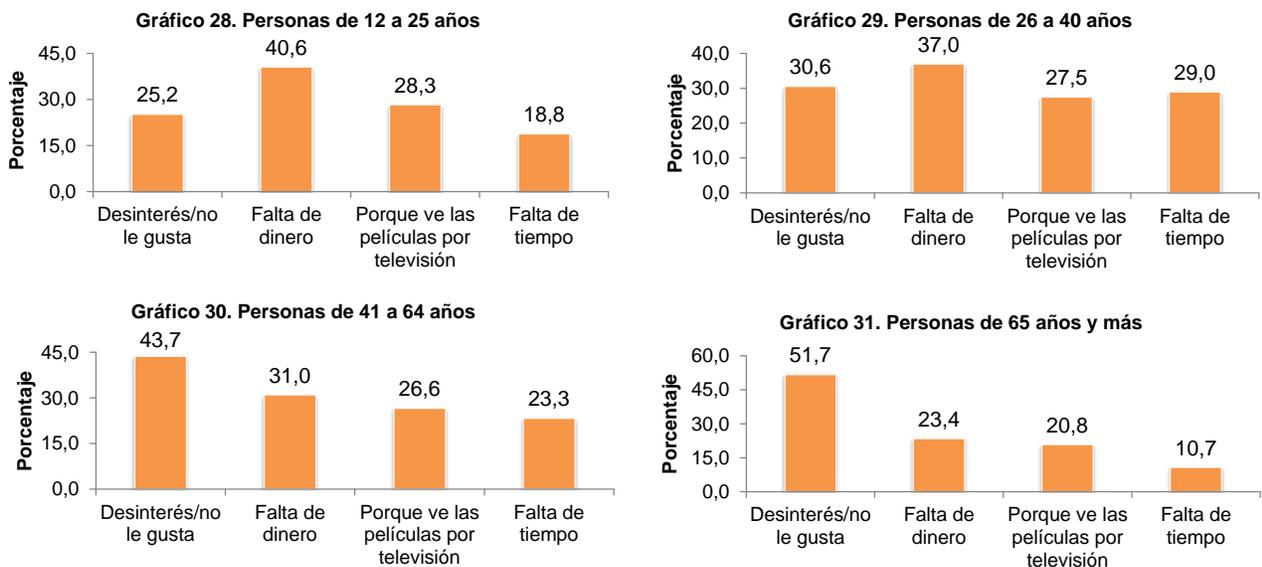
Nota: Los porcentajes de los motivos no asistencia no suman 100%, porque son respuestas incluyentes, es decir que una persona puede contestar dos o más opciones a la vez. Se debe considerar en este caso que el 68,9% de la población no asistió a cine.

En la gráfica se presentan los motivos de no asistencia que tuvieron mayor prevalencia, en total son once opciones de respuesta para esta pregunta.

Con relación a las personas que no asistieron a cine en los últimos 12 meses, el 36,8% de la población demostró desinterés/ no le gusta, el 34,0% por falta de dinero, el 26,6% no fue porque vio las películas por televisión y el 22,1% no lo hizo por falta de tiempo (Gráfico 27).

Gráficos 28 – 29 – 30 – 31

**Porcentaje de personas de 12 años y más que no asistieron a cine, por rangos de edad, según motivos de no asistencia en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012**



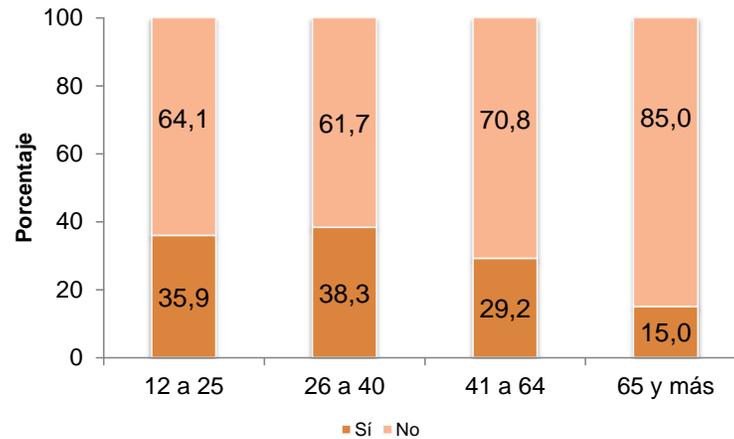
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Nota: Los porcentajes de los motivos no asistencia no suman 100%, porque son respuestas incluyentes.

En los motivos de la no asistencia a cine se destaca el grupo de 12 a 25 años con un 40,6% por falta de dinero, seguido por la población de 26 a 40 años (37,0%). En cuanto a la población de 41 a 64 años, se observa que el 43,7% no fue por desinterés, situación que también ocurre con el grupo de 65 años y más (51,7%) (Gráficos 28, 29, 30 y 31).



Gráfico 32
Porcentaje de personas de 12 años y más que vieron cine colombiano, por rangos de edad, en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Para esta categoría, el 38,3% de la población de 26 a 40 años vio cine colombiano, seguido por el grupo de 12 a 25 años (35,9%) y la población de 41 a 64 años (29,2%) (Gráfico 32).

Tabla 3. Promedio de películas de cine colombiano vistas por la población de 12 años y más en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012

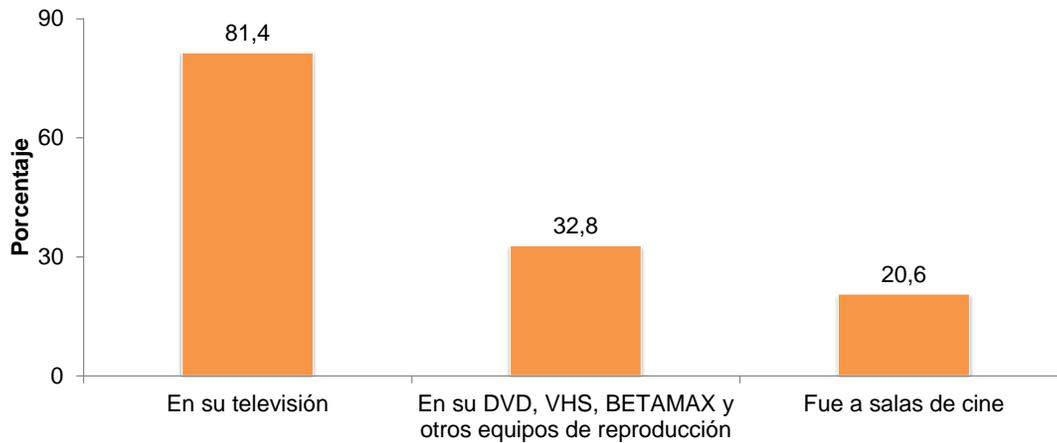
Total de películas de cine colombiano vistas	Total de personas de 12 años y más que vieron cine colombiano	Promedio de películas de cine colombiano vistas por persona
30.411	9.141	3,3

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Con relación al número de películas vistas, en promedio la población de 12 años y más vio 3,3 películas de cine colombiano. (Tabla 3).



Gráfico 33
Porcentaje de personas de 12 años y más que vieron cine colombiano, según canal de consumo, en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Nota: Los porcentajes de los canales de consumo de cine colombiano no suman 100%, porque son respuestas incluyentes. Se debe considerar en este caso que el 32,5% de la población vio cine colombiano.

En la gráfica se presentan canales de consumo que tuvieron mayor prevalencia, en total son cuatro opciones de respuesta para esta pregunta.

Sobre los canales o medios a través de los cuales las personas vieron cine colombiano, el 81,4% de las personas que vieron cine colombiano, lo hicieron a través de la televisión, el 32,8% en algún equipo de reproducción (DVD, VHS, BETAMAX) y el 20,6% asistió a salas de cine (Gráfico 33).

3. Asistencia a espacios culturales

Tabla 4. Distribución porcentual de personas de 12 años y más según asistencia a espacios culturales en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012

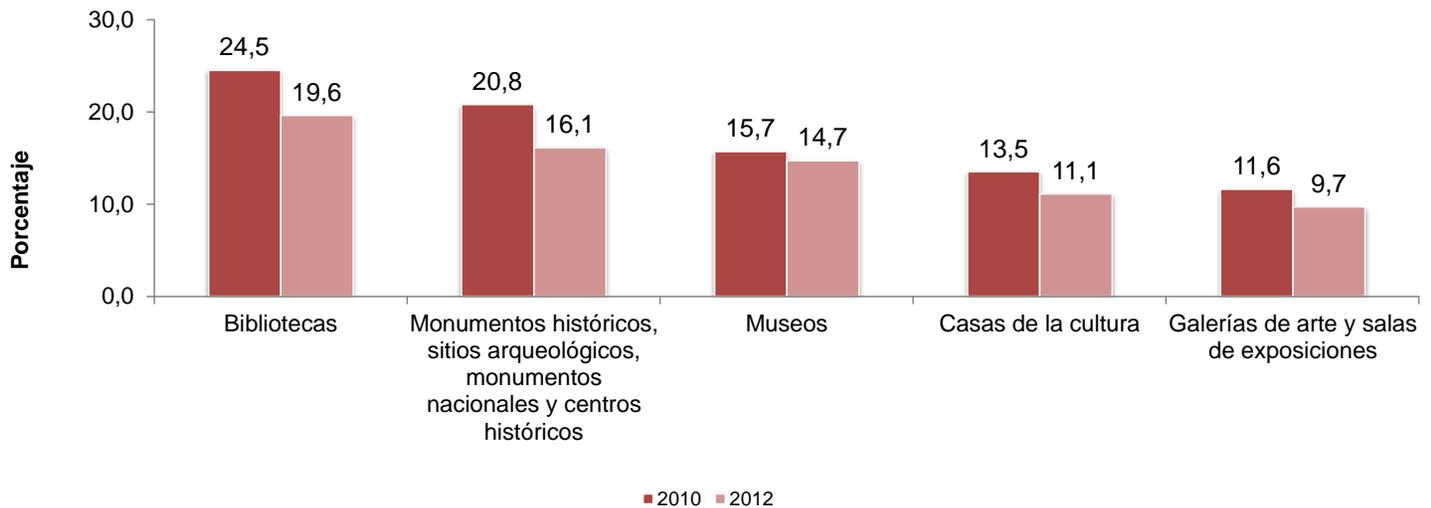
Espacios culturales	Sí	No
Bibliotecas	19,6	80,4
Monumentos históricos, sitios arqueológicos	16,1	83,9
Museos	14,7	85,3
Casas de la cultura	11,1	88,9

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

El mayor porcentaje de asistencia a espacios culturales fue para las bibliotecas con 19,6%, seguido por monumentos históricos, sitios arqueológicos con 16,1% y la asistencia a museos con 14,7% (Tabla 4).



Gráfico 34
Porcentaje de personas de 12 años y más según asistencia a espacios culturales en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2010-2012

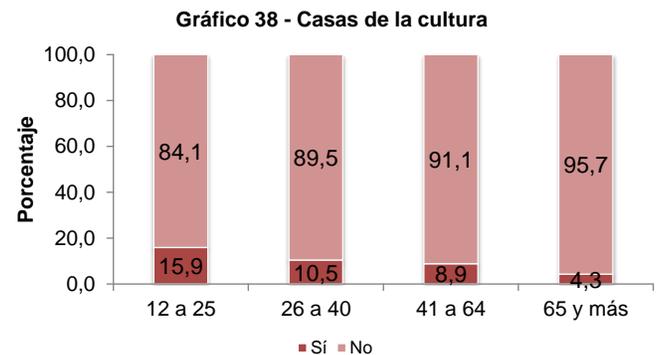
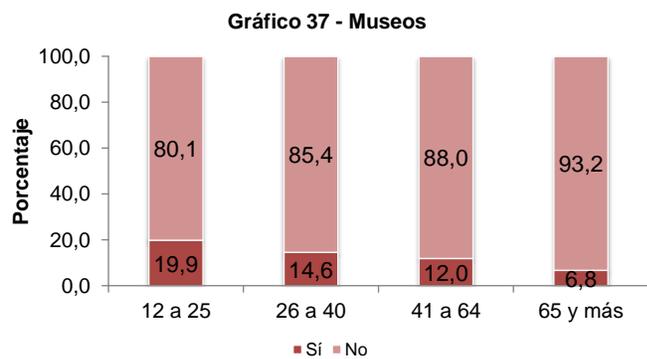
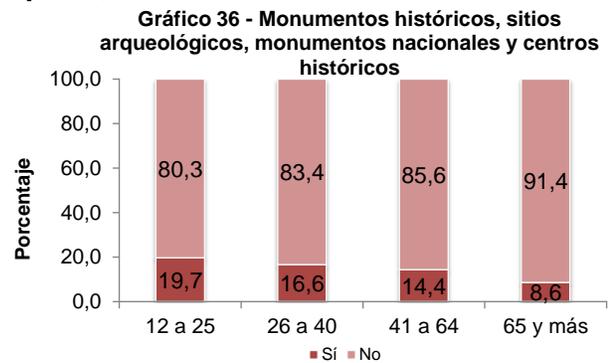
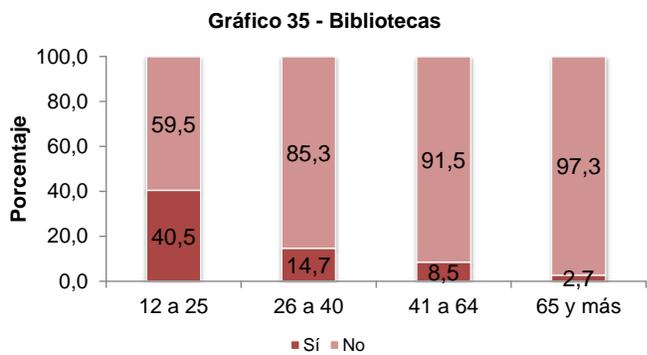


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural años 2010-2012.

La asistencia a bibliotecas en el año 2010 fue de 24,5% mientras que para el año 2012 fue de 19,6%. El 20,8% de la población visitó monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos en el año 2010, mientras que para el año 2012 fue el 16,1% de las personas de 12 años y más (Gráfico 34).

Gráficos 35 – 36 – 37 – 38

Distribución porcentual de personas de 12 años y más según asistencia a espacios culturales, por rangos de edad en los últimos 12 meses Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

La población de 12 a 25 años tuvo el mayor porcentaje de asistencia a los cuatro espacios culturales en los últimos 12 meses, se destaca la asistencia a bibliotecas de este grupo (40,5%). En su orden la población de 26 a 40 años reporta el segundo mejor porcentaje de asistencia a espacios culturales, resaltando la asistencia a monumentos históricos y sitios arqueológicos con un 16,6%. Las personas de 41 a 64 años y de 65 años y más, son los que registran los menores porcentajes de asistencia a los cuatro espacios culturales mencionados. (Gráficos 35 – 36 – 37 – 38).



Gráficos 39 – 40 – 41 – 42

Distribución porcentual de personas de 12 años y más que asistieron a espacios culturales, según frecuencia de asistencia en los últimos 12 meses Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Del total de personas que afirmó asistir a bibliotecas en los últimos 12 meses, el 26,9% asistió una vez al mes, el 22,5% una vez a la semana y el 20,0% lo hizo varias veces a la semana.

Con relación a la asistencia a los monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos, del total de personas de 12 años y más que afirmó asistir, el 55,9% fue una vez al año, el 22,9% una vez cada seis meses y el 12,0% fue una vez cada tres meses.

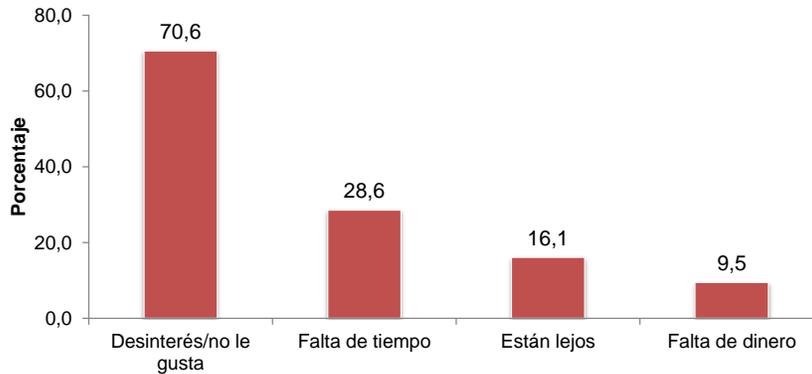
Con respecto a los museos, la población de 12 años y más que afirmó asistir, el 57,5% lo hizo una vez al año, el 23,6% una vez cada seis meses y el 12,6% una vez cada tres meses.

Sobre la asistencia a las casas de la cultura por parte de la población de 12 años y más, el 39,0% asistió una vez al año, el 22,7% una vez cada seis meses y el 16,5% visitó estos escenarios una vez cada tres meses (Gráficos 39 – 40 – 41 – 42).



Gráfico 43

**Porcentaje de personas de 12 años y más que no asistieron a bibliotecas, según motivos de no asistencia, en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012**



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Nota: Los porcentajes de los motivos no asistencia no suman 100%, porque son respuestas incluyentes. Se debe considerar en este caso que el 80,4% no asistió a bibliotecas.

En la gráfica se presentan los motivos de no asistencia que tuvieron mayor prevalencia, en total son ocho opciones de respuesta para esta pregunta.

Sobre los motivos de no asistencia a bibliotecas, se observa que el 70,6% de la población de 12 años y más no asiste por desinterés/no le gusta, el 28,6% por falta de tiempo, y el 16,1% porque consideran que las bibliotecas están lejos (Gráfico 43).

Gráficos 44 – 45 – 46 – 47

**Porcentaje de personas de 12 años y más que no asistieron a bibliotecas, por rangos de edad, según motivos de no asistencia en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012**

Gráfico 44. Personas de 12 a 25 años

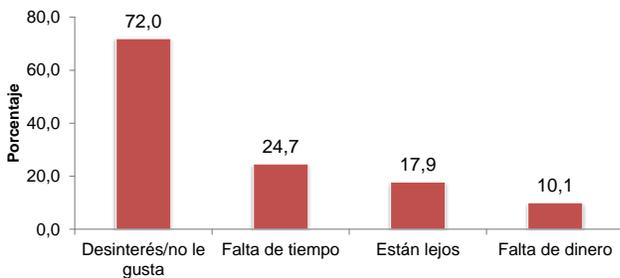


Gráfico 45. Personas de 26 a 40 años

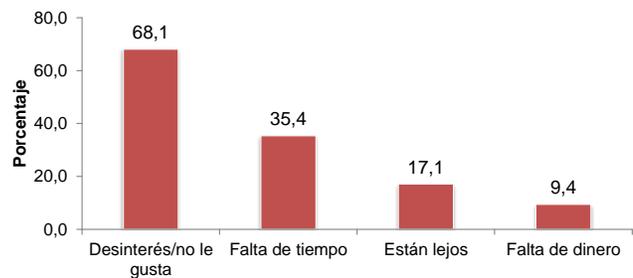


Gráfico 46. Personas de 41 a 64 años

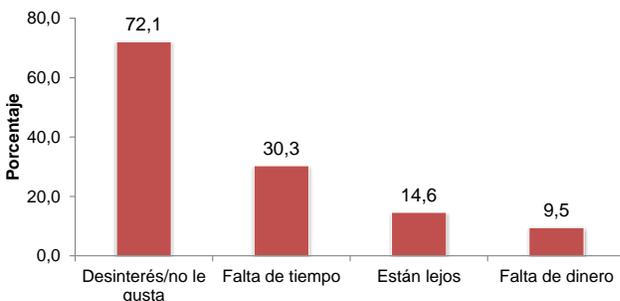
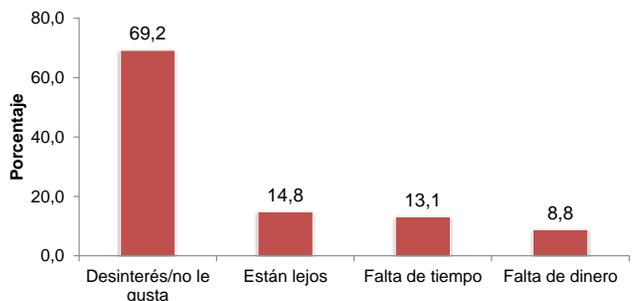


Gráfico 47. Personas de 65 y más



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Nota: Los porcentajes de los motivos no asistencia no suman 100%, porque son respuestas incluyentes.

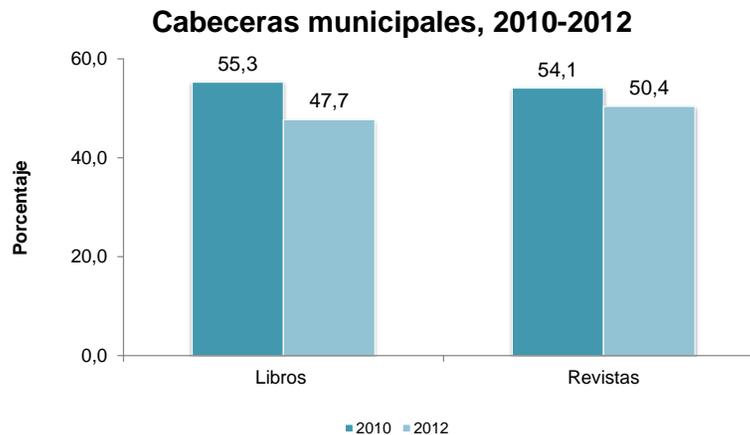


Según los motivos de no asistencia a bibliotecas por rangos de edad, se observa que en todos los casos el desinterés/no le gusta por este tipo de escenarios tiene el más alto porcentaje; seguido por la falta de tiempo en todos los rangos de edad, menos para las personas de 65 años y más (Gráficos 44 – 45 – 46 – 47).

4. Lectura de publicaciones⁴

En este capítulo se presentan los resultados sobre las prácticas culturales asociadas a la lectura de publicaciones impresas o digitales, específicamente, libros, revistas y/o periódicos.

Gráfico 48
Porcentaje de personas de 12 años y más según lectura de libros y revistas en los últimos 12 meses



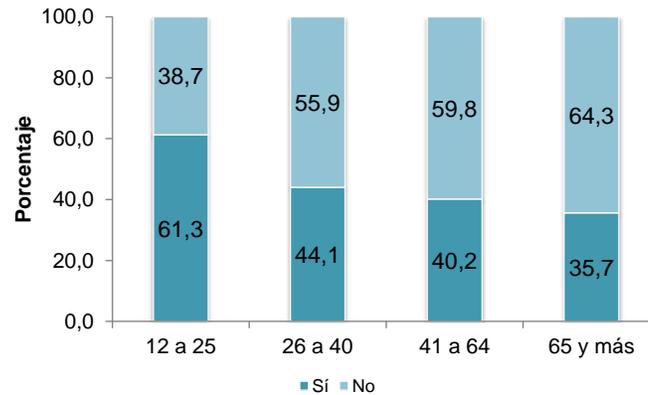
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural años 2010-2012.

Del total de la población de 12 años y más en el año 2010 el 55,3% leyó libros y el 54,1% revistas en los últimos 12 meses. Para el año 2012, la lectura fue de 47,7% para libros y 50,4% para revistas por parte de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir (Gráfico 48).

⁴ En este módulo sólo se le hicieron las preguntas a las personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir.

4.1. Lectura de libros

Gráfico 49
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según lectura de libros, por rangos de edad, en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012

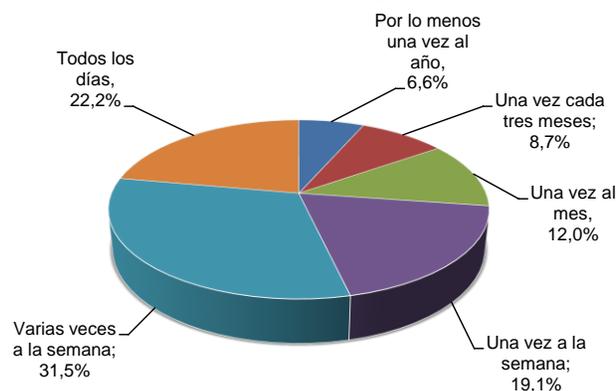


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012

De acuerdo con los resultados, el 47,7% de la población de 12 años y más leyó libros en los últimos 12 meses. Al observar los datos por rangos de edad se destaca que el mayor porcentaje de lectura libros lo presentó la población de 12 a 25 años (61,3%), seguido por el grupo de 26 a 40 años con 44,1% y la población de 41 a 64 años con 40,2% (Gráfico 49).

Con la inclusión del módulo de hábitos de lectura se lograron obtener indicadores especializados, destacandose que de las personas que leyeron libros en los últimos doce meses el 67,9% realizó esta práctica en los últimos tres meses.

Gráfico 50
Distribución porcentual de personas de 12 años y más que leyeron libros, según frecuencia de lectura en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012

De la población de 12 años y más que leyó libros en los últimos 12 meses, el 31,5% lo hizo varias veces a la semana, el 22,2% leyó todos los días y el 19,1% leyó libros una vez a la semana (Gráfico 50).



Gráficos 51 – 52 – 53 – 54

**Distribución porcentual de personas de 12 años y más que leyeron libros, según rangos de edad por frecuencia de lectura en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012**

Gráfico 51. Personas de 12 a 25 años



Gráfico 52. Personas de 26 a 40 años



Gráfico 53. Personas de 41 a 64 años



Gráfico 54. Personas de 65 años y más



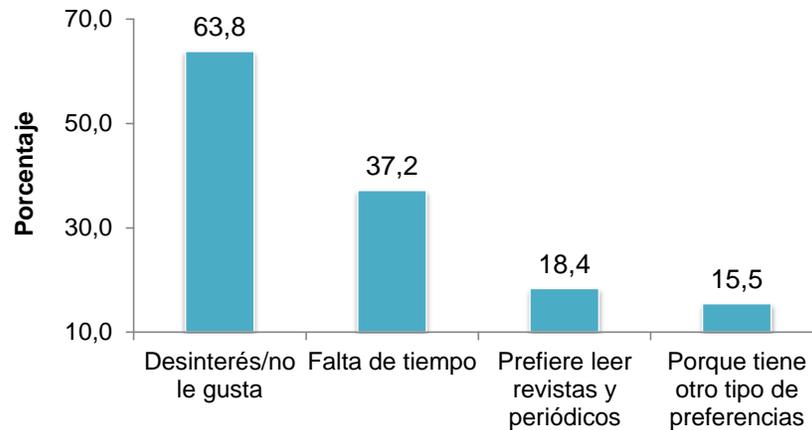
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012

Del total de personas de 12 años y más que afirmaron leer libros, el 38,0% de población de 65 años y más leyó libros todos los días, seguida por la población de 41 a 64 años (28,8%) y el grupo entre los 26 y 40 años con 20,5%.

Según la frecuencia de lectura de varias veces a la semana, se observa que la población de 12 a 25 años presentó el mayor porcentaje con 33,1%, luego la población de 26 a 40 años con 32,3% y el grupo de personas de 41 a 64 años con 28,9% (Gráficos 51 – 52 – 53 – 54).



Gráfico 55
Porcentaje de personas de 12 años y más que no leyeron libros, según motivos de no lectura en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Nota: Los porcentajes de los motivos de no lectura de libros no suman 100%, porque son respuestas incluyentes. Se debe considerar en este caso que el 52,3% no leyó libros en los últimos 12 meses.

En la gráfica se presentan los motivos de no asistencia que tuvieron mayor prevalencia, en total son nueve opciones de respuesta para esta pregunta.

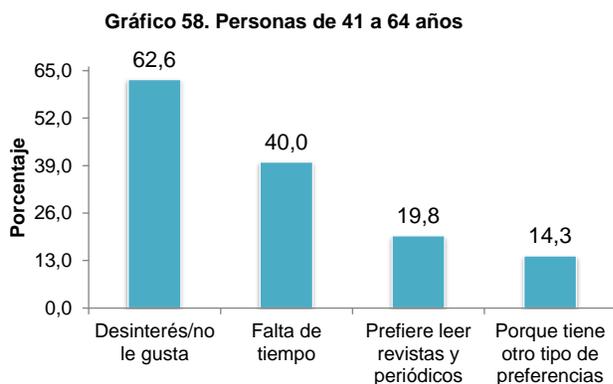
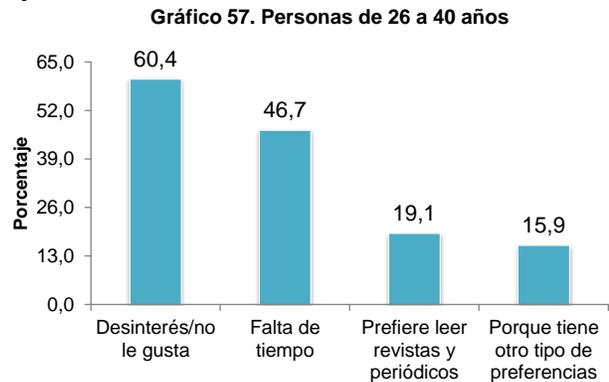
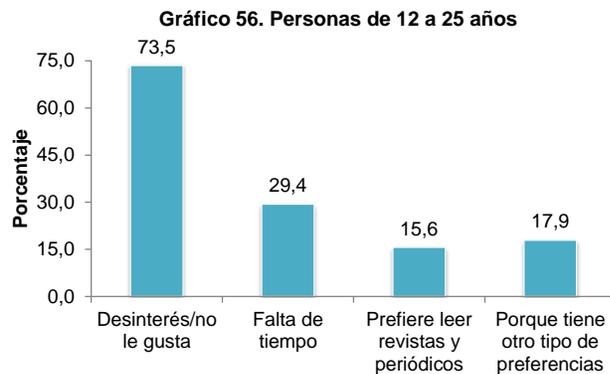
Con relación a las razones de no lectura de libros, el 63,8% de la población afirmó que no lo hizo por desinterés/no le gusta, el 37,2% argumentó falta de tiempo y el 18,4% dijo preferir la lectura de revistas y periódicos (Gráfico 55).



Gráficos 56 – 57 – 58 – 59

Distribución porcentual de personas de 12 años y más que no leyeron libros, por rangos de edad, según motivos de no lectura en los últimos 12 meses

Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Nota: Los porcentajes de los motivos no asistencia no suman 100%, porque son respuestas incluyentes.

Al analizar la información sobre lectura de libros por rangos de edad, se encuentra que el motivo desinterés/no le gusta es el argumento con mayor porcentaje en todos los grupos de edad. Se destaca que en el grupo de 26 a 40 años, el 46,7% afirmó no leer libros por falta de tiempo (Gráficos 56 – 57 – 58 – 59).

**Tabla 5. Promedio de libros leídos en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012**

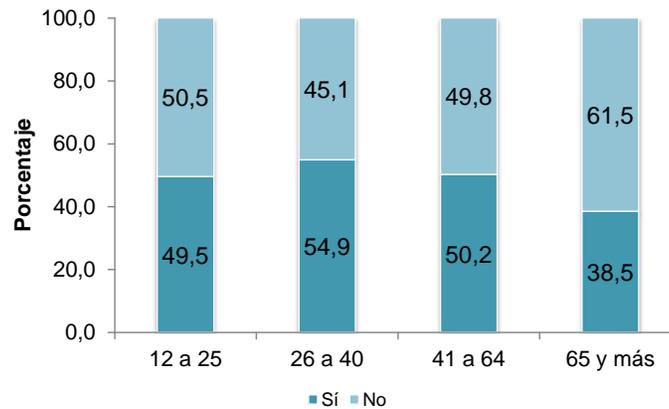
Personas	Total	Promedio de libros leídos por persona
Personas de 12 años y más	28.130	2
Personas de 12 años y más que afirmaron saber leer y escribir y que leyeron libros	12.796	4

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

El promedio de libros leídos por parte de toda la población de 12 años y más es de 2 libros por persona (Tabla 5).

4.2. Lectura de revistas

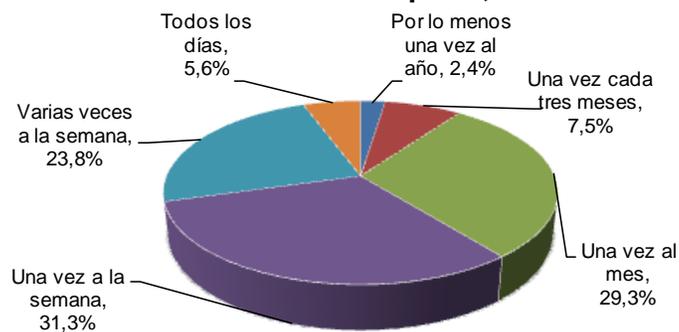
Gráfico 60
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según lectura de revistas, por rangos de edad en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Respecto a la lectura de revistas, el 50,4% leyó este tipo de publicación en los últimos 12 meses. En cuanto a la desagregación de la información por rangos de edad, se observa que la población entre los 26 y 40 años de edad presentó la mayor tasa de lectura de revistas (54,9%), seguida por la población de 41 a 64 años con 50,2% y el grupo poblacional de 12 a 25 años con 49,5% (Gráfico 60).

Gráfico 61
Distribución porcentual de personas de 12 años y más que leyeron revistas, según frecuencia de lectura en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

En cuanto a la frecuencia de lectura, del total de la población de 12 años y más que leyó revistas en los últimos 12 meses, el 31,3% leyó estas publicaciones una vez a la semana, el 29,3% lo hizo una vez al mes, y el 23,8% lo realizó varias veces a la semana (Gráfico 61).



Gráficos 62 – 63 – 64 – 65

Distribución porcentual de personas de 12 años y más que leyeron revistas, según rangos de edad, por frecuencia de lectura en los últimos 12 meses

Cabeceras municipales, 2012

Gráfico 62. Personas de 12 a 25 años

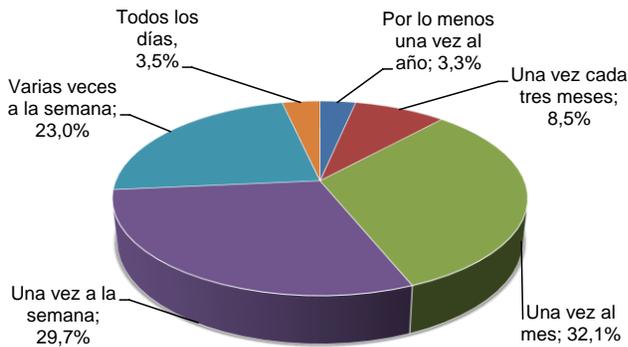


Gráfico 63. Personas de 26 a 40 años

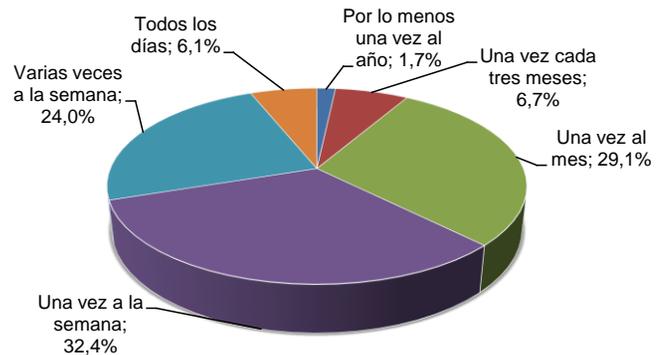
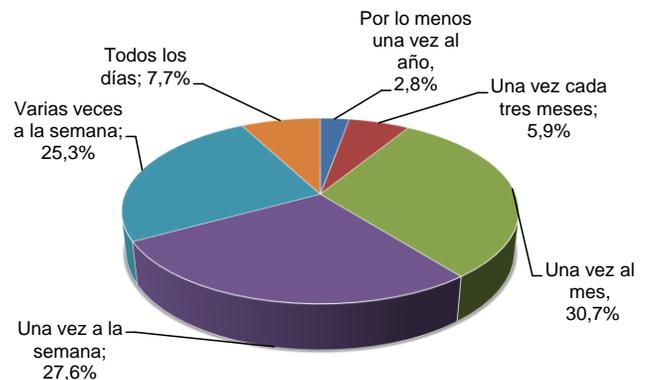


Gráfico 64. Personas de 41 a 64 años



Gráfico 65. Personas de 65 años y más



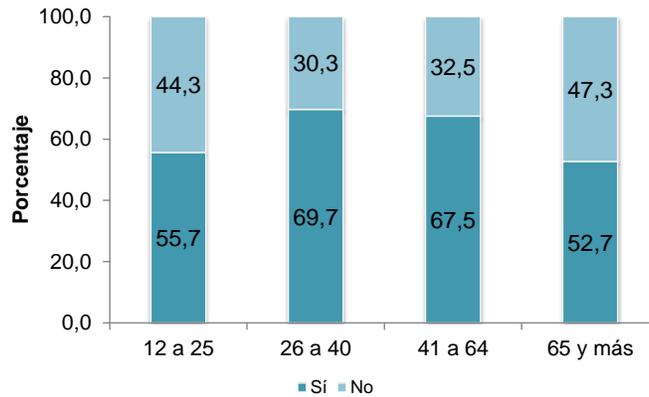
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Del total de la población de 12 años y más que leyó revistas por rangos de edad, el 7,7% de la población de 65 y más afirmó leer todos los días, seguido por el 7,0% de la población de 41 a 64 años y el 6,1% del grupo de 26 a 40 años.

En cuanto a la lectura de revistas varias veces a la semana, el 25,3% de la población de 65 y más lo efectuó, seguido por el 24,3% del grupo entre 41 y 64 años y el 24,0% de las personas entre 26 y 40 años (Gráficos 62 – 63 – 64 - 65).

4.3. Lectura de periódicos

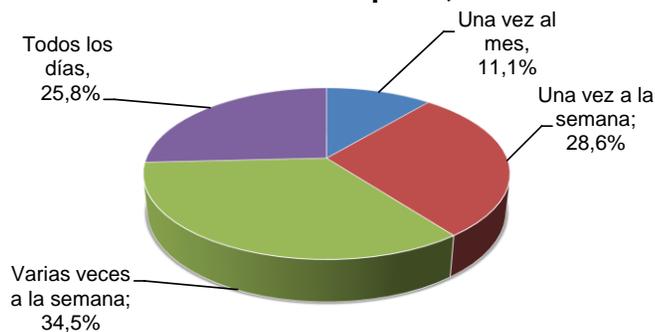
Gráfico 66
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según lectura de periódicos, por rangos de edad en el último mes
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Respecto a la lectura de periódicos, el 63,2% del total de la población de 12 años y más leyó estas publicaciones en el último mes. El mayor porcentaje de lectura de periódicos en el último mes lo tuvo la población de 26 a 40 años (69,7%), seguido por las personas de 41 a 64 años (67,5%) y la población de 12 a 25 años (55,7%) (Gráfico 66).

Gráfico 67
Distribución porcentual de personas de 12 años y más que leyeron periódicos según frecuencia de lectura en el último mes
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Del total de personas de 12 años y más que leyeron periódicos, se observa que el 34,5% leyó varias veces a la semana, el 28,6% lo hizo una vez a la semana y el 25,8% lo hizo todos los días (Gráfico 67).



Gráficos 68 – 69 – 70 – 71

**Distribución porcentual de personas de 12 años y más que leyeron periódicos, según rangos de edad por frecuencia de lectura en el último mes
Cabeceras municipales, 2012**

Gráfico 68. Personas de 12 a 25 años

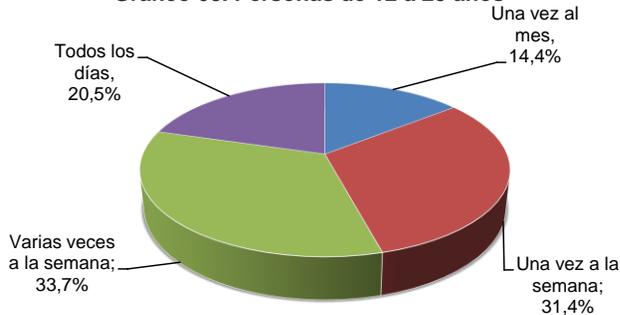


Gráfico 69. Personas de 26 a 40 años

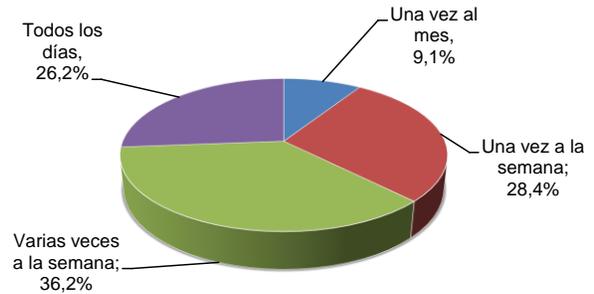


Gráfico 70. Personas de 41 a 64 años

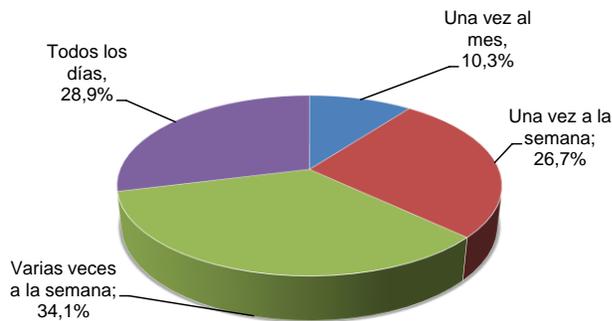
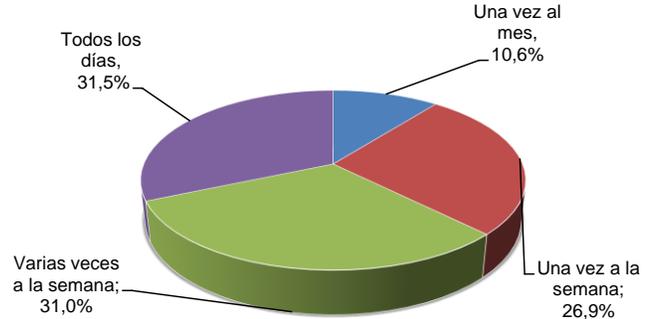


Gráfico 71. Personas de 65 años y más

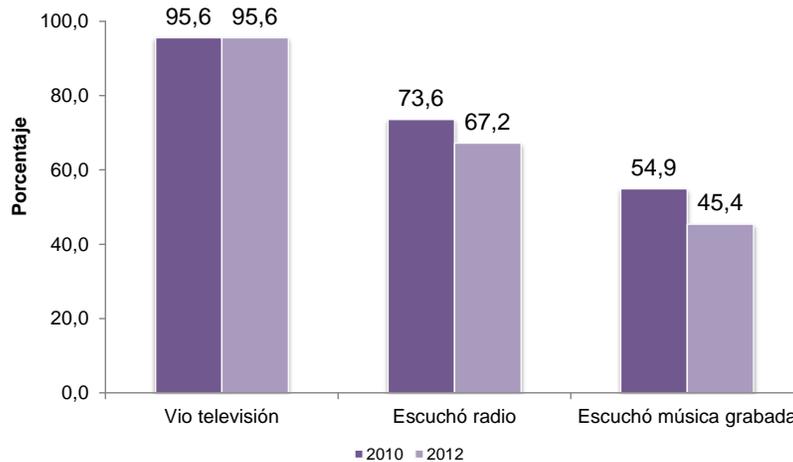


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Con relación a la frecuencia en la lectura de periódicos, del total de la población de 12 años y más que afirmó leer periódicos en el último mes, se destaca que el 31,5% de la población de 65 años y más lo hace todos los días, seguida por el 28,9% del grupo entre los 41 y 64 años y el 26,2% de la población de 26 a 40 años (Gráficos 68 – 69 – 70 – 71).

5. Consumo de televisión, escucha de radio y de música grabada

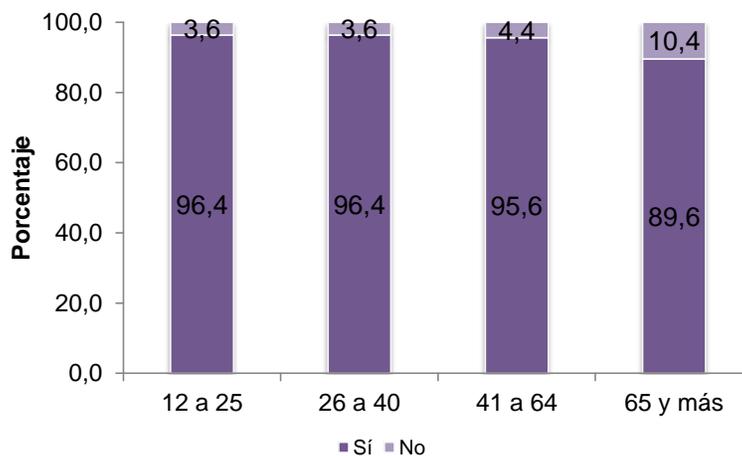
Gráfico 72
Porcentaje de personas de 12 años y más según consumo de audiovisuales en la última semana
Cabeceras municipales, 2010-2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural años 2010-2012.

Del total de la población de 12 años y más en el año 2012 el 95,6% vio televisión, el 67,2% escuchó radio y el 45,4% escuchó música grabada. Para el año 2010, las cifras fueron de 95,6% para el consumo de televisión, 73,6% para la escucha de radio y el 54,9% para la música grabada (Gráfico 72).

Gráfico 73
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según consumo de televisión, por rangos de edad en la última semana
Cabeceras municipales, 2012

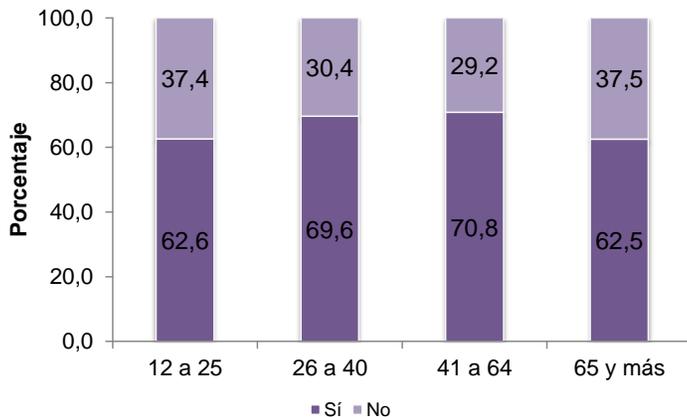


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Con relación al consumo de televisión se destaca que el 96,4% de la población de 12 a 25 años realizó esta actividad en la última semana, así como el 96,4% del grupo de 26 a 40 años y el 95,6% de la población de 41 a 64 años (Gráfico 73).



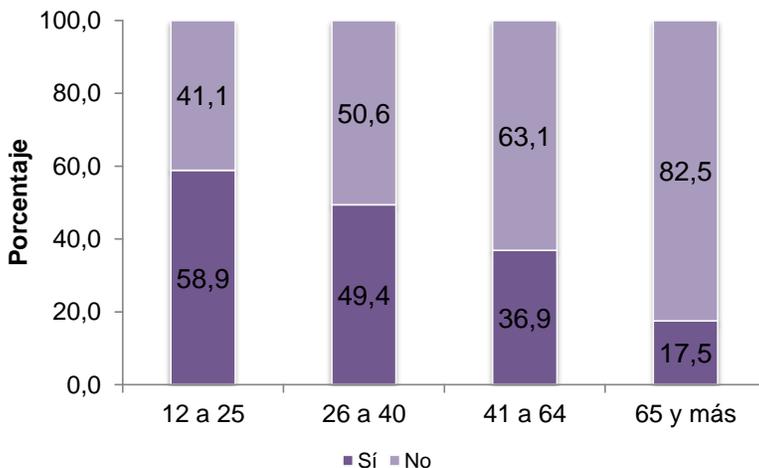
Gráfico 74
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según escucha de radio, por rangos de edad en la última semana
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Respecto a la escucha de radio en la última semana, se destaca que el 70,8% de la población de 41 a 64 años escuchó este medio de comunicación, seguido por el 69,6% del grupo de 26 a 40 años y el 62,6% de la población de 12 a 25 años, mientras que del grupo de 65 años y más el 62,5% escuchó radio en la última semana (Gráfico 74).

Gráfico 75
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según escucha de música grabada, por rangos de edad en la última semana
Cabeceras municipales, 2012

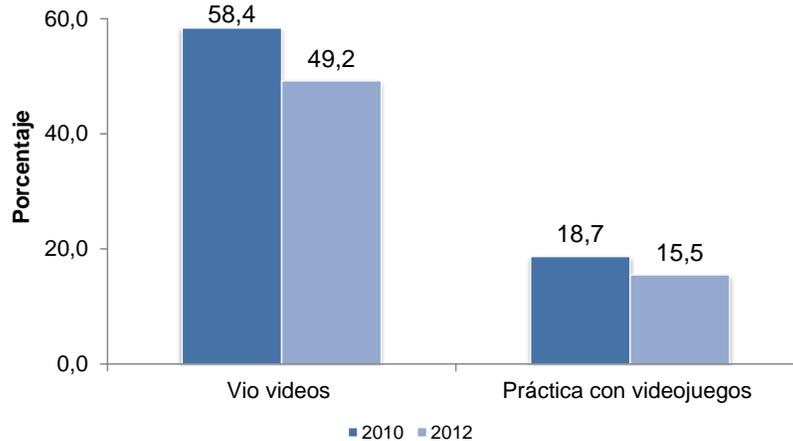


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

En el rango de 12 a 25 años se destaca que el 58,9% escuchó música grabada, el 49,4% del grupo de 26 a 40 años y el 36,9% de la población de 41 a 64 años. Mientras que de la población de 65 años y más el 17,5% escuchó música grabada (Gráfico 75).

6. Consumo de videos y práctica con videojuegos

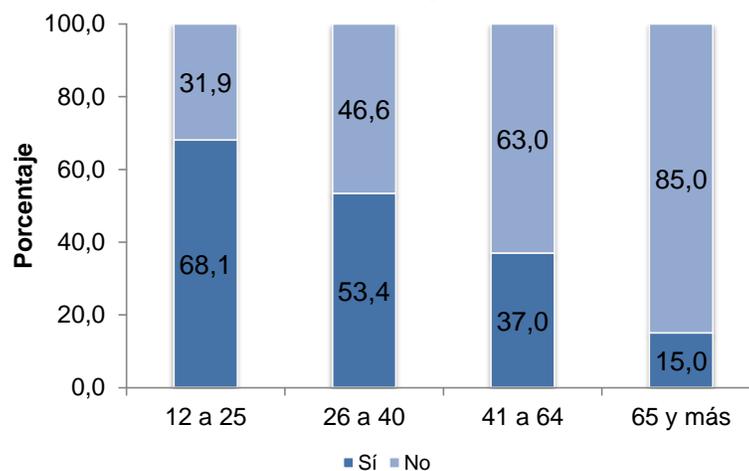
Gráfico 76
Porcentaje de personas de 12 años y más según consumo de videos y práctica con videojuegos en la última semana
Cabeceras municipales, 2010-2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural años 2010-2012.

Para el año 2012, el 49,2% de la población de 12 años y más consumió videos, y el 15,5% practicó con algún videojuego. Para el año 2010, el dato fue 58,4% para el consumo videos y el 18,7% para la práctica con videojuegos (Gráfico 76).

Gráfico 77
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según consumo de videos, por rangos de edad en el último mes
Cabeceras municipales, 2012

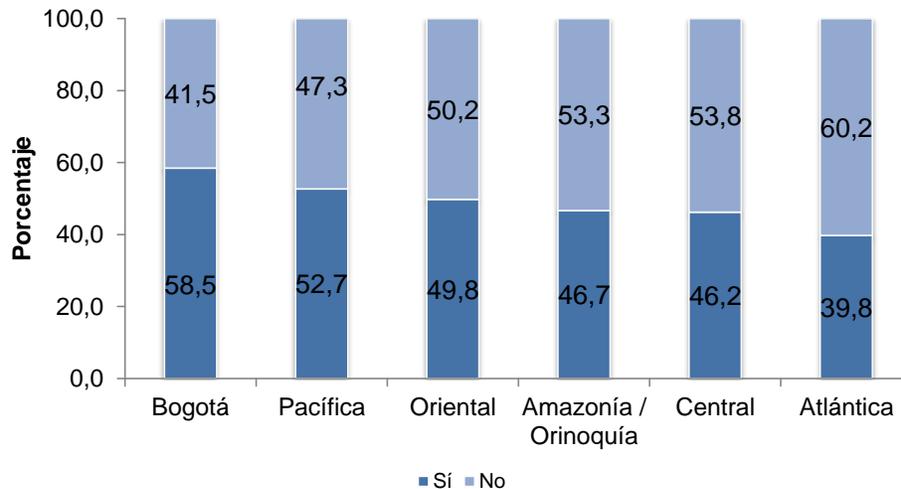


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Al observar los datos por rangos de edad se resalta que la población de 12 a 25 años presentó el mayor porcentaje de consumo de videos con 68,1%, seguida por la población de 26 a 40 años con 53,4% y el grupo de 41 a 64 años con 37,0% (Gráfico 77).



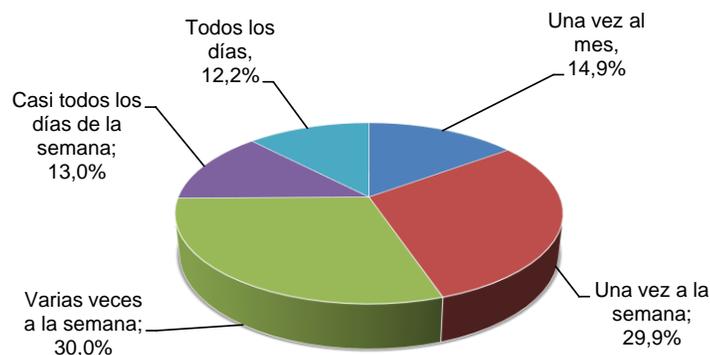
Gráfico 78
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según consumo de videos, por regiones en el último mes
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

En los datos por regiones, se destaca que la población de Bogotá presentó el mayor porcentaje de consumo de videos con 58,5% seguida por la población de la región Pacífica (52,7%) y los habitantes de la región Oriental (49,8%) (Gráfico 78).

Gráfico 79
Distribución porcentual de personas de 12 años y más que consumieron videos, según frecuencia de consumo en el último mes
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Del total de la población de 12 años y más que consumió videos en el último mes, el 30,0% lo hizo varias veces a la semana, el 29,9% lo efectuó una vez a la semana y el 14,9% lo hizo una vez al mes (Gráfico 79).



Gráficos 80 – 81 – 82 – 83

Distribución porcentual de personas de 12 años y más que consumieron videos, según rangos de edad por frecuencia de consumo en el último mes

Cabeceras municipales, 2012

Gráfico 80. Personas de 12 a 25 años

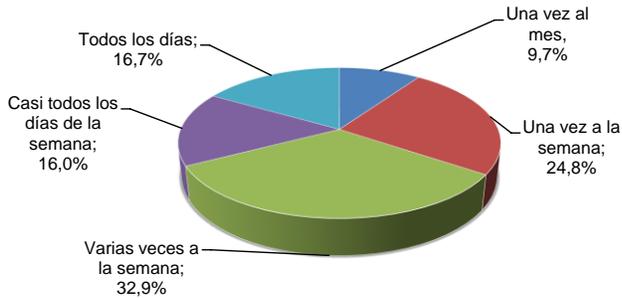


Gráfico 81. Personas de 26 a 40 años

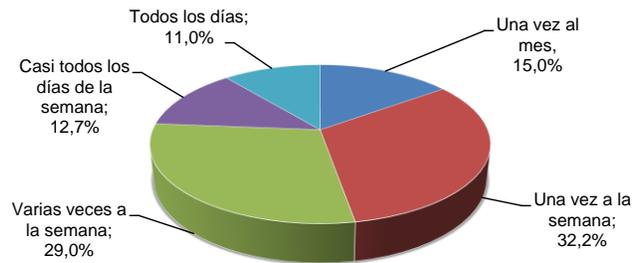


Gráfico 82. Personas de 41 a 64 años

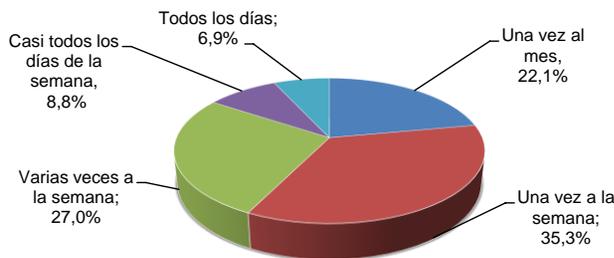


Gráfico 83. Personas de 65 años y más



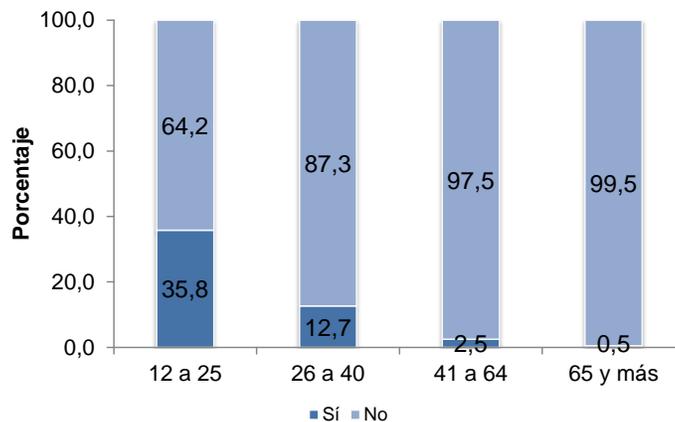
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Con relación a la frecuencia en el consumo de videos, se destaca que el grupo de 12 a 25 años presenta el mayor porcentaje de consumo para la frecuencia varias veces a la semana (32,9%). Para el caso de la población de 26 a 40 años, la frecuencia más alta es una vez a la semana (32,2%), al igual que la población de 41 a 64 años (35,3%) y la de 65 años y más (33,9%) (Gráficos 80 – 81 – 82 – 83).

Gráfico 84

Distribución porcentual de personas de 12 años y más según práctica con videojuegos, por rangos de edad en el último mes

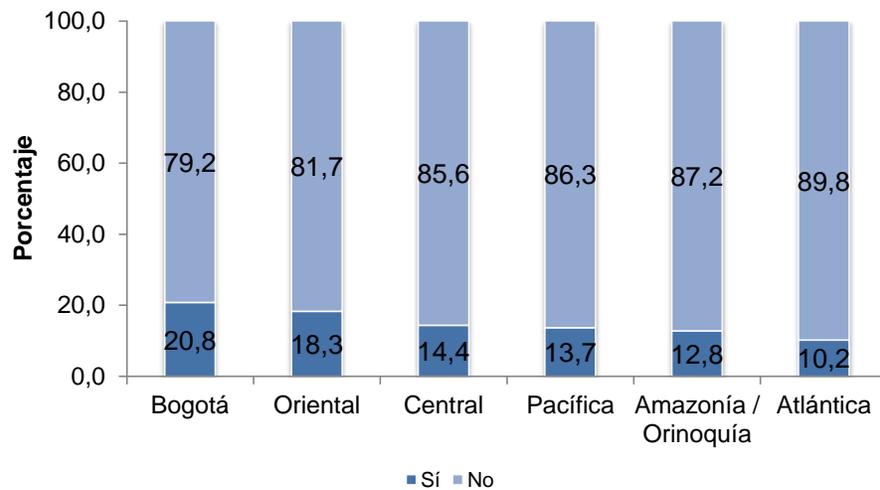
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

En la práctica con videojuegos se destaca que el 15,5% de la población de 12 años y más realizó esta actividad. En cuanto a los rangos de edad, la población de 12 a 25 años representó el porcentaje más alto de consumo con 35,8%, seguida por la población de 26 a 40 años con 12,7% (Gráfico 84).

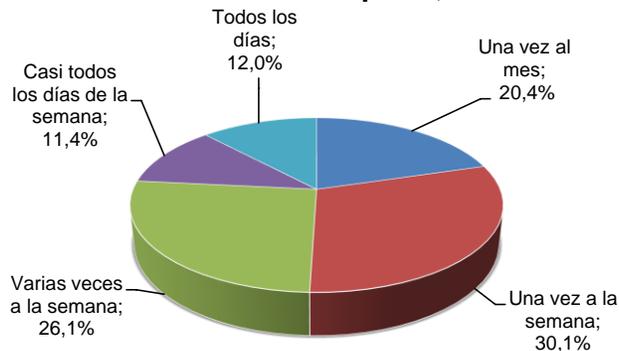
Gráfico 85
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según práctica con videojuegos, por regiones en el último mes
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Al desagregar los datos por regiones, se encuentra que la región Bogotá presentó el más alto porcentaje de consumo de videojuegos (20,8%), luego la región Oriental con 18,3%, seguida por la Central con 14,4% (Gráfico 85).

Gráfico 86
Distribución porcentual de personas de 12 años y más que practicaron con videojuegos, según frecuencia en el último mes
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Según la frecuencia de esta práctica, de la población de 12 años y más que afirmó practicar con videojuegos, se destaca que el 30,1% lo hizo una vez a la semana, el 26,1% la ejecutó varias veces a la semana y el 20,4% lo hizo una vez al mes (Gráfico 86).



Gráficos 87 – 88 – 89 – 90

Distribución porcentual de personas de 12 años y más que practicaron videojuegos, según rangos de edad por frecuencia de consumo en el último mes Cabeceras municipales, 2012

Gráfico 87. Personas de 12 a 25 años

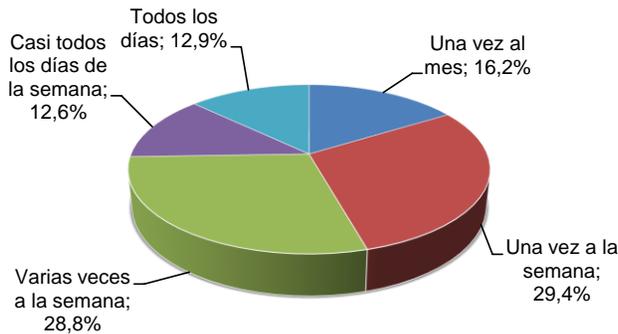


Gráfico 88. Personas de 26 a 40 años

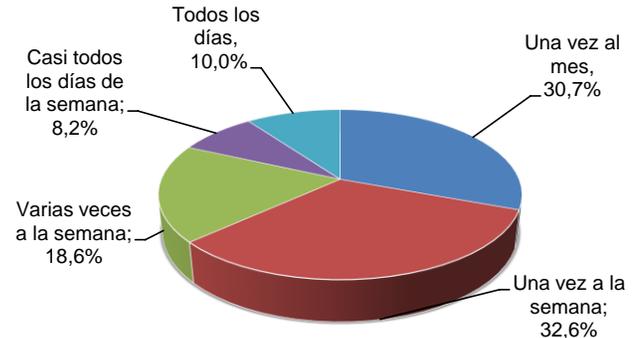


Gráfico 89. Personas de 41 a 64 años

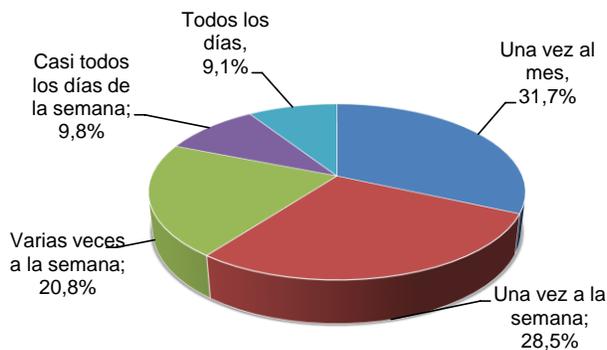
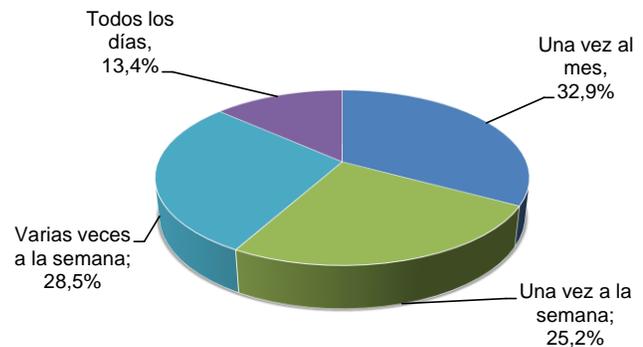


Gráfico 90. Personas de 65 años y más(*)



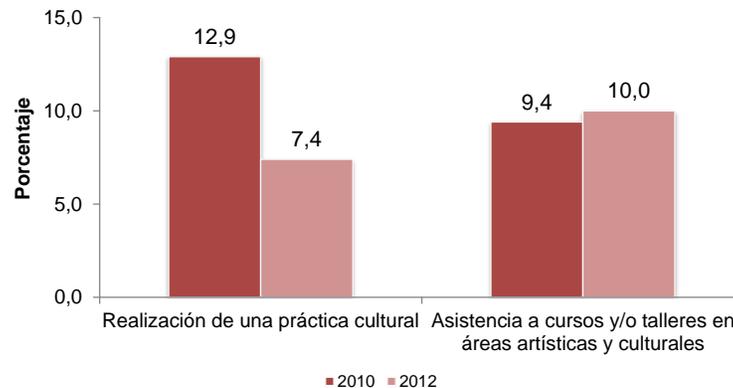
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Con relación a la frecuencia en el consumo de videojuegos, se destaca que la población de 12 a 25 años presenta el mayor porcentaje para la frecuencia varias veces a la semana (28,8%). Para el caso de la población de 26 a 40 años, la frecuencia más alta es una vez a la semana (32,6%). En el grupo población de 41 a 64 años es una vez al mes (31,7%), al igual que en la población de 65 años y más (32,9%) (Gráficos 87 – 88 – 89 – 90).

7. Asistencia a cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales y realización de prácticas culturales

Gráfico 91

Porcentaje de personas de 12 años y más según realización de prácticas culturales y asistencia a cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2010-2012

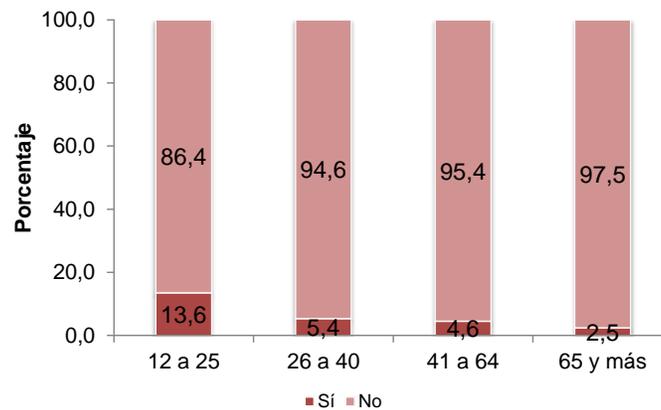


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural años 2010-2012.

Para el año 2010, el 12,9% de la población de 12 años y más realizó alguna práctica cultural y el 9,4% asistió a talleres y/o cursos en áreas artísticas y culturales. Para el año 2012, 7,4% de la población hizo alguna práctica cultural y el 10,0% asistió a talleres (Gráfico 91).

Gráfico 92

Distribución porcentual de personas de 12 años y más según asistencia a cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales, por rangos de edad, en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012



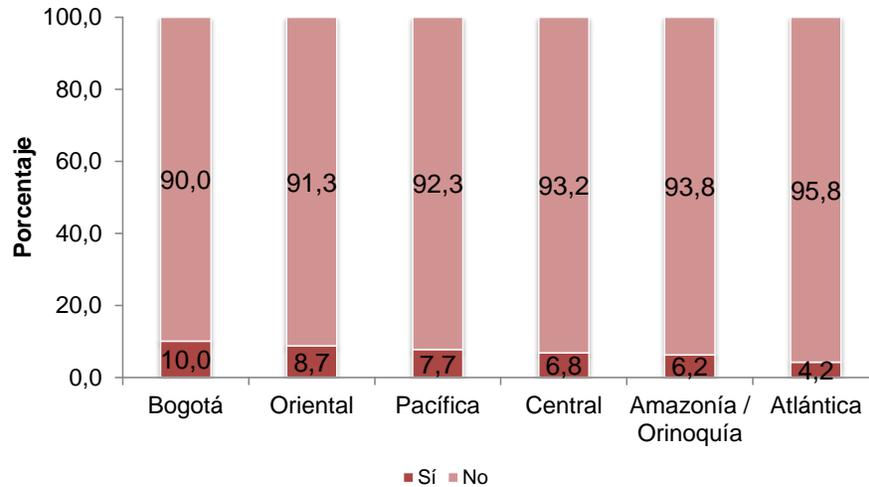
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

En la asistencia a cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales la población de 12 a 25 años representó el 13,6%, el grupo entre los 26 y 40 años el 5,4% y el 4,6% la población de 41 a 64 años (Gráfico 92).



Gráfico 93

Distribución porcentual de personas de 12 años y más según asistencia a cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales, por regiones, en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012

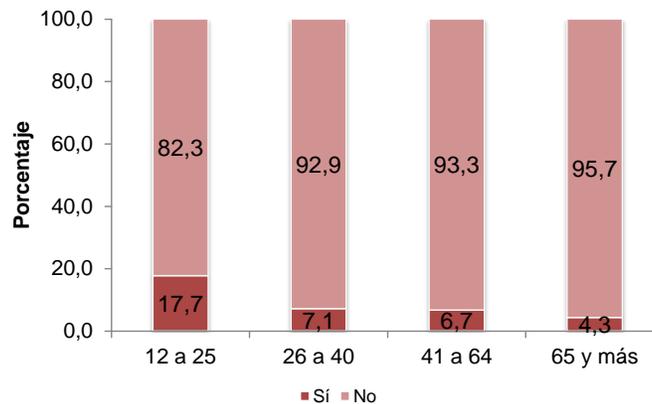


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Bogotá presentó el mayor porcentaje en asistencia a cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales (10,0%), mientras que la región Atlántica presentó el menor porcentaje en asistencia a este tipo de cursos (4,2%) (Gráfico 93).

Gráfico 94

Distribución porcentual de personas de 12 años y más según realización de prácticas culturales, por rangos de edad, en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012



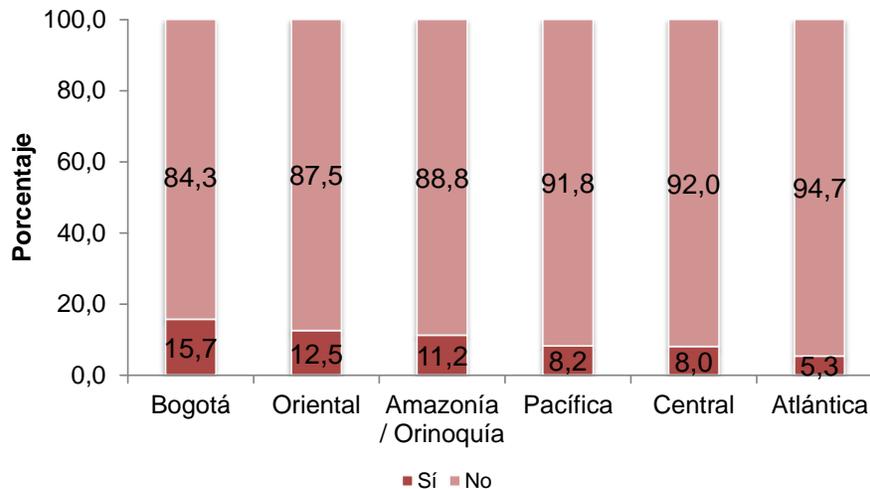
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

En la realización de las prácticas culturales en los últimos 12 meses se destaca el 17,7% de la población de 12 a 25 años, seguido del 7,1% de la población de 26 a 40 años y el 6,7% del grupo de 41 a 64 años (Gráfico 94).



Gráfico 95

**Distribución porcentual de personas de 12 años y más según realización de prácticas culturales, por regiones, en los últimos 12 meses
Cabeceras municipales, 2012**



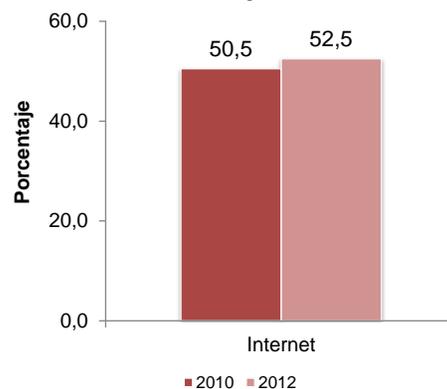
Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Al desagregar los datos por regiones, se encuentra que Bogotá presentó el mayor porcentaje de personas que realiza prácticas culturales con 15,7%, seguida por la región Oriental con 12,5% y la región Amazonía/Orinoquía con 11,2% (Gráfico 95).

8. Uso de Internet

Gráfico 96

**Porcentaje de personas de 12 años y más según uso de Internet en los últimos tres meses
Cabeceras municipales, 2010-2012**

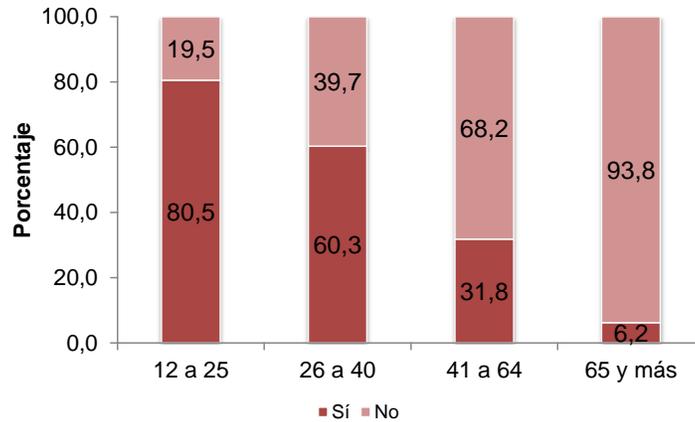


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural años 2010-2012.

Para el año 2010, el 50,5% de la población de 12 años y más usó internet en los últimos tres meses. Para el año 2012, el dato fue de 52,5% (Gráfico 96).



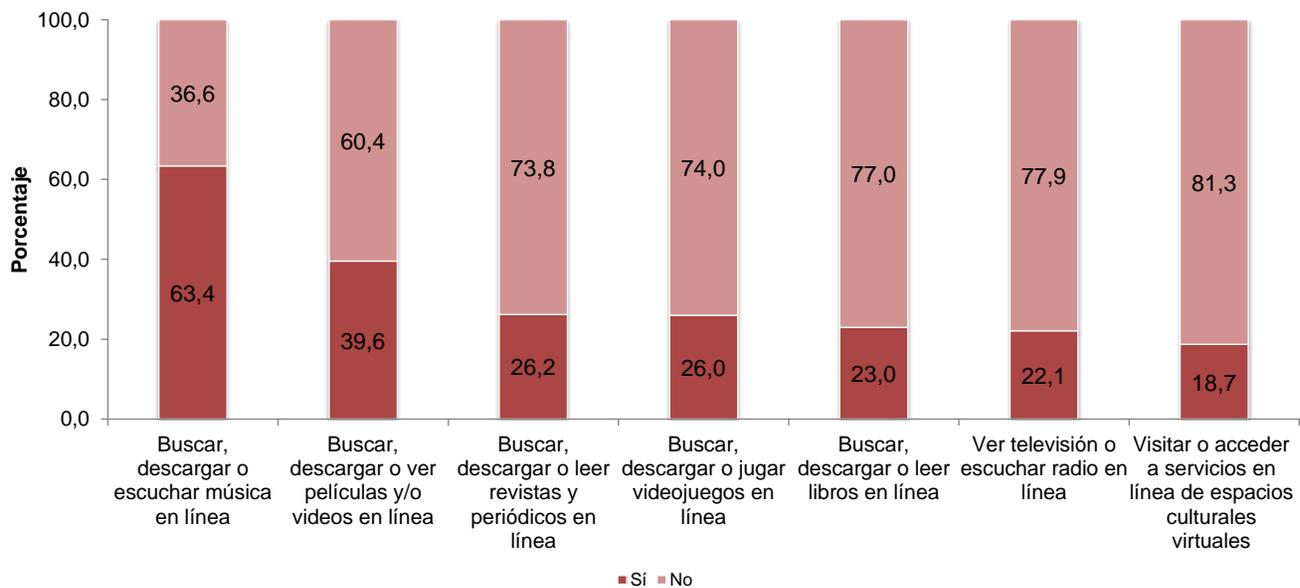
Gráfico 97
Distribución porcentual de personas de 12 años y más según uso de Internet, por rangos de edad, en los últimos tres meses
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

En el uso de Internet, se destaca que la población de 12 a 25 años presentó el porcentaje de uso más alto (80,5%), seguida por el grupo de 26 a 40 años (60,3%) y la población de 41 a 64 años con 31,8% (Gráfico 97).

Gráfico 98
Distribución porcentual de personas de 12 años y más que usaron Internet, según tipo de consumos culturales efectuados en los últimos tres meses
Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Respecto a los consumos culturales en internet, se destaca que el 63,4% de la población que usó Internet lo hizo para buscar, descargar o escuchar música en línea; el 39,6% buscó, descargó o vio películas y/o videos en línea; y el 26,2% buscó, descargó o leyó revistas o periódicos en línea (Gráfico 98).

9. Tiempo libre

Gráfico 99

Promedio de horas invertidas en tiempo libre de lunes a viernes y de sábado a domingo, por las personas de 12 años y más en la última semana Cabeceras municipales, 2010-2012

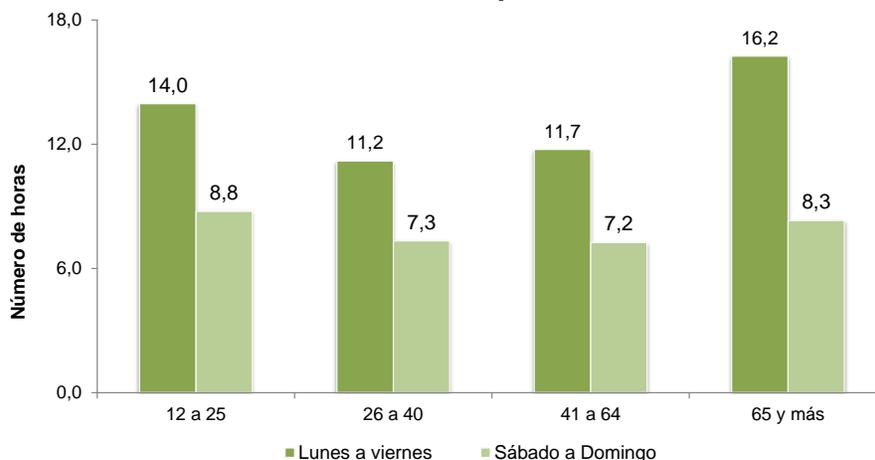


Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural años 2010-2012.

En el año 2012, el promedio de horas invertidas de lunes a viernes en tiempo libre fue de 12,7 y los fines de semana fueron 7,9. Para el año 2010, el promedio de horas invertidas de lunes a viernes en tiempo libre fue 14,3 horas y de sábado a domingo de 8,8 (Gráfico 99).

Gráfico 100

Promedio de horas invertidas en tiempo libre de lunes a viernes y de sábado a domingo por las personas de 12 años y más, por rangos de edad, en la última semana Cabeceras municipales, 2012



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural año 2012.

Con relación al promedio de horas invertidas en tiempo libre por rangos de edad, se observa que la población de 65 años y más presenta el mayor promedio 16,2 horas de lunes a viernes en tiempo libre, seguida por el grupo de 12 a 25 años con 14,0 horas en promedio.



Para sábado y domingo es la población de 12 a 25 años la que presenta el mayor promedio de horas que dedican a actividades en el tiempo libre 8,8 horas, mientras que la población de 41 a 64 años presenta el menor promedio de 7,2 horas (Gráfico 100).



FICHA METODOLÓGICA

Objetivo general

Caracterizar percepciones y formas de comportamiento que expresen prácticas culturales 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.
- Conocer las principales actividades realizadas en el marco del tiempo libre.
- 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

825 segmentos – 8.368 viviendas - 8.636 hogares – 29.285 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.



GLOSARIO

Acceso a bienes y servicios culturales: en la sociedad circulan diversos bienes y servicios culturales producidos por entidades tanto públicas como privadas que constituyen una oferta cultural para los ciudadanos. En ese sentido el acceso hace referencia a la consecución u obtención de estas producciones sea de forma gratuita o paga por parte las personas.

Actividades culturales: comprenden y plasman todo tipo de expresiones culturales independientemente del hecho que tengan o no valor comercial. Las actividades culturales pueden tener valor en sí mismas o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales.

Asistencia cine: ‘ir a cine’ es una práctica que implica la asistencia a un espacio (la sala de cine), la interpretación de un lenguaje (el cinematográfico), la interacción con un medio (el cine) y, desde su uso cotidiano, también la acción de ‘ver una película’. En este caso, indica desplazamiento, salir de casa para observar un producto cinematográfico en un sitio acondicionado para ello. Esta actividad incluye la visita de espacios públicos como privados, salas de cine y los auditorios de entidades públicas y privadas de educación superior, donde funcionan cineclubes y se hacen diversas proyecciones.

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, los videojuegos y las nuevas formas de expresión cultural accesibles en Internet o mediante computadoras.

Biblioteca: una organización, o parte de una organización, que tiene como principales objetivos acopiar y mantener colecciones de materiales impresos, y facilitar el uso de esta información e instalaciones consideradas necesarias para satisfacer las necesidades de información, investigación y educación y proporcionar espacios recreativos y culturales para sus usuarios. Se incluye en esta definición cualquier colección estructurada de libros y revistas en formato impreso o electrónico y cualquier tipo de material gráfico o audiovisual, así como las bibliotecas virtuales y catálogos digitales.

Bienes y servicios culturales: los bienes culturales proyectan ideas, símbolos y modos de vida, algunos de los cuales pueden estar sujetos a derechos de autor. Entre estos bienes se encuentran los monumentos de arquitectura, de arte o de historia, religiosos o seculares, los campos arqueológicos, los grupos de construcciones que por su conjunto ofrezcan un gran interés histórico o artístico, las obras de arte, manuscritos, libros y otros objetos. Por su parte, los servicios culturales no representan bienes culturales materiales en sí mismos, aunque facilitan su producción y distribución.

Por ejemplo, entre los servicios culturales se incluyen las actividades de concesión de licencias y otros servicios relacionados con la propiedad intelectual, las actividades de distribución de productos audiovisuales, la promoción de eventos culturales y artes escénicas, así como los servicios de información cultural y la preservación de libros, grabaciones y artefactos (en bibliotecas, centros de documentación y museos). La mayoría de estos bienes y servicios están sujetos a derechos de autor.

Carnavales, fiestas y eventos nacionales: son celebraciones de importancia nacional, desarrolladas en fechas y lugares definidos históricamente, reconocidas por la mayoría de ciudadanos e identificadas por entidades como el Ministerio de Cultura como celebraciones de importancia nacional, dado que son considerados parte del patrimonio cultural inmaterial.

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 culturales⁵.

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.”⁶

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 están cargados de múltiples sentidos para quienes hacen uso de ellos, situación que está condicionada a la frecuencia de su uso, al tipo y/o género elegido, al gasto y a su forma de adquisición, al rol social de quien lo consume. Relaciones y hechos que hacen posible la visibilización de identidades, valores, costumbres, prácticas e imaginarios, a partir del estudio del consumo específico de bienes, servicios y espacios ofertados especialmente por el sector cultural.

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, sitios arqueológicos y monumentos históricos.

Fiestas municipales o departamentales: son celebraciones reconocidas por la comunidad como parte de su memoria colectiva, y desarrolladas en fechas definidas tradicionalmente. Un ejemplo son las fiestas de las fundaciones de los municipios, el nacimiento o muerte de algún prócer, o festividades relacionadas con artículos específicos, como en el caso de las festividades asociadas a ciertos productos agrícolas.

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.

Lectura de libros: para que un libro sea considerado como ‘leído’, la persona debió haber leído por lo menos la mitad del mismo. Cuando se habla de libros se incluyen aquellos físicos como digitales, aquellos narrativos y de poesía, los ensayos, los libros de autoayuda y superación, religión, los libros de historia, política y ciencias sociales; los de esoterismo, historietas, artes y aquellos de carácter técnico-científico, los textos escolares y universitarios, así como las guías y manuales producidas en el marco del trabajo o el estudio.

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.

⁵ MARTÍN BARBERO J. De los medios a las mediaciones. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2003, p. 296.

⁶ 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.



Preferencias de consumo cultural: géneros o tipologías de bienes y servicios culturales que se consumen (cuáles) y las frecuencias en las que estas acciones se realizan (cada cuánto). En el caso del cine, se refiere a cada cuánto se asiste (cada tres meses, una vez al mes) y qué género de cine se observa cuando se va a cine: erótico, de suspenso, drama, animado, de acción y aventura.

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.

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.

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

**Vea los resultados completos de la encuesta en www.dane.gov.co.
Luego acceda al vínculo Sociales / Cultura /
Encuesta de Consumo Cultural (ECC)**