



ENCUESTA LATINOAMERICANA DE HáBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2013

Organização
dos Estados
Ibero-americanos

Para a Educação,
a Ciência
e a Cultura



Organización
de Estados
Iberoamericanos

Para la Educación,
la Ciencia
y la Cultura

**ENCUESTA
LATINOAMERICANA
DE HáBITOS Y
PRÁCTICAS
CULTURALES
2013**

Este libro está pensado para que tenga la mayor difusión posible y que, de esta forma, contribuya al conocimiento y al intercambio de ideas. Por tanto, se autoriza su reproducción siempre que se cite la fuente y se realice sin ánimo de lucro.

© Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación,
la Ciencia y la Cultura (OEI)
Bravo Murillo, 38
28015 Madrid, España
www.oei.es

Diseño: Leire Mayendía
Maquetación: OEI
Impresión: Liagrafic S.L.

Impreso en agosto de 2014
ISBN: 978-84-86025-02-1
Depósito Legal: Hecho el depósito que marca la Ley n.º 1.328/98

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	13
CAPÍTULO 1. PARTICIPACIÓN EN EVENTOS ARTÍSTICOS Y CULTURALES	15
— Asistencia a proyecciones cinematográficas.....	16
• Datos generales	16
• Porcentajes de respuesta por países.....	17
• Asistencia al cine en función del género, edad, nivel de estudios y nivel socioeconómico	19
— Género	19
— Edad	20
— Nivel de educativo	21
— Nivel socioeconómico	22
— Asistencia al teatro	24
• Datos generales	24
• Porcentajes de respuesta por países	25
• Asistencia al teatro en función del género, edad, nivel de estudios y nivel socioeconómico	27
— Género	27
— Edad	28
— Nivel educativo.....	29
— Nivel socioeconómico	29
— Asistencia a conciertos, recitales y presentaciones en vivo	31
• Datos generales	31
• Porcentajes de respuesta por países.....	32
• Asistencia a conciertos, recitales y presentaciones en vivo en función del género, edad, nivel educativo y contexto socioeconómico	34
— Género	34
— Edad	35
— Nivel Educativo.....	36
— Nivel socioeconómico	37
— Síntesis	37
CAPÍTULO 2. MÚSICA Y VÍDEO.....	39
— Música grabada	40
• Datos generales	40
• Porcentajes de respuesta por países.....	41
• Consumo de música grabada en función del género, edad, nivel de estudios y nivel sociocultural	44
— Género	44
— Edad	45
— Nivel educativo.....	46
— Nivel socioeconómico	47

— Vídeo	48
• Datos generales	48
• Porcentajes de respuesta por países.....	49
• Consumo de vídeos en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel sociocultural	51
— Género	51
— Edad	52
— Nivel educativo.....	53
— Nivel Socioeconómico	54
— Síntesis.....	54
CAPÍTULO 3. LIBROS Y LECTURA	57
— Índice de lectura por profesión o estudios	58
• Datos generales	58
• Porcentajes de respuesta por países	59
• Índice de lectura en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico	62
— Género	62
— Edad	63
— Nivel educativo.....	64
— Nivel socioeconómico	65
— Índice de lectura por otros motivos: ocio, entretenimiento o interés personal	66
• Datos generales	66
• Porcentajes de respuesta por país	67
• Índice de lectura en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico	70
— Género	70
— Edad	71
• Nivel educativo.....	72
— Nivel socioeconómico	73
— Número de libros leídos por año	75
• Resultados por países.....	75
• Libros leídos en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico	76
— Género	76
— Edad	76
— Nivel Educativo.....	77
— Nivel Socioeconómico	77
— Síntesis.....	78
CAPÍTULO 4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	81
— Medios de comunicación tradicionales	83
<i>Televisión</i>	<i>83</i>
• Datos generales	83
• Porcentaje de respuesta por países	84

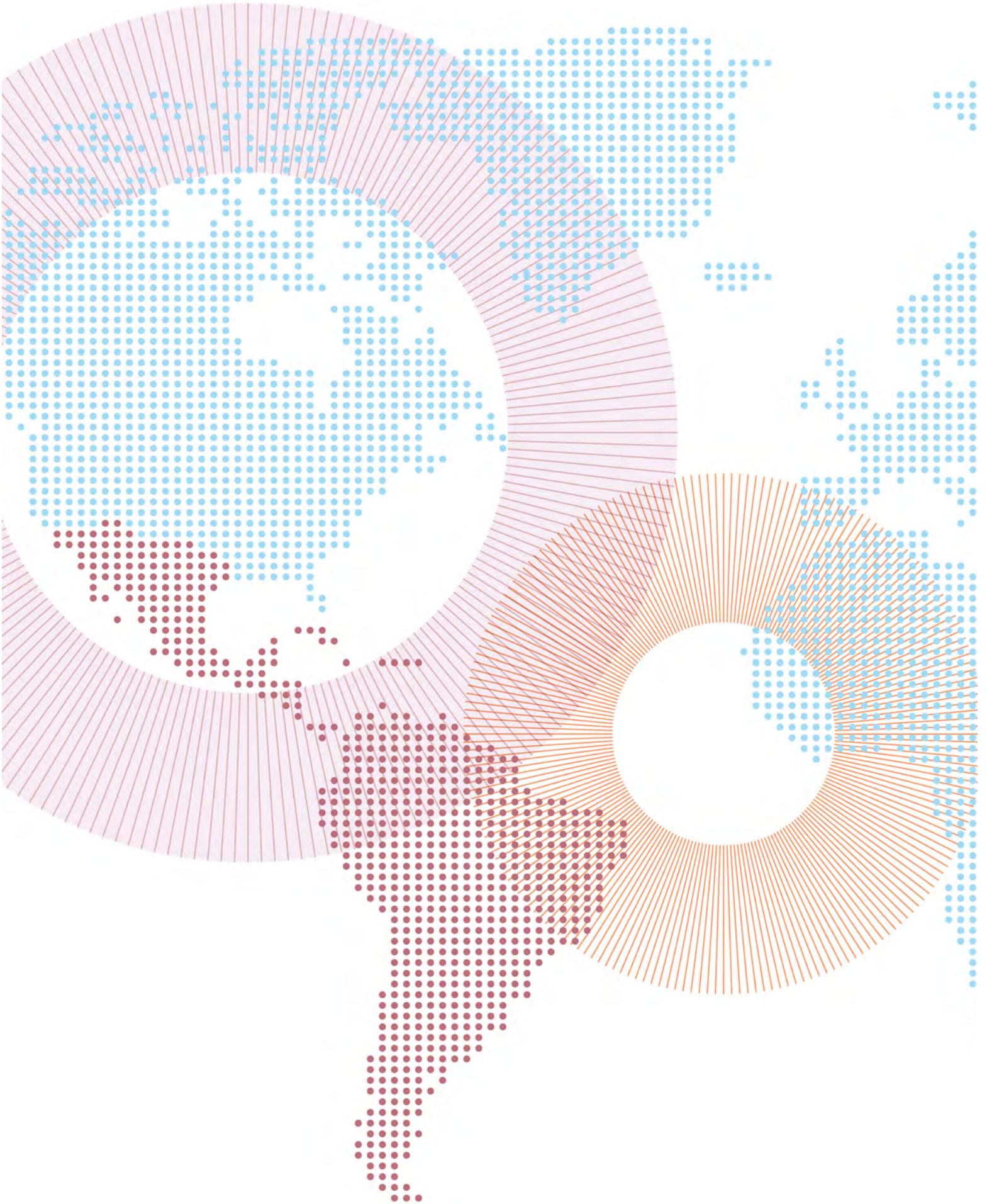
• Horas de televisión en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico.....	85
— Género	85
— Edad	86
— Nivel educativo.....	87
— Nivel socioeconómico	88
<i>Radio.....</i>	<i>89</i>
• Datos generales	89
• Porcentajes de respuesta por países.....	90
• Horas de escucha de la radio en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico.....	90
— Género	90
— Edad	91
— Nivel educativo.....	92
— Nivel socioeconómico	93
<i>Lectura de diarios / periódicos</i>	<i>94</i>
• Datos generales	94
• Porcentajes de respuesta por país	94
• Lectura de periódicos en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico.....	95
— Género	95
— Edad	95
— Nivel educativo.....	96
— Nivel socioeconómico	96
— Computadora e Internet	98
<i>Frecuencia de uso de la computadora</i>	<i>98</i>
• Datos generales	98
• Porcentajes de respuesta por países	99
• Uso de la computadora en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico.....	101
— Género	101
— Edad	102
— Nivel educativo.....	103
— Nivel Socioeconómico	104
<i>Correo electrónico e Internet.....</i>	<i>105</i>
• Datos generales	105
• Porcentajes de respuesta por países.....	107
• Uso de Internet en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico	109
— Género	109
— Edad	110
— Nivel educativo	111
— Nivel socioeconómico	111
<i>Redes sociales.....</i>	<i>113</i>
• Datos generales	113

• Porcentajes de respuesta por países.....	114
<i>Actividades realizadas cuando se dispone de conexión a Internet.....</i>	<i>115</i>
<i>Lugar de conexión a Internet</i>	<i>117</i>
• Datos generales	117
• Porcentajes de respuesta por países.....	117
— Síntesis.....	118
— Medios de comunicación tradicionales.....	118
— Uso de la computadora e Internet.....	118
CAPÍTULO 5. PATRIMONIO MATERIAL E INMATERIAL.....	121
— Patrimonio material	122
• Datos generales	122
• Porcentaje de respuesta por países	123
• Asistencia a lugares patrimoniales en función del género, edad, nivel educativo y nivel socioeconómico.....	126
— Género	126
— Edad	127
— Nivel educativo.....	128
— Nivel socioeconómico	129
— Patrimonio inmaterial	130
• Datos generales	130
• Porcentajes de respuesta por países.....	132
• Participación en celebraciones comunitarias en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico	134
— Género	134
— Edad	135
— Nivel Educativo.....	136
— Nivel socioeconómico	137
— Síntesis	137
CAPÍTULO 6. PERCEPCIONES SOCIALES SOBRE LA CULTURA	139
— El acceso a la cultura en el pasado reciente	140
• Datos generales	140
• Porcentajes de respuesta por países	141
• Valoración del acceso a la cultura en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico.....	142
— Género	142
— Edad	143
— Nivel educativo	144
— Nivel Socioeconómico	145
— Expectativas sobre el acceso a la cultura	146
• Datos generales	146
• Porcentajes de respuesta por país	147
• Expectativas sobre el acceso a la cultura en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico.....	148
— Género	148

— Edad	149
— Nivel educativo	150
— Nivel Socioeconómico	151
— Tratamiento de la cultura de los pueblos originarios.....	152
• Datos generales	152
• Porcentajes de respuesta por países	153
• Tratamiento de la cultura de los pueblos originarios en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico.....	154
— Género	154
— Edad	155
— Nivel Educativo.....	156
— Nivel socioeconómico	157
— Síntesis	157
— Acceso a la cultura	157
— Reconocimiento de la cultura de los pueblos originarios	158
CONCLUSIONES.....	159
— Introducción	159
— Nivel de frecuencia de las diferentes prácticas culturales	160

Nota:

El documento metodológico y la información estadística completa se puede consultar en <http://www.oei.es/publicaciones/latinobarometro/metodologico.pdf> y <http://www.oei.es/publicaciones/latinobarometro/tablas.xls>, respectivamente.



PRESENTACIÓN

Álvaro Marchesi Ullastres, secretario general de la OEI

El presente informe sobre la *“Encuesta latinoamericana de hábitos y prácticas culturales 2013”* surge de la confluencia de dos demandas que se manifestaron en las últimas Conferencias Iberoamericanas de Ministros de Cultura. Por una parte, el interés por desarrollar un Observatorio Iberoamericano de la Cultura (OIBC), lo que fue acordado en las declaraciones finales de las Conferencias realizadas en Salamanca, España, en 2012 y en Panamá en 2013. Por otra, la importancia de disponer de mayor información sobre el acceso y la participación en actividades culturales en los diferentes países, de conocer qué colectivos acceden a ellas en mayor o menor medida, y de detectar las valoraciones de los ciudadanos sobre la oferta cultural ya realizada y sus expectativas sobre la futura.

La creación del Observatorio de la Cultura surgió de la necesidad de obtener información cuantitativa y cualitativa que contribuyera a coordinar en un único lugar las diferentes informaciones ya existentes y a desarrollar estudios y metodologías que facilitaran la comparación entre los países y que sirvieran para el desarrollo de las políticas públicas en el campo cultural.

En el marco, pues, de los trabajos preliminares llevados a cabo por el OIBC y con la voluntad de ampliar el conocimiento sobre la participación de los ciudadanos en actividades culturales y sobre la valoración que hacían de ellas, la OEI solicitó al Latinobarómetro, institución prestigiosa en el campo de los estudios de campo, la realización de una encuesta sobre esta materia.

El estudio analiza los hábitos de consumo de cultura en una gran variedad de dimensiones: lectura de periódicos y libros, televisión, radio, cine, teatro, video, música, la utilización de computadoras, el acceso al correo electrónico, Internet y redes sociales, las visitas a lugares del patrimonio cultural, la celebración de eventos culturales, la asistencia a conciertos y, en general, el acceso a los bienes y servicios culturales y su participación en ellos. Al final, se plantean dos preguntas de especial interés: ¿cómo valora Vd. la oferta cultural realizada en su país en los diez años anteriores? ¿Qué expectativas tiene Vd. sobre la oferta cultural en los próximos diez años? El estudio se elaboró y desarrolló a lo largo del año 2013 y este informe final se preparó en el primer semestre de 2014.

El estudio del Latinobarómetro posiblemente no es capaz de captar toda la riqueza cultural viva comunitaria que existe en nuestros países pues sus expresiones son un hecho que aglutina a gentes de muchas edades y condiciones sociales que disfrutan y consideran a la cultura como una forma de vida. Son organizaciones, instituciones, proyectos, iniciativas que democratizan la cultura y promueven el desarrollo social, cultural y económico de los colectivos, pueblos y países. En ocasiones,

puede ser que en las respuestas a las preguntas no se haya tenido en cuenta la participación en este tipo de actividades. O incluso haciéndolo, no se haya podido captar la riqueza de estas iniciativas que movilizan a millones de personas, que difunden sus tradiciones y que comparten sus saberes y sus visiones

A pesar de estas limitaciones, los datos obtenidos en este informe ponen de manifiesto dos tendencias de enorme importancia. La primera, la satisfacción de la población con la oferta cultural pasada y sus aún superiores expectativas con la de los años futuros. Una valoración que se produce incluso cuando existen limitaciones significativas en el gasto público dedicado a la cultura, si bien la esperanza de su incremento en los próximos años puede ser una de las razones de la mayor valoración del futuro.

La segunda conclusión apunta a las significativas diferencias que aparecen en función de la edad, del contexto sociocultural y del nivel de estudios: las personas mayores, las que viven en niveles económicos y sociales bajos y las que tienen menos estudios participan de forma más limitada en las actividades culturales, tienen una menor valoración de la oferta existente y sus expectativas futuras son más reducidas. No es extraño, por tanto, que los países con menor desarrollo económico y educativo muestren, salvo excepciones que merece la pena analizar, una menor participación en las actividades culturales.

La cultura, pues, en las diferentes expresiones que se analizan en este informe, se muestra algo más alejada y esquiva con aquellas personas que han tenido menos oportunidades en su vida. En el acceso a la cultura se manifiestan también, aunque con menos intensidad, las desigualdades económicas y sociales presentes a lo largo y ancho de Latinoamérica. Es un dato que resume bien uno de los mensajes centrales del informe: la cultura puede ser un lugar de encuentro y de inclusión social de todos los ciudadanos y todos ellos la valoran de forma positiva. Sin embargo, aún se manifiestan notables diferencias por razones del nivel social y educativo de las personas.

Esta conclusión subraya la importancia de que las políticas públicas contribuyan a suprimir las barreras que generan esta distancia y a multiplicar su oferta hacia estos colectivos para facilitar su acceso y su participación en las actividades culturales. Este compromiso va a exigir, sin duda, mayores recursos y posiblemente nuevas estrategias que se adapten mejor a los intereses y sensibilidades de estos sectores de la población.

El apoyo a la cultura viva comunitaria posiblemente sea una de estas estrategias prioritarias e imprescindibles. Es preciso tener en cuenta las formas naturales y espontáneas surgidas del seno de la sociedad civil y que contribuyen a la apropiación social de la cultura, del patrimonio, de los espacios culturales, artísticos, sociales. La cultura comunitaria contribuye también a transformar las calles y los espacios de contacto en lugares de convivencia. El mensaje que nos gustaría transmitir con este informe es que lograr formas de acceso más democráticas a la cultura que respalden la participación activa de la ciudadanía es uno de los mejores caminos para recuperar las señas de identidad colectivas y para favorecer la inclusión social.

Capítulo 1

Participación en eventos artísticos y culturales

En el presente capítulo se analizan los resultados de las preguntas relativas a la participación en eventos artísticos y culturales. Preguntas que interrogan sobre la frecuencia de asistencia al cine, teatro y conciertos o presentaciones de música en vivo.

En concreto, las preguntas realizadas fueron las siguientes:

- ¿Ha asistido a proyecciones de películas/salas de cine/festivales cinematográficos en los últimos 12 meses? ¿Con qué frecuencia?
- ¿Cuándo fue la última vez que usted fue al teatro o no ha ido Ud. nunca al teatro?
- En los últimos 12 meses ¿asistió usted a conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos y cerrados (en vivo)?

El criterio para agrupar cine, teatro y presentaciones de música en vivo, en un capítulo exclusivo, es el de presentar los hábitos de consumo cultural de los latinoamericanos en espacios públicos, fuera del hogar. Por ello, el consumo de vídeos y música grabada se tratarán en un capítulo independiente. Esto facilitará un análisis posterior comparativo, en cuanto a la dinámica de los hábitos y prácticas culturales de los latinoamericanos, en espacios públicos y privados.

El capítulo se estructura en torno a tres categorías en función de las preguntas formuladas:

1. En primer lugar una *categoría audiovisual*, analizada a través de una pregunta específica sobre la frecuencia de asistencia a las proyecciones de películas o festivales cinematográficos.

Siendo conscientes de la importancia económica, pero sobre todo simbólica, que esta industria tiene para los países que conforman el espacio iberoamericano de la cultura, no podía dejar de estar presente en un estudio como este. Posiblemente el cine sea una de las actividades donde los esfuerzos de la cooperación iberoamericana han puesto más hincapié y han tenido un mayor éxito.

2. En segundo lugar, *las artes escénicas*, evaluadas a través de una pregunta sobre frecuencia de asistencia al teatro. No se han incluido en la encuesta otras preguntas sobre artes escénicas, como la danza o el ballet, por limitaciones de la encuesta en cuanto a su extensión y duración de aplicación.

3. Por último, en la *categoría musical* se aborda la asistencia a recitales y presentaciones de música en directo. Se ha considerado importante la inclusión de los recitales de música, porque permiten la participación de la comunidad –como público– en tal actividad; con la caída en la venta de CD musicales, los grupos musicales –y en general la industria musical– han potenciado la asistencia a conciertos musicales como una alternativa a las dificultades que atraviesa el sector.

ASISTENCIA A PROYECCIONES CINEMATOGRÁFICAS

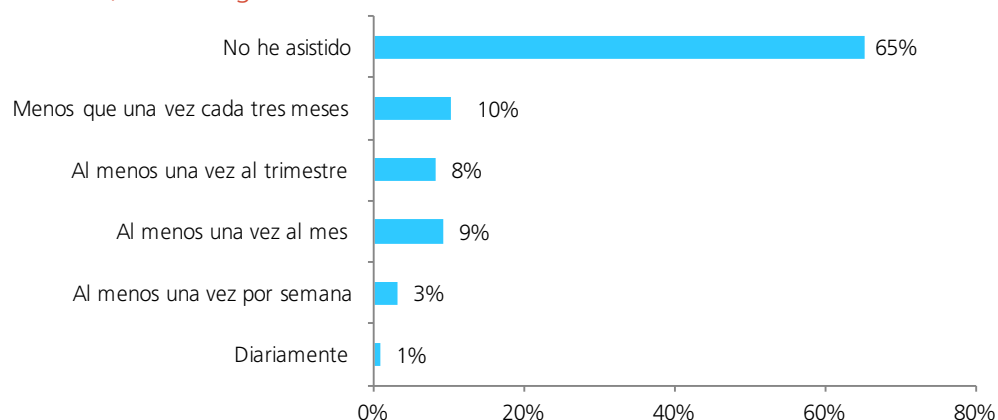
Datos generales

El 65% de los latinoamericanos encuestados afirma no haber asistido al cine en los últimos 12 meses. Entre los que indicaron haber asistido, la opciones más señaladas fueron: “Menos que una vez cada tres meses” y “Al menos una vez al mes” (10% y el 9% de la población respectivamente) (gráfico 1).

Capítulo 1. Gráfico 1

Porcentaje de personas que asistieron al cine en los últimos 12 meses, según regularidad de asistencia

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Ha asistido a proyecciones de películas/salas de cine/ festivales cinematográficos en los últimos 12 meses? ¿Con qué frecuencia?

Resulta interesante destacar los datos derivados de un estudio similar realizado por el Eurobarómetro para el mismo año. En él se recoge que el 48% de los europeos no había asistido al cine en los últimos 12 meses, cifra bastante inferior al promedio latinoamericano de no asistencia (65%), si bien, los datos de esta encuesta sitúan las opciones mayoritarias “Entre 1 y 2 veces”¹

Porcentajes de respuesta por países

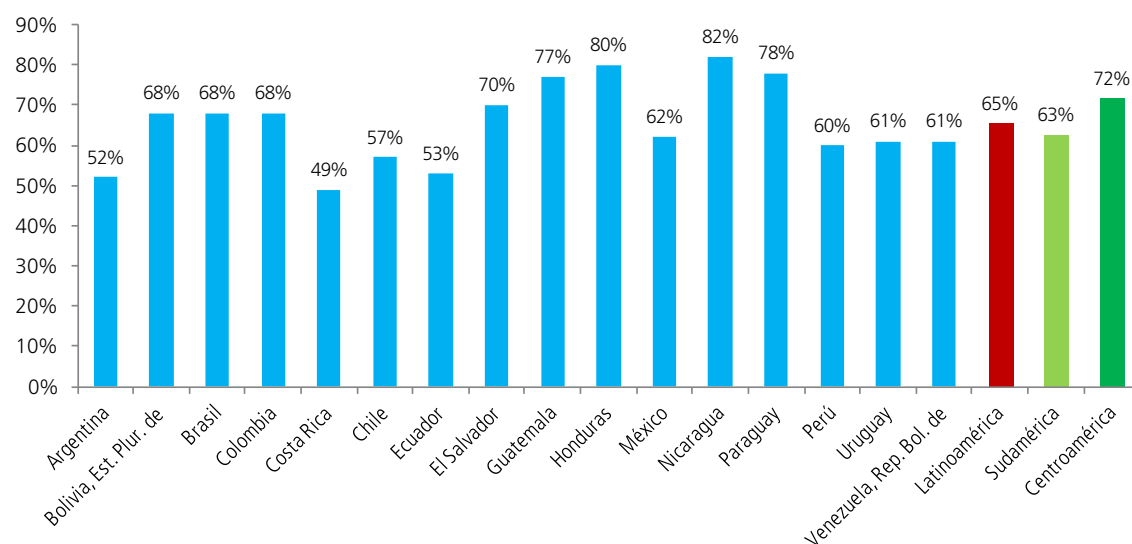
Los porcentajes más altos de no asistencia se concentran en Centroamérica. El 82% de la población nicaragüense no acudió al cine en los últimos doce meses, así como el 80% de los hondureños, el 77% de los guatemaltecos y el 70% de los salvadoreños.

La situación cambia con respecto a Costa Rica (49%), Argentina (52%) y Ecuador (53%), que ofrecieron las tasas de “no asistencia” más bajas de la región, seguidas de Chile y México (ver gráfico 2).

Capítulo 1. Gráfico 2

Porcentaje de personas que no asistieron al cine en los últimos 12 meses

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Ha asistido a proyecciones de películas/salas de cine/festivales cinematográficos en los últimos 12 meses? ¿Con qué frecuencia?

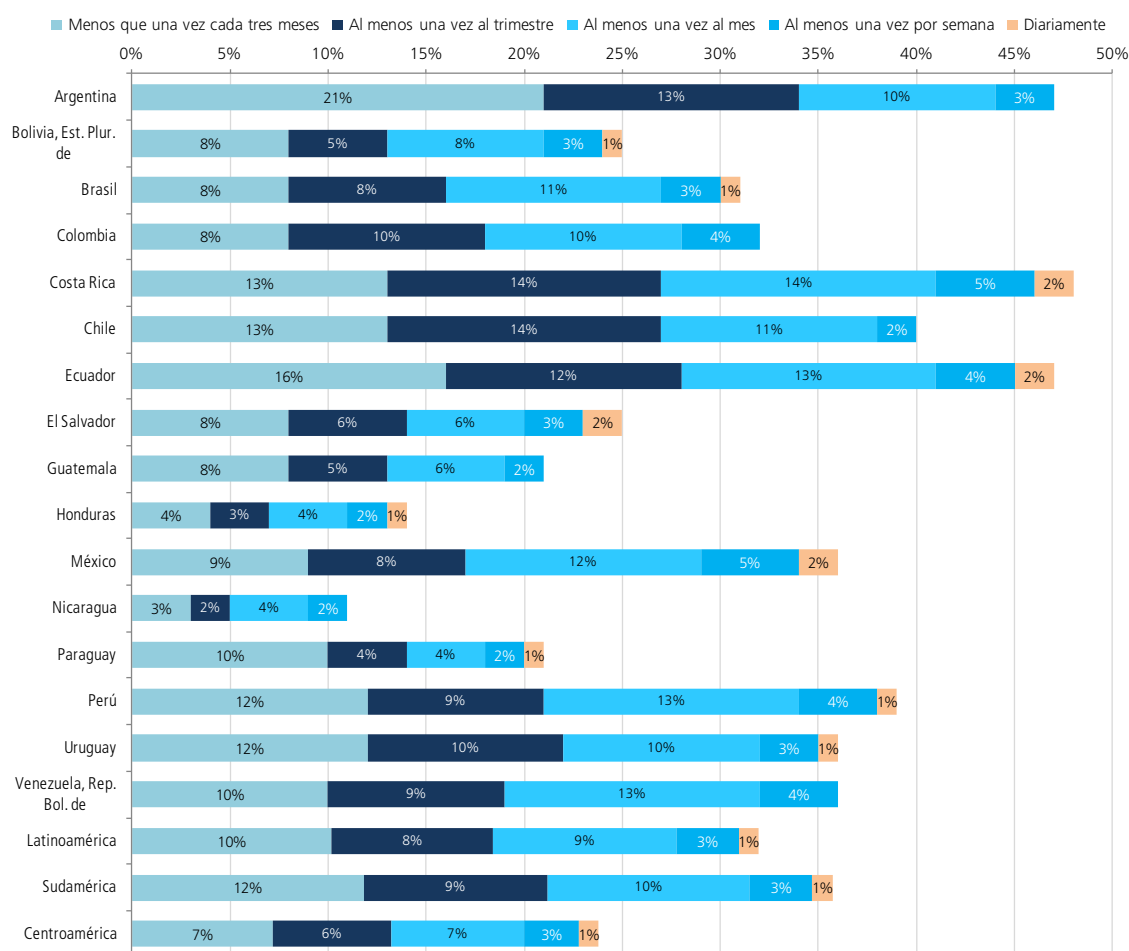
¹ Eurobarometer (2013). *Cultural access and participation. Report Special Eurobarometer 399 / Wave EB79.2 – TNS Opinion & Social*. En http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf.

Por otra parte, entre aquellos que señalaron haber asistido alguna vez al cine, los porcentajes de respuesta muestran que los países centroamericanos son de nuevo los que menos frecuentemente realizan esta actividad. No obstante, tomando los datos totales, no se aprecian diferencias muy destacables entre Centroamérica y Sudamérica, siendo los promedios similares a la media regional.

Capítulo 1. Gráfico 3

Porcentaje de personas que asistieron al cine por país y regularidad de asistencia

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta: ¿Ha asistido a proyecciones de películas/salas de cine/festivales cinematográficos en los últimos 12 meses? ¿Con qué frecuencia?

Tomando en consideración los datos aportados por el Observatorio del Cine y del Audiovisual Latinoamericano, se cifra en 0,8 veces por persona al año el índice de concurrencia a las salas de cine en la región. Asimismo se advierte un descenso con respecto a las dos últimas décadas, cuando el promedio era entre 2 y 3 veces por persona al año. Por otra parte, México, Brasil y Argentina pasan por ser los mercados audiovisuales más grandes de la región, lo que en parte

podría explicar que México y Argentina sean los países que muestran los porcentajes más altos de frecuencia de asistencia al cine en los últimos 12 meses. Llama la atención, sin embargo, el caso de Brasil al presentar unos datos de “no asistencia” superior a la media regional, 63%.

Estos resultados son coherentes con la información que aporta el Observatorio del Cine Latinoamericano, donde México ocupa el primer puesto en el índice de concurrencia anual al cine (media) por persona, con un promedio de 1,42, seguido de Argentina (0,84), Venezuela (0,64), Chile (0,65), Uruguay (0,58), Brasil (0,48), Perú (0,46) y Colombia (0,41).² Conviene señalar que Brasil aparece en este estudio entre los primeros lugares, lo que mejora los datos del presente informe.

Asistencia al cine en función del género, edad, nivel de estudios y nivel socioeconómico

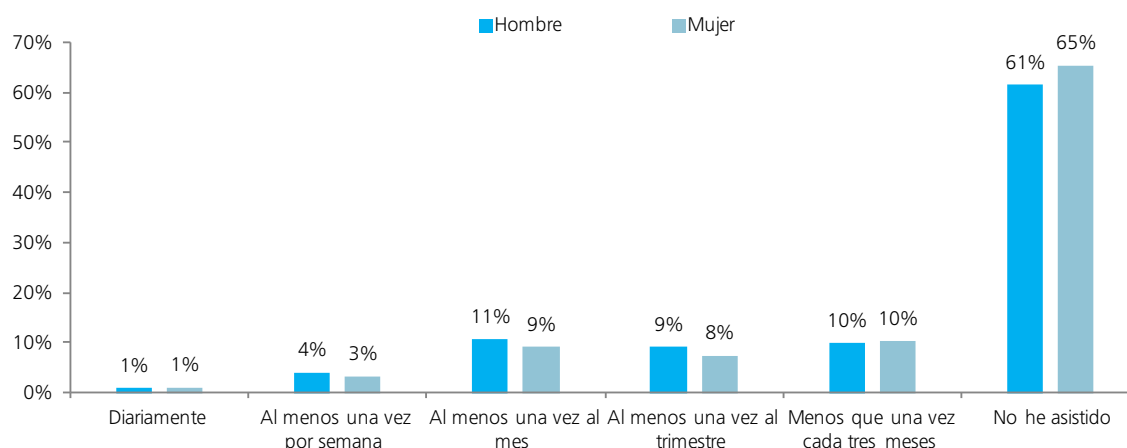
Género

El 65% de las mujeres no ha asistido al cine en los últimos 12 meses frente al 61% de los hombres. Analizando las respuestas de los que sí asistieron, se puede apreciar que la frecuencia de asistencia semanal, mensual o trimestral entre la población masculina y la femenina es muy similar en todas las categorías de respuesta (ver gráfico 4).

Capítulo 1. Gráfico 4

Porcentaje de personas que asistieron al cine en los últimos 12 meses, según regularidad de asistencia y género.

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Ha asistido a proyecciones de películas/salas de cine/festivales cinematográficos en los últimos 12 meses? ¿Con qué frecuencia?

² Octavio Getino (2011). *Producción y mercados del cine latinoamericano en la primera década del siglo XXI*. La Habana: Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, 2011, 344 págs.

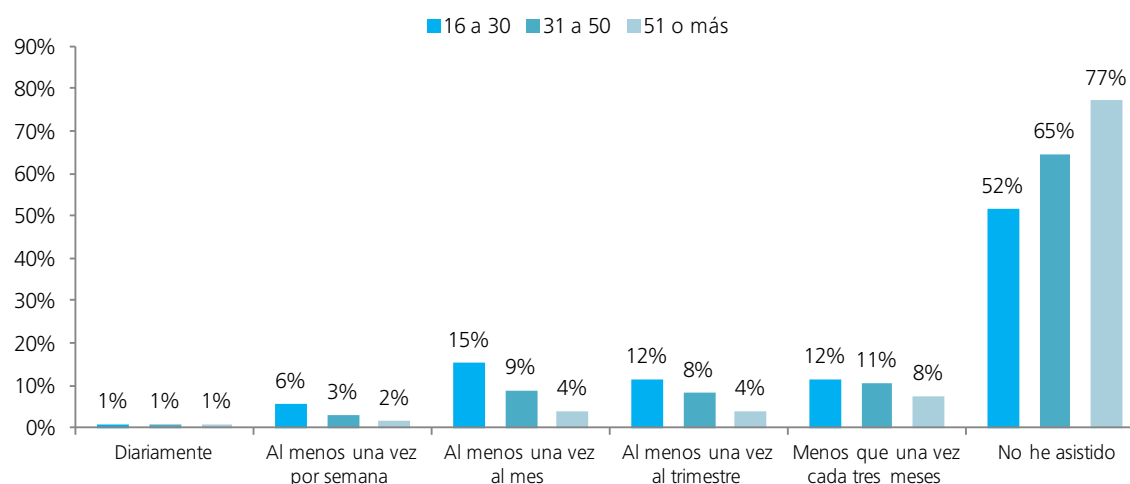
Edad

En esta variable la tendencia observada es muy clara: conforme aumenta la edad de los encuestados, disminuye su frecuencia de asistencia al cine. Mientras que el 72% de los mayores de 51 años no había acudido en los últimos 12 meses, el porcentaje se reduce al 65% en las personas de mediana edad, siendo aún menor entre los jóvenes de 16 y 30 años (52%) (ver gráfico 5).

Capítulo 1. Gráfico 5

Porcentaje de personas que asistieron al cine en los últimos 12 meses, según regularidad de asistencia y grupo de edad

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Ha asistido a proyecciones de películas/salas de cine/festivales cinematográficos en los últimos 12 meses? ¿Con qué frecuencia?

Asimismo, analizando las respuestas de los encuestados que sí afirmaron asistir al cine, se observa la misma tendencia: los jóvenes acuden al cine más frecuentemente, señalando en mayor proporción la opción de asistencia mensual (15%), mientras que el grupo de entre 31 y 50 años y los mayores de 51 años, concentraron sus respuestas en la opción "Menos de una vez cada tres meses" (11% y 8% respectivamente).

En general, los datos muestran que se trata de una práctica cultural más típica o frecuente entre la población más joven.

Nivel de educativo

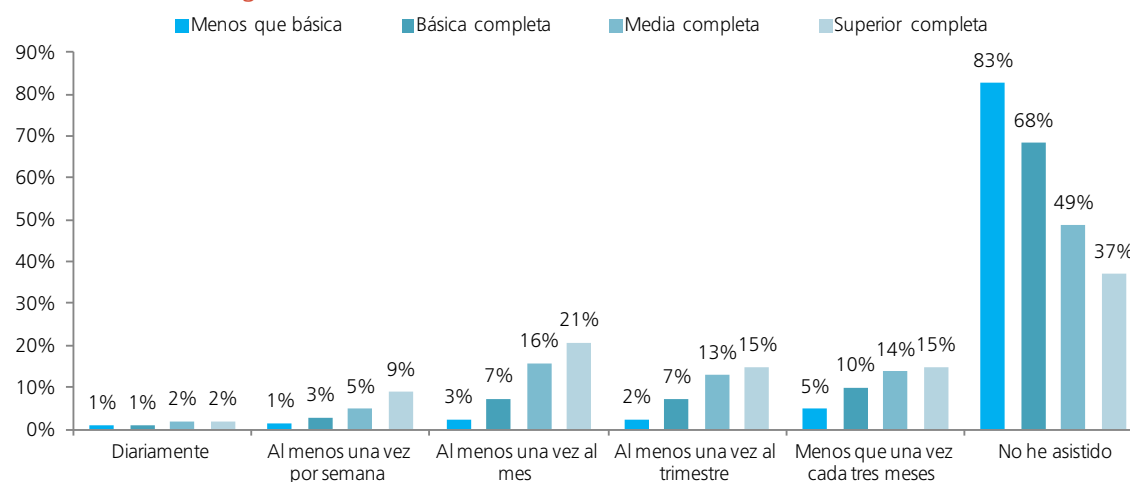
Se observa una clara relación entre el nivel educativo y la frecuencia de asistencia al cine. El 83% de las personas con una formación menos que básica no había acudido al cine en los últimos 12 meses; este porcentaje se reduce a medida que aumenta el nivel de formación, siendo un 68% en el caso de personas con estudios básicos, un 49% en el caso de estudios medios y llegando al 37% en personas con estudios superiores (ver gráfico 6).

A mayor nivel de estudios, mayor y más frecuente será la asistencia al cine. En todos los intervalos temporales, el porcentaje de personas que acude al cine aumenta según aumentan los años de escolaridad.

Capítulo 1. Gráfico 6

Porcentaje de personas que asistieron al cine en los últimos 12 meses, según regularidad de asistencia y nivel educativo

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Ha asistido a proyecciones de películas/salas de cine/festivales cinematográficos en los últimos 12 meses? ¿Con qué frecuencia?

Nivel socioeconómico

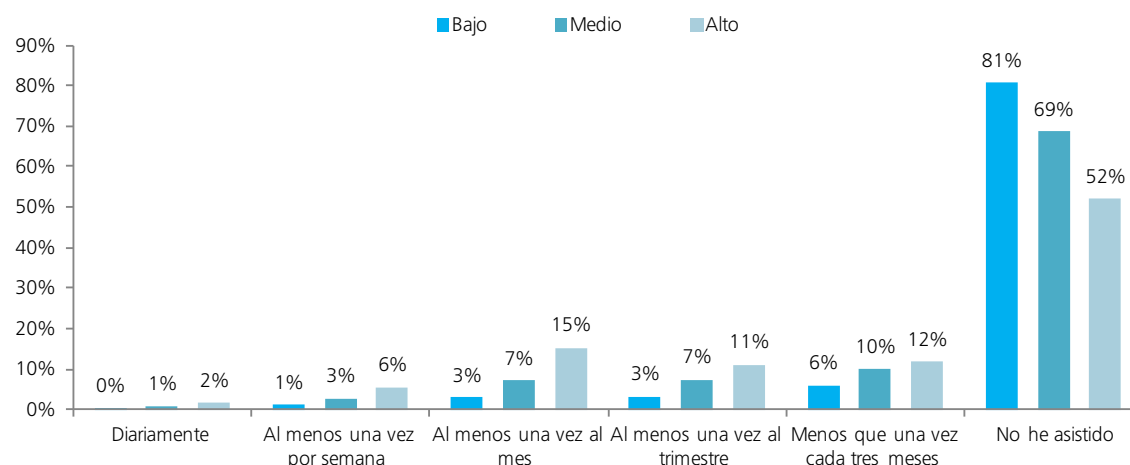
Más de las tres cuartas partes de la población encuestada con ingresos bajos (81%) no había acudido al cine en los últimos 12 meses. Este porcentaje se reduce al 69% en el caso de personas con niveles socioeconómicos medios y al 52% en contextos socioeconómicos altos.

Los datos son claros al mostrar que a mayor nivel socioeconómico, es más frecuente la participación en este tipo de actividades culturales. El 15% de las personas con un nivel alto dijo asistir al cine “Al menos una vez al mes” frente al 7% de los de clases medias y al 3% de las clases bajas. Lo mismo ocurre para la opción “Al menos una vez al trimestre” donde la mayor frecuencia se concentran en los contextos más altos (ver gráfico 7).

Capítulo 1. Gráfico 7

Porcentaje de personas que asistieron al cine en los últimos 12 meses, según regularidad de asistencia y nivel socioeconómico

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Ha asistido a proyecciones de películas/salas de cine/festivales cinematográficos en los últimos 12 meses? ¿Con qué frecuencia?

Algunas encuestas nacionales que se han llevado a cabo en la región, apuntan a que los principales motivos para no ir al cine guardan más relación con el desinterés o los gustos individuales que el propio precio de las entradas, ocupando éste el segundo o tercer puesto en los motivos aludidos para no ir al cine.

Motivos para no asistir al cine en las encuestas de hábitos nacionales

Uruguay. La principal razón entre los que no asistieron al cine en el último año es que no les interesa (33,3%); le siguen no me gusta (15,6%), luego el precio de las entradas (13,5%) y no tener tiempo (11,4%). *Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural 2009.*

México. ¿Cuál es la razón por la que no va al cine?(o no ha ido en los últimos tres meses al cine): 21% porque no tiene tiempo, 17% no tiene tiempo ni dinero, 17% no tiene dinero, 16% está muy lejos. *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales. Conaculta. Agosto 2010.*

Costa Rica. Entre las razones para no acudir al cine, el 24,7% indicó que no le interesa, para un 23,7% es porque está muy lejos, y para el 16,7% la principal razón es que no tiene tiempo. *Primera Encuesta Nacional de Hábitos y Prácticas Culturales 2010.*

Colombia. Los motivos de no asistencia son principalmente por desinterés / no le gusta 36,8%, falta de dinero 34%, porque ve las películas por televisión 26,6%, falta de tiempo 22,1%. *Encuesta de consumo cultural 2012.*

ASISTENCIA AL TEATRO

Datos generales

El 67% de los latinoamericanos encuestados nunca ha ido al teatro, lo que representa una cifra algo superior al de aquellos que dijeron no haber acudido al cine en los últimos 12 meses (65%). No obstante, tomando en consideración los datos reportados por el Eurobarómetro (2013) este porcentaje es ligeramente inferior al de los europeos donde la tasa de no asistencia fue del 70% para el mismo año³.

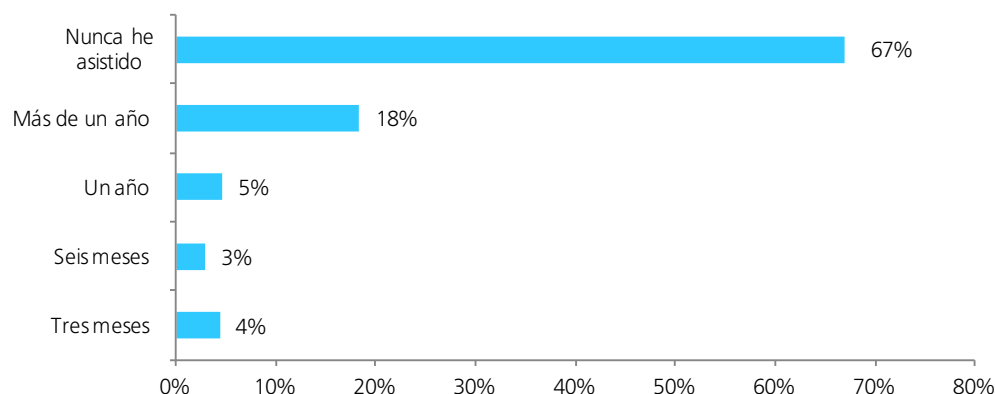
Entre aquellos que afirmaron haber asistido al teatro, la mayoría señaló que lo hizo hace más de un año (18%), el 5% hace un año, el 3% hace seis meses y el 4% hace tres meses (ver gráfico 8).

Es interesante señalar que mientras en América Latina la diferencia entre los que no asisten al cine (65%) y al teatro (67%) es pequeña, en los países Europeos estas diferencias se acentúan de manera significativa, siendo un 48% los que no han ido nunca al cine y un 70% los que indican no haber ido nunca al teatro.

Capítulo 1. Gráfico 8

Tiempo transcurrido desde la última asistencia al teatro

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuándo fue la última vez que usted fue al teatro o no ha ido Ud. nunca al teatro?

³ Eurobarometer (2013). *Cultural access and participation. Report Special Eurobarometer 399 / Wave EB79.2 – TNS Opinion & Social*. En http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf.

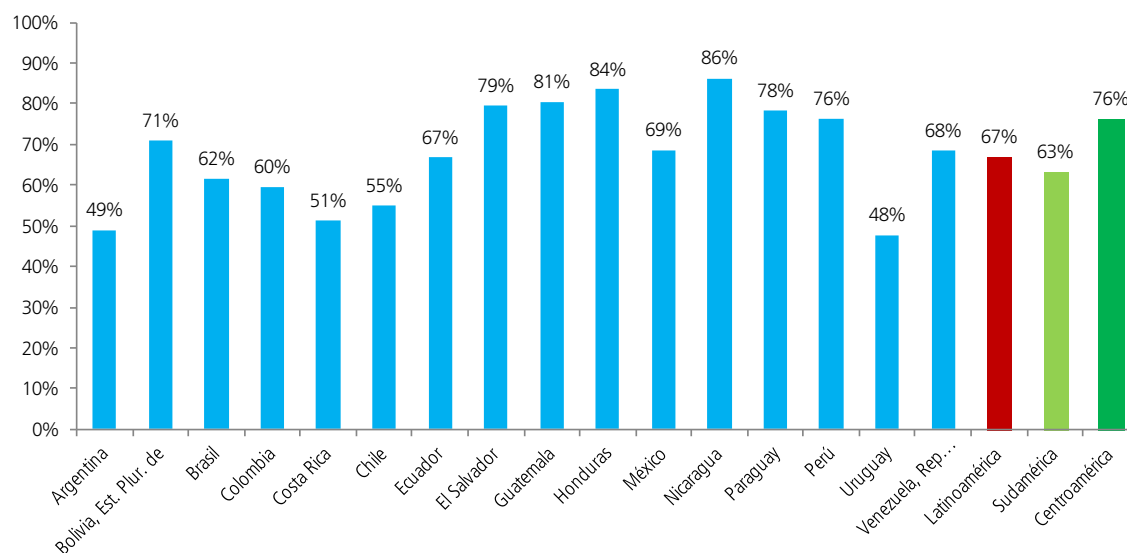
Porcentajes de respuesta por países

Los datos más significativos son los referentes a los porcentajes de no asistencia. De nuevo, según recogen los datos de las encuestas, los países centroamericanos concentran los mayores porcentajes de personas que nunca han ido al teatro: el 86% de los nicaragüenses, el 84% de los hondureños, el 81% de los guatemaltecos y el 79% de los salvadoreños no han participado nunca en este tipo de práctica cultural (ver gráfico 9).

Capítulo 1. Gráfico 9

Porcentaje de personas que nunca ha asistido al teatro

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

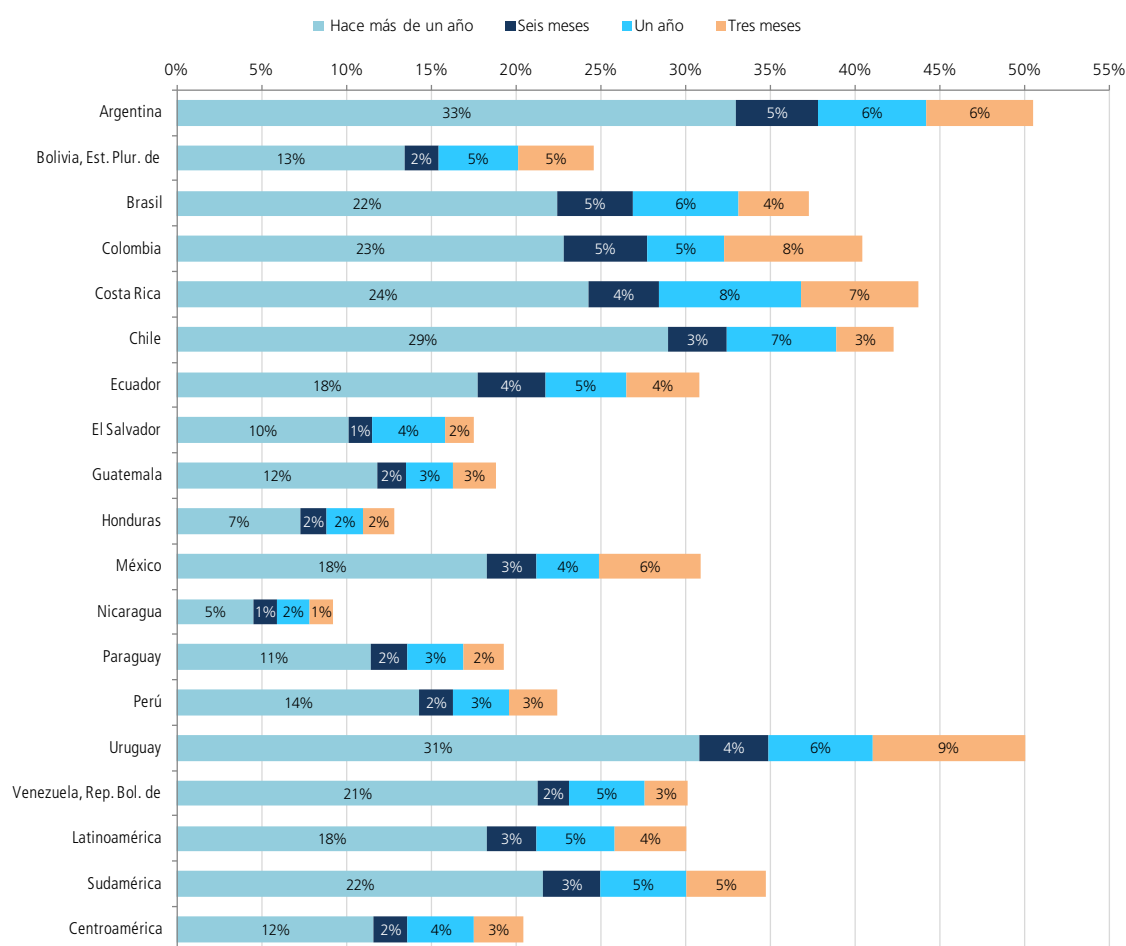
Pregunta: ¿Cuándo fue la última vez que usted fue al teatro o no ha ido Ud. nunca al teatro?

En relación a las respuestas de los que sí afirman haber asistido alguna vez al teatro, las mayores tasas de asistencia anual se registran en Costa Rica y Uruguay ambas situadas en un 19%. Les siguen Colombia y Argentina con el 17%. Mientras que las más bajas se ubican en los países centroamericanos, que junto a Perú y Paraguay no superan el 8% (ver gráfico 10).

Capítulo 1. Gráfico 10

Porcentaje de personas que asistieron al teatro, según tiempo transcurrido desde la última asistencia

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuándo fue la última vez que usted fue al teatro o no ha ido Ud. nunca al teatro?

Asistencia al teatro en función del género, edad, nivel de estudios y nivel socioeconómico

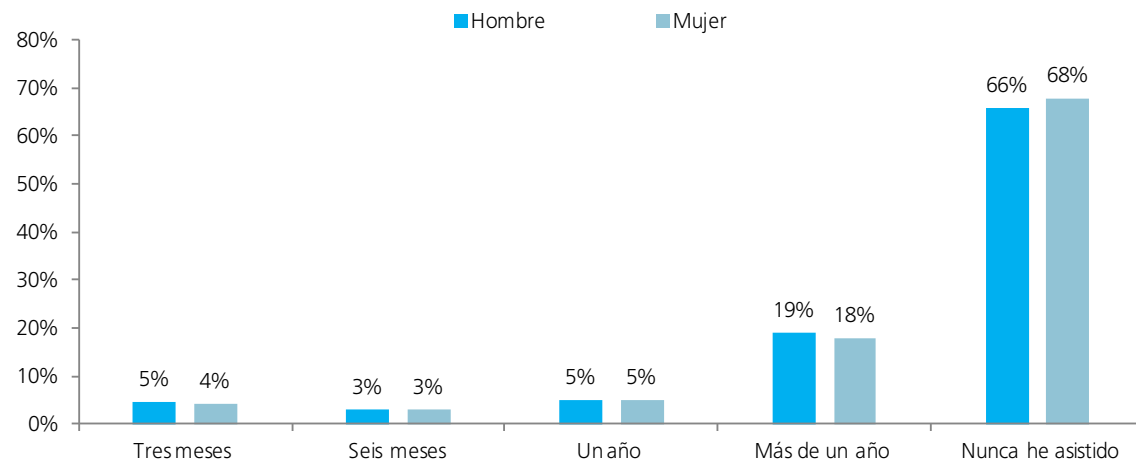
Género

El 68% de las mujeres respondieron no haber ido nunca al teatro frente al 66% de los hombres. Asimismo, analizando las respuestas de los que afirman haber asistido en alguna ocasión, se encuentra que las diferencias entre ambos géneros no superan un punto porcentual en las distintas categorías de respuesta (ver gráfico 11).

Capítulo 1. Gráfico 11

Tiempo transcurrido desde la última asistencia al teatro según género

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuándo fue la última vez que usted fue al teatro o no ha ido Ud. nunca al teatro?

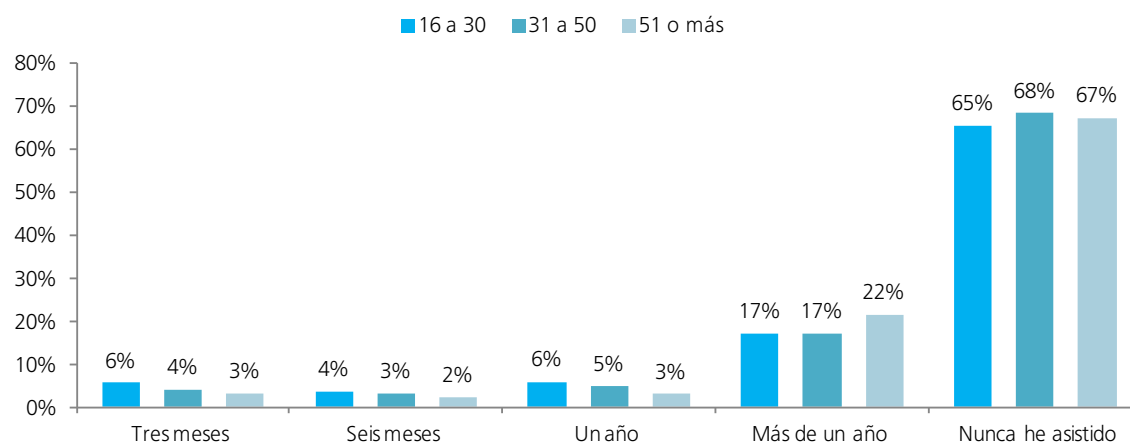
Edad

En relación con la edad, las diferencias encontradas sobre la frecuencia de asistencia al teatro no son elevadas. El 68% de las personas de entre 31 y 50 años afirmaron no haber asistido nunca a una representación teatral, porcentaje muy similar al grupo de mayores de 51 años (67%), aunque algo inferior al de los más jóvenes (65%). Sin embargo, al valorar el período que va de tres meses a un año, se observa que la asistencia al teatro disminuye ligeramente a medida que aumenta la edad de los encuestados (ver gráfico 12).

Capítulo 1. Gráfico 12

Tiempo transcurrido desde la última asistencia al teatro según grupo de edad

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuándo fue la última vez que usted fue al teatro o no ha ido Ud. nunca al teatro?

Nivel educativo

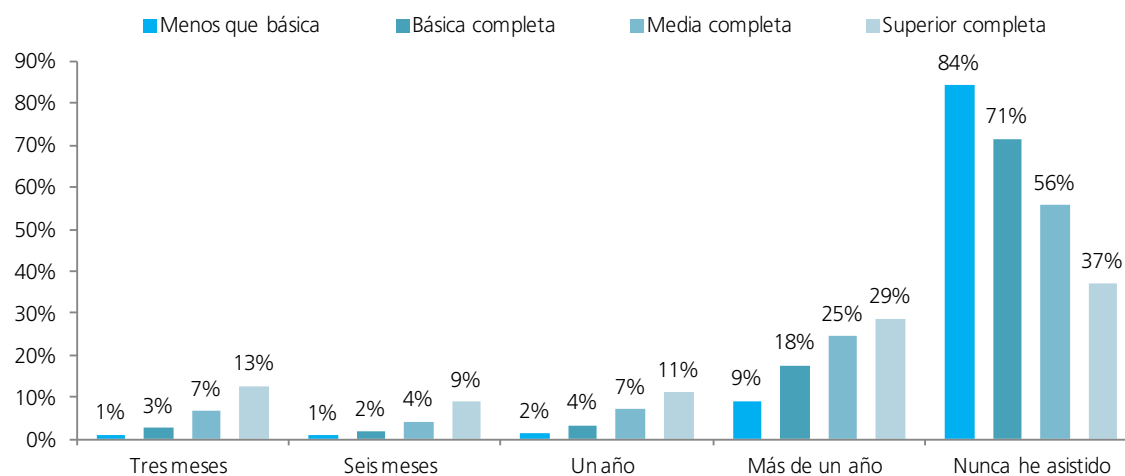
La mayor o menor asistencia al teatro está fuertemente ligada al nivel educativo. El 84% de la población con una formación menos que básica nunca ha asistido a una representación. Este porcentaje se reduce al 71% para aquellos que cuentan con formación básica, al 56% para los que tienen una formación media y al 37% para las personas que han alcanzado estudios superiores (ver gráfico 13).

De igual forma, a medida que aumenta el nivel de formación, aumenta el porcentaje de personas que asiste al teatro, independientemente de la periodicidad por la que se pregunte.

Capítulo 1. Gráfico 13

Tiempo transcurrido desde la última asistencia al teatro según nivel educativo

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

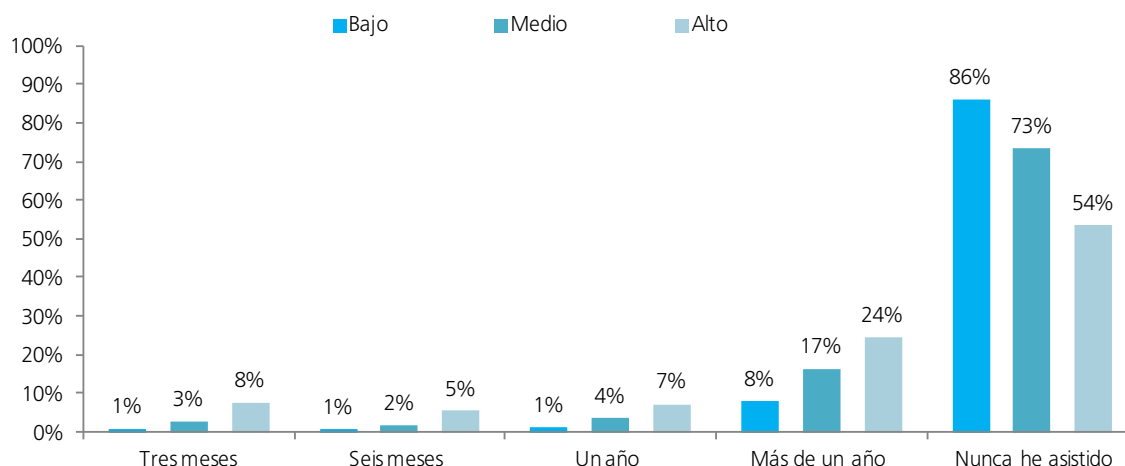
Pregunta. ¿Cuándo fue la última vez que usted fue al teatro o no ha ido Ud. nunca al teatro?

Nivel socioeconómico

Se observa una estrecha relación entre el nivel socioeconómico y la frecuencia de asistencia al teatro. Mientras que el 86% de las personas con un nivel socioeconómico bajo nunca han asistido a este tipo de actividad cultural, el porcentaje se reduce al 73% entre aquellos que tienen un nivel medio, siendo este porcentaje aún menor entre personas con un nivel socioeconómico alto (54%) (ver gráfico 14).

Capítulo 1. Gráfico 14

Tiempo transcurrido desde la última asistencia al teatro según nivel socioeconómico
Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta: ¿Cuándo fue la última vez que usted fue al teatro o no ha ido Ud. nunca al teatro?

Los datos muestran, por tanto, que se trata de una práctica cultural fundamentalmente asociada a las rentas más altas. Como se observa en el gráfico anterior, aunque es muy elevado el porcentaje de los que afirman no haber asistido nunca a una representación, la frecuencia de asistencia entre los que sí lo han hecho es mayor cuanto más elevado es el contexto socioeconómico al que pertenecen.

Una revisión de encuestas de hábitos y prácticas culturales realizadas en algunos países nos indican que las principales razones para no acudir al teatro son: “no tengo tiempo” y “no me interesa”, por delante del precio de las entradas.

Motivos para no asistir al teatro en las encuestas de hábitos nacionales

Uruguay. La principal razón para no asistir es “no tengo tiempo” el 29%; le siguen “no me interesa” el 22%, “prefiero hacer otra cosa” el 14%, “las entradas son caras” un 12%, “no me gusta” un 11%; la lejanía es señalada por el 5%, y “no es para gente como yo” por el 3%. *Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural 2009.*

México. ¿Cuál es la razón por la que no asiste a obras de teatro (o no asistió a obras de teatro en los últimos doce meses)? el 20% indica que fue por falta de tiempo y dinero, el 17% no tiene tiempo, el 14%, no tiene dinero, otro 14% no conoce ningún lugar donde se presenten. *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales. Conaculta. Agosto 2010.*

Costa Rica. La principal razón para no asistir a obras de teatro a nivel nacional, es para un 31,8% de los habitantes “no les interesa”, un 21,3% dijeron que “no tiene tiempo” y el 16,4% que “no han tenido la oportunidad”. *Encuesta de prácticas y hábitos culturales de Costa Rica, 2010-2011.*

España. El principal motivo por el que las personas no van, o no han ido más al teatro es principalmente porque “no tiene interés” el 23,8%, le sigue “porque no tiene tiempo” el 20,5%, “porque es caro” el 15,9% y “porque hay poca oferta” el 15,3%. *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2010-2011.*

Un mayor interés por el teatro y una mayor asistencia están estrechamente relacionados con un nivel educativo más elevado, como hemos visto anteriormente. Aumentar el número de salas o la dotación de recursos a los creadores son condiciones necesarias pero no suficientes para despertar el interés de los latinoamericanos para asistir a este tipo de representaciones. Es preciso, por tanto, elevar el nivel educativo de los jóvenes y potenciar la educación artística y las experiencias teatrales en el currículo de la educación básica y secundaria.

ASISTENCIA A CONCIERTOS, RECITALES Y PRESENTACIONES EN VIVO

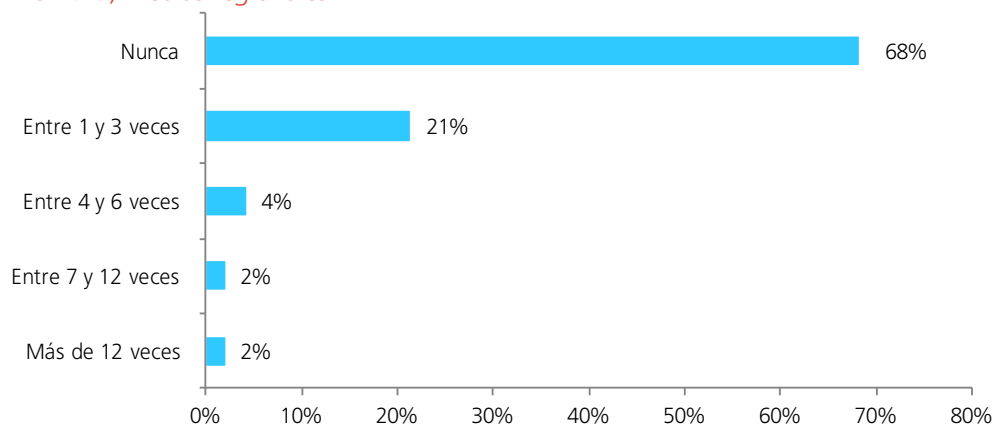
Datos generales

En general, casi un 70% de la población latinoamericana encuestada afirma no haber asistido a conciertos, recitales y presentaciones en vivo en los últimos doce meses. Tomando el dato europeo, su promedio se sitúa en un 65%⁴.

Entre los que indicaron haber participado en algún tipo de presentación en vivo, la opción más señalada fue entre 1 y 3 veces (21%). Sin embargo, según aumenta la frecuencia de asistencia, los porcentajes se reducen considerablemente (ver gráfico 15).

Capítulo 1. Gráfico 15

Porcentaje de personas que asistieron a espectáculos musicales según frecuencia de asistencia Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. En los últimos 12 meses ¿asistió usted a conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos y cerrados (en vivo)?

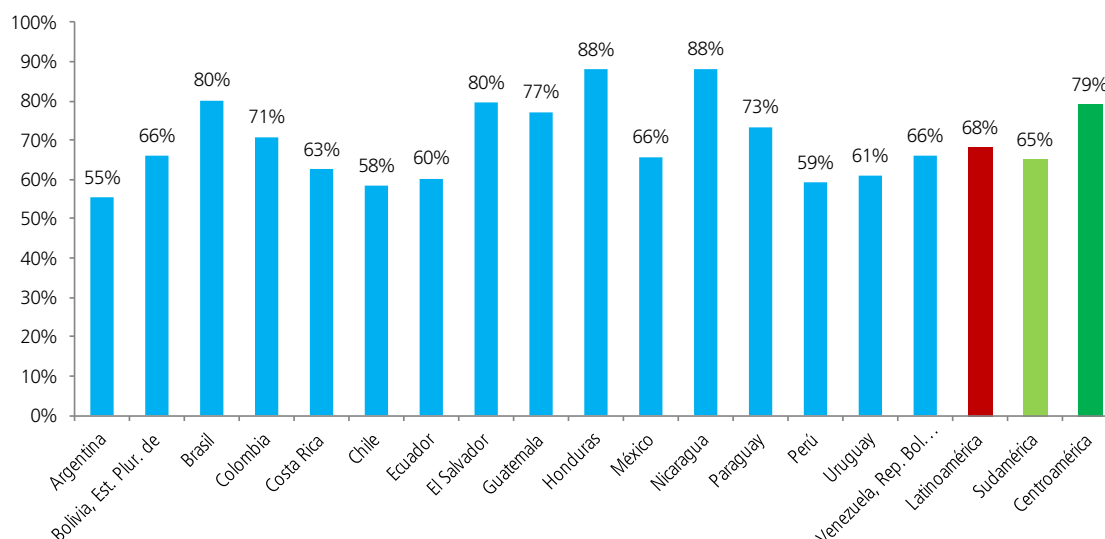
⁴ Eurobarometer (2013). *Cultural access and participation. Report Special Eurobarometer 399 / Wave EB79.2 – TNS Opinion & Social*. En http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf.

Porcentajes de respuesta por países

Como se observa en el gráfico siguiente, Centroamérica muestra los porcentajes más altos de personas que indicaron no haber asistido nunca a conciertos o presentaciones de música en vivo. El 88% de los hondureños y de los nicaragüenses así lo señalaron. Los porcentajes también son elevados en el caso de Brasil (80%) y Paraguay (73%).

Capítulo 1. Gráfico 16

Porcentaje de personas que no ha asistido a un espectáculo musical en los últimos 12 meses Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

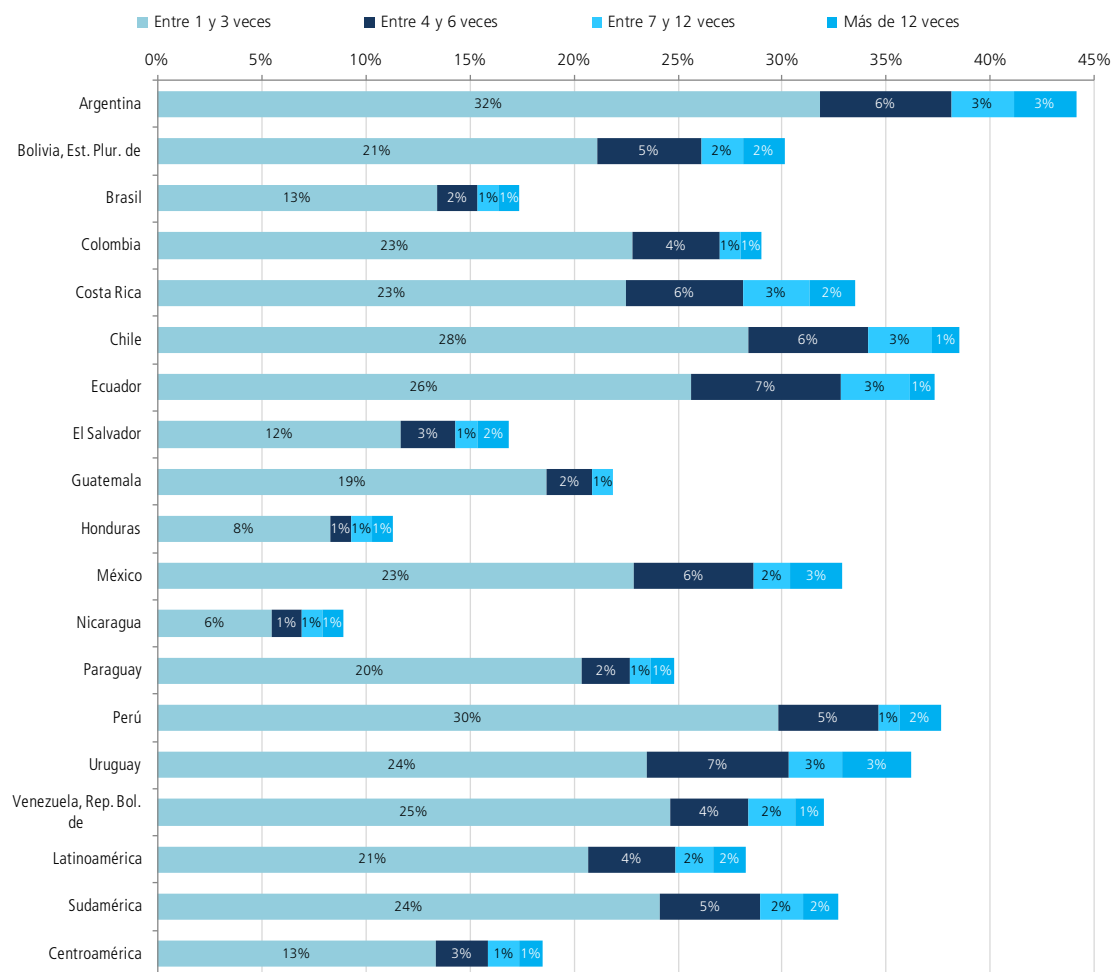
Pregunta. En los últimos 12 meses ¿asistió usted a conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos y cerrados (en vivo)?

Entre aquellos que afirman haber participado en espectáculos musicales en vivo, las tasas de asistencia mayores se sitúan en Sudamérica, frente a países centroamericanos. El porcentaje mayor (21%) cifra su asistencia anual entre 1 y 3 veces (media de Latinoamérica) (ver gráfico 17).

Capítulo 1. Gráfico 17

Porcentaje de personas que asistieron a espectáculos musicales en los últimos 12 meses, por país y frecuencia de asistencia

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. En los últimos 12 meses ¿asistió usted a conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos y cerrados (en vivo)?

Asistencia a conciertos, recitales y presentaciones en vivo en función del género, edad, nivel educativo y contexto socioeconómico

Género

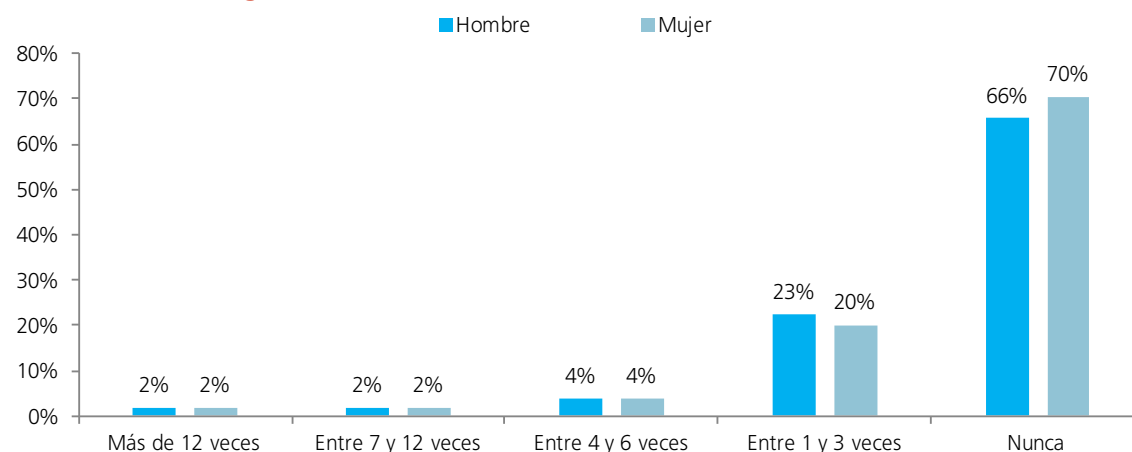
En función de los datos recogidos de las encuestas, un 70% de las mujeres no ha asistido nunca a conciertos, recitales o presentaciones de música en vivo, mientras que este porcentaje es algo inferior (66%) en el caso de los hombres (ver gráfico 18).

En general, es posible constatar que, independientemente de la frecuencia o periodicidad, los porcentajes indican una mayor asistencia de los hombres a este tipo de eventos frente a las mujeres. No obstante, las diferencias encontradas son reducidas.

Capítulo 1. Gráfico 18

Porcentaje de personas que asistieron a espectáculos musicales en los últimos 12 meses por frecuencia de asistencia y género

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. En los últimos 12 meses ¿asistió usted a conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos y cerrados (en vivo)?

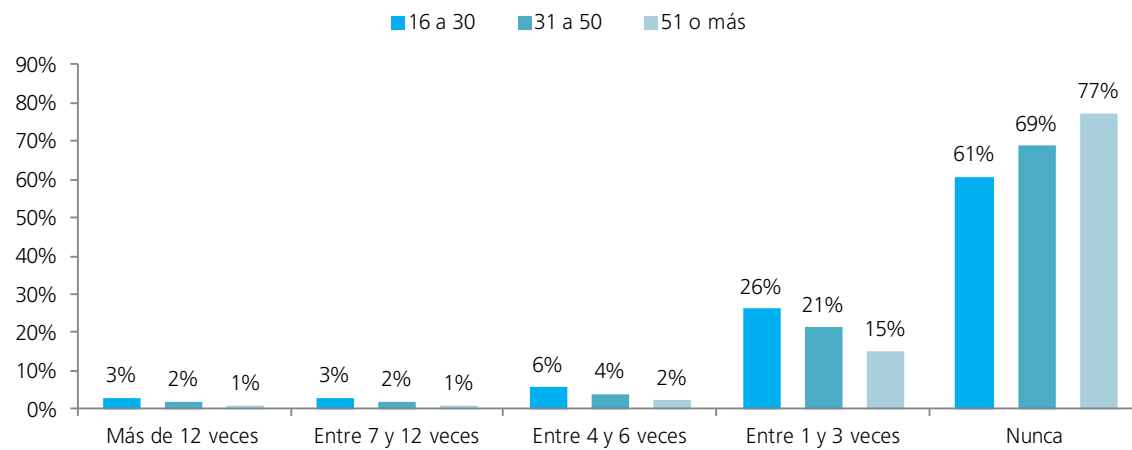
Edad

Los datos muestran que la asistencia a recitales de música en vivo desciende según aumenta la edad de los encuestados. Más de las tres cuartas partes de los mayores de 51 años (77%) nunca había acudido a un concierto, mientras que el porcentaje disminuye al 69% entre aquellos con 31 y 50 años, y a un 61% en el caso de los más jóvenes (entre 16 y 30 años) (ver gráfico 19).

Capítulo 1. Gráfico 19

Porcentaje de personas que asistieron a espectáculos musicales en los últimos 12 meses por frecuencia de asistencia y grupo de edad

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. En los últimos 12 meses ¿asistió usted a conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos y cerrados (en vivo)?

Los jóvenes latinoamericanos, entre los 16 y los 30 años, acuden en mayor proporción y con mayor frecuencia a conciertos, recitales y presentaciones en vivo que los otros grupos de edad. El 26% lo hizo entre "1 y 3 veces" en el último año, frente al 21% de las personas de mediana edad y el 15% de los mayores de 51 años. La misma frecuencia se observa en las demás opciones de frecuencia.

Nivel Educativo

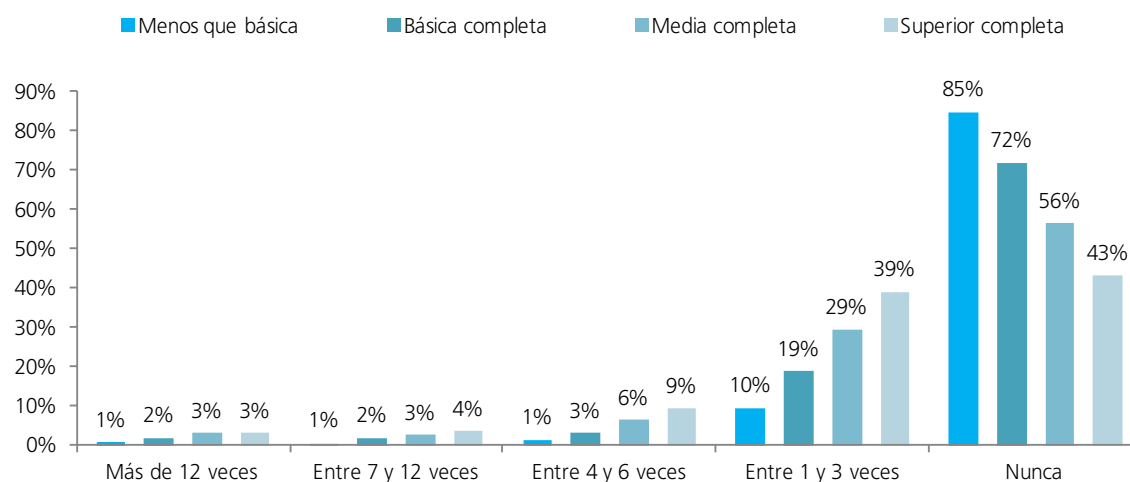
El 72% de las personas con una formación básica y el 85% de las personas con una formación menos que básica indicaron no haber acudido nunca a un recital de música en vivo. Este porcentaje se reduce al 56% para las personas que tienen una formación media y al 43% para las que cuentan con una formación superior.

A mayor nivel de escolaridad, mayor y más frecuente es la asistencia a este tipo de espectáculos. El 39% de personas con estudios superiores acudió a este tipo de presentaciones entre “1 y 3 veces” durante el último año, frente al 10% de aquellos que tienen un nivel de formación inferior al básico (ver gráfico 20).

Capítulo 1. Gráfico 20

Porcentaje de personas que asistieron a espectáculos musicales en los últimos 12 meses por frecuencia de asistencia y nivel educativo

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. En los últimos 12 meses ¿asistió usted a conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos y cerrados (en vivo)?

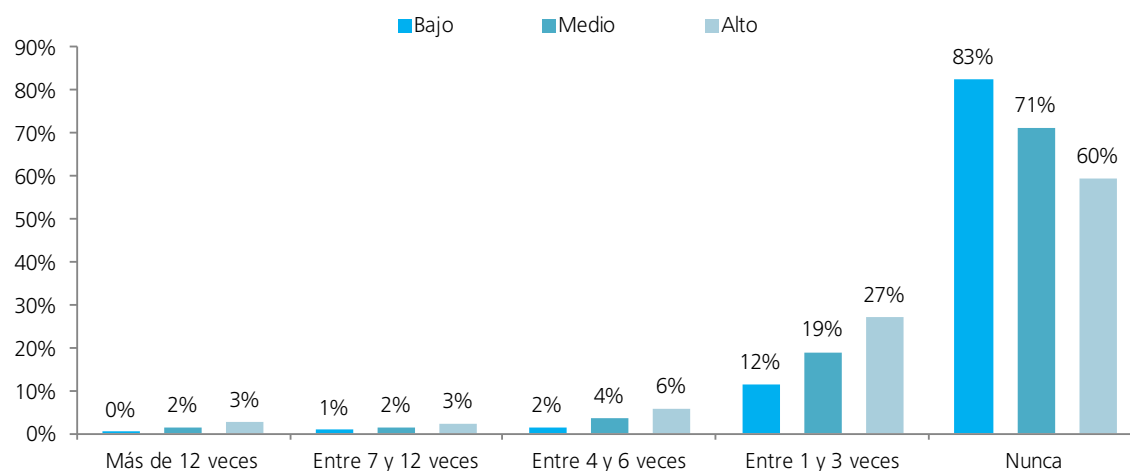
Nivel socioeconómico

Los datos indican que la asistencia a este tipo de manifestaciones culturales está bastante alejada de las personas con un nivel socioeconómico bajo, siendo un 83% los que señalaron no haber asistido nunca a presentaciones o recitales de música en vivo. Este porcentaje es del 60% entre personas con un nivel socioeconómico alto (ver gráfico 21).

Capítulo 1. Gráfico 21

Porcentaje de personas que asistieron a espectáculos musicales en los últimos 12 meses por frecuencia de asistencia y nivel socioeconómico

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. En los últimos 12 meses ¿asistió usted a conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos y cerrados (en vivo)?

SÍNTESIS

Las tres prácticas culturales analizadas (cine, teatro y conciertos) reúnen la característica de realizarse en entornos públicos fuera del hogar. Por ello resulta interesante compararlas con otras similares como el consumo de vídeos o música grabada, que ocurren en entornos privados y que analizaremos en el capítulo siguiente.

De estas tres, es el cine la que cuenta con mayor popularidad en el conjunto de la región; le sigue la asistencia a recitales de música en vivo y por último el teatro.

No obstante, el 65% de los latinoamericanos no había asistido al cine durante los últimos 12 meses. De hacerlo, la opción más elegida fue “menos de una vez cada 3 meses”. Las mayores tasas de asistencia se hallaron en Argentina, Costa Rica y Ecuador, y las más bajas en Centroamérica.

La asistencia al cine como práctica cultural se asocia sobre todo con la población joven, estableciéndose grandes diferencias con el resto de grupos de edad.

Se identificaron principalmente dos barreras de participación, que son comunes a las tres actividades analizadas: la económica y la formativa. Más de las tres cuartas partes de la población con un nivel socioeconómico bajo no había acudido al cine, al teatro o a recitales de música en vivo. Lo mismo ocurre con aquellas que no superaron el nivel de enseñanza básico.

Al igual que en el cine, los promedios de asistencia al teatro y a recitales de música en vivo (en los últimos 12 meses) son superiores en América del Sur. Van del 13% en el caso del teatro y el 33% en el caso de las presentaciones de música en vivo, frente a los promedios registrados en Centroamérica: 9% y 18% respectivamente. Costa Rica supone una excepción en este caso, situándose a la cabeza del conjunto regional en la asistencia al cine y al teatro.

Capítulo 2

Música y vídeo

En el presente capítulo se estudia la frecuencia con la que los latinoamericanos escuchan música grabada y ven vídeos en formato VHS, DVD u otros formatos.

La música forma parte de la vida cotidiana de las personas y puede considerarse como una de las actividades culturales más antiguas que existe. En América Latina se constituye como una expresión cultural de primer orden.

La música grabada se muestra como una de las prácticas culturales más importantes de la región. Un número significativo de la población latinoamericana posee música grabada en su hogar o espacio de convivencia.

Su consumo se produce tanto a nivel individual como grupal. En el capítulo anterior analizamos el consumo de música en directo en entornos públicos, acompañados por una colectividad. En este capítulo nos referimos al consumo que de ella se hace en el entorno privado, guiado por los gustos y disposiciones personales.

En el caso de la música, en el cuestionario se pregunta acerca del consumo de música grabada sin hacer referencia a otro tipo de formato, como puede ser el digital. Sería interesante tomar en consideración esta variable para futuras encuestas. No ocurre lo mismo respecto al consumo de vídeo, estando contemplados en el cuestionario el VHS, DVD y “otros formatos”.

Resulta relevante llamar la atención sobre este aspecto, ya que en la actualidad se está produciendo un cambio en los hábitos de consumo: desde un modelo más estático, donde el acceso

a los vídeos se hacía de forma mayoritaria a través de la televisión y el VHS, a uno mucho más dinámico en el que se puede elegir qué ver, desde dónde y en qué momento.

Asimismo, esta evolución en los hábitos de consumo está también condicionada por la enorme diversificación de dispositivos desde los cuales es posible acceder a los contenidos. Esta realidad supone que la calidad de la conexión a internet estará relacionada con un mayor o menor hábito, favoreciendo o imposibilitando su desarrollo.

La penetración del consumo de vídeos online en la región está creciendo año tras año, aunque de manera muy desigual en el conjunto de los países. En concreto, las preguntas que se formularon fueron las siguientes:

- ¿Con qué frecuencia suele escuchar usted música grabada?
- ¿Con qué frecuencia suele usted ver vídeo en VHS, DVD o en otros formatos?

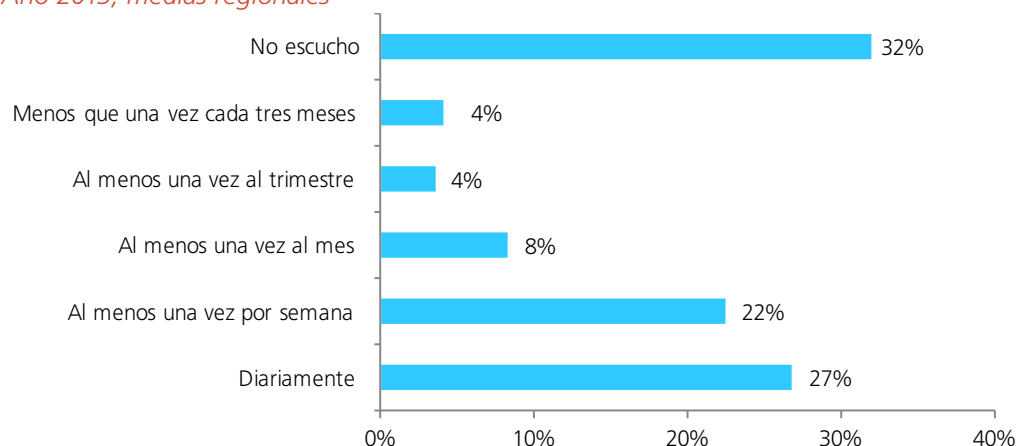
MÚSICA GRABADA

Datos generales

Escuchar música se muestra como una de las principales actividades culturales que realizan los latinoamericanos, con un 65% de encuestados que así lo afirmaron en el momento de realizarse la encuesta. De ellos, el 27% señala que lo hace de manera diaria y el 22%, al menos una vez a la semana. No obstante, destacar también que un 33% de la población encuestada respondió que no escucha música grabada. Hay que señalar, sin embargo, que mientras solo el 32% dice no escuchar nunca música grabada (ver gráfico 1), el porcentaje de los que no había asistido nunca al cine o al teatro estaba por encima del 65%. **Capítulo 2. Gráfico 1**

Porcentaje de personas que escuchan música grabada, según la regularidad con que lo hacen

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta: ¿Con qué frecuencia suele escuchar usted música grabada?

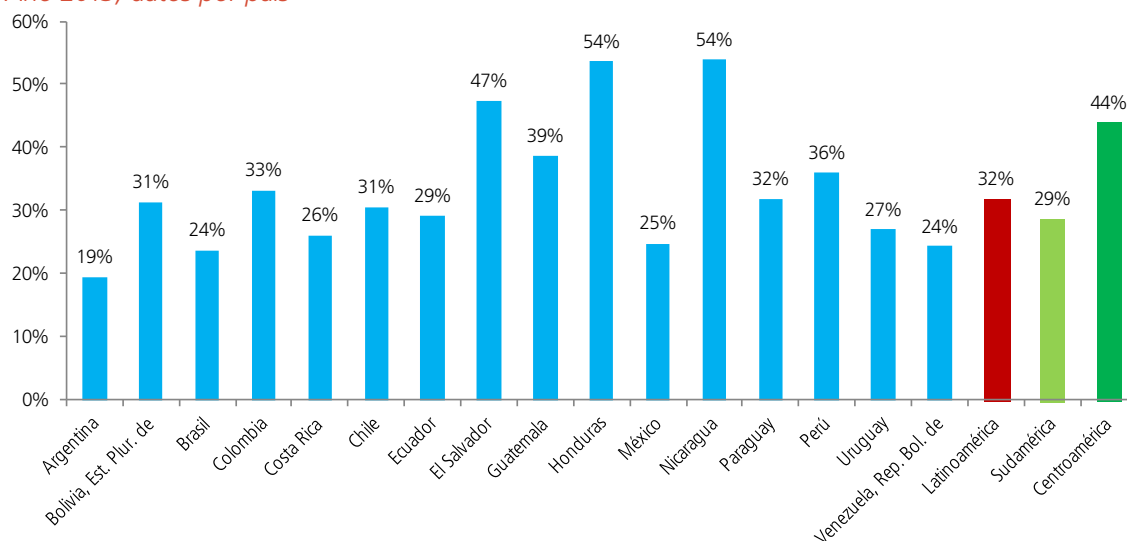
Porcentajes de respuesta por países

Cuando se analiza el consumo de música grabada de manera comparativa entre países, los mayores porcentajes de latinoamericanos que indican no haber escuchado música se sitúan en Centroamérica, especialmente en Honduras (54%), Nicaragua (54%) y El Salvador (47%); también Perú (36%) presenta un porcentaje por encima de la media regional (ver gráfico 2).

Capítulo 2. Gráfico 2

Porcentaje de personas que no escuchan música grabada

Año 2013, datos por país



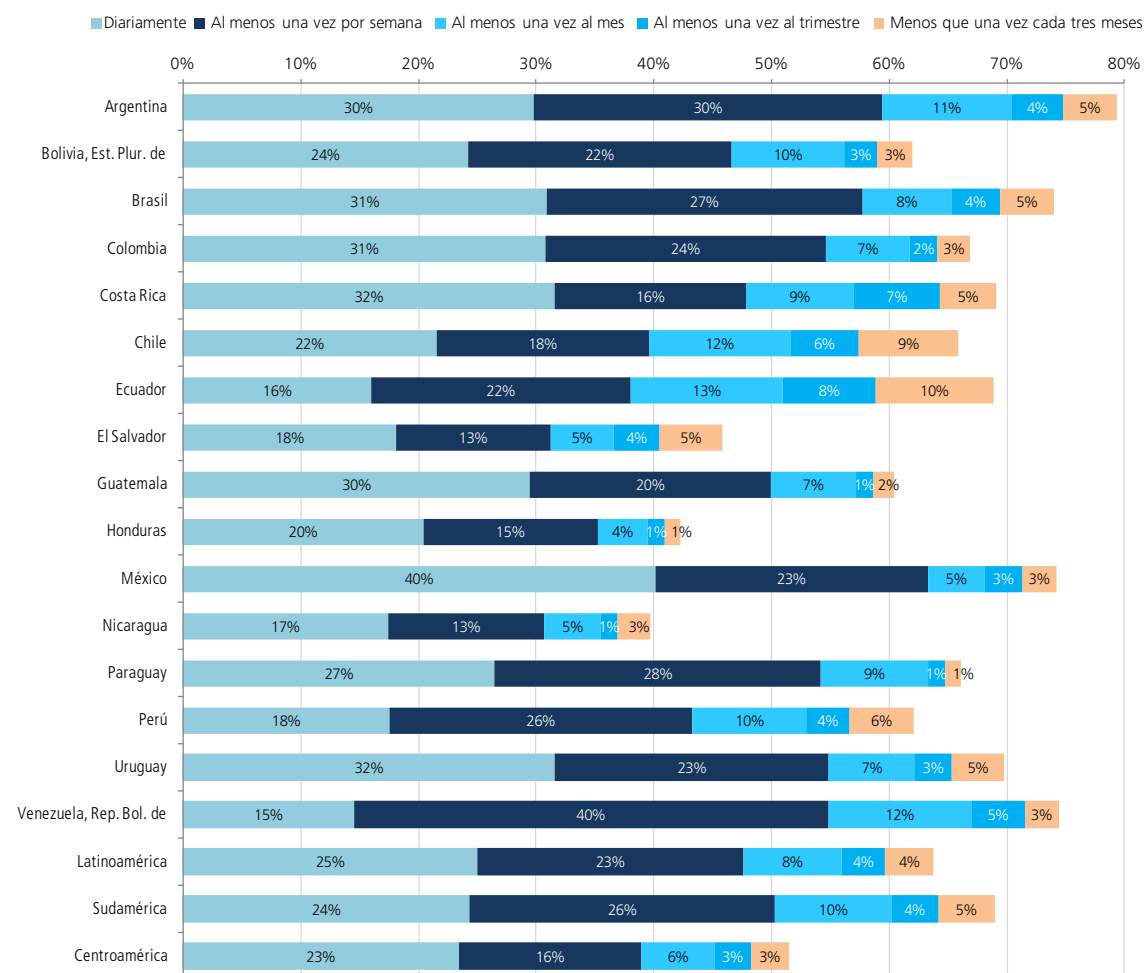
Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia suele escuchar usted música grabada?

Entre aquellos que reconocen haber escuchado música grabada alguna vez, las opiniones hacen referencia a una frecuencia mayoritaria de escucha diaria y semanal. Concretamente mexicanos (40%), costarricenses (32%) y uruguayos (32%) son los que señalan un mayor consumo diario, mientras que, venezolanos (40%), argentinos (30%) y paraguayos (28%) están a la cabeza en el consumo semanal (ver gráfico 3)

Capítulo 2. Gráfico 3

Porcentaje de personas que escucharon música grabada y regularidad de escucha
Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia suele escuchar usted música grabada?

¿Dónde obtienen los latinoamericanos la música grabada que escuchan?

Algunas encuestas realizadas en cada uno de los países nos aportan datos interesantes.

Chile. De la población urbana de 15 años o más que declaró escuchar música, el 40% reconoció que la descargaba gratis de Internet, el 29,1% la compra en la calle. Le sigue la música obtenida como obsequio con el 22,6% y la compra en disquerías en un 21,1%. *III Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (2012).*

Costa Rica. Al indagar sobre los lugares donde la gente compra música, se encuentra que a nivel nacional el 32,3% no la compraban sino que se la regalaban. El 30,1% compraba música en las tiendas de discos o música, el 18,3% de las personas contestaron que compraban música en chinavos o a vendedores ambulantes, y un 17% compra la música en Internet. *Encuesta de prácticas y hábitos culturales de Costa Rica, 2010-2011.*

México. ¿Usted compra la música que escucha? 70% sí; 14% no, me la regalan, y el 16% no, me la bajo de Internet. ¿En dónde acostumbra a comprar la música que escucha? El 64% en tianguis, en la calle o a vendedores ambulantes, el 21% en tiendas de música y el 14% en tiendas departamentales de autoservicio. *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales. Conaculta. Agosto 2010.*

Uruguay. Las opciones de compra y regalo fueron las más frecuentes con el 38% y 31% respectivamente. Les siguen con el 10,2% “la bajo de Internet”, luego “la copia” con el 5,4% y el préstamo con un 3,7%. *Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural 2009.*

Consumo de música grabada en función del género, edad, nivel de estudios y nivel sociocultural

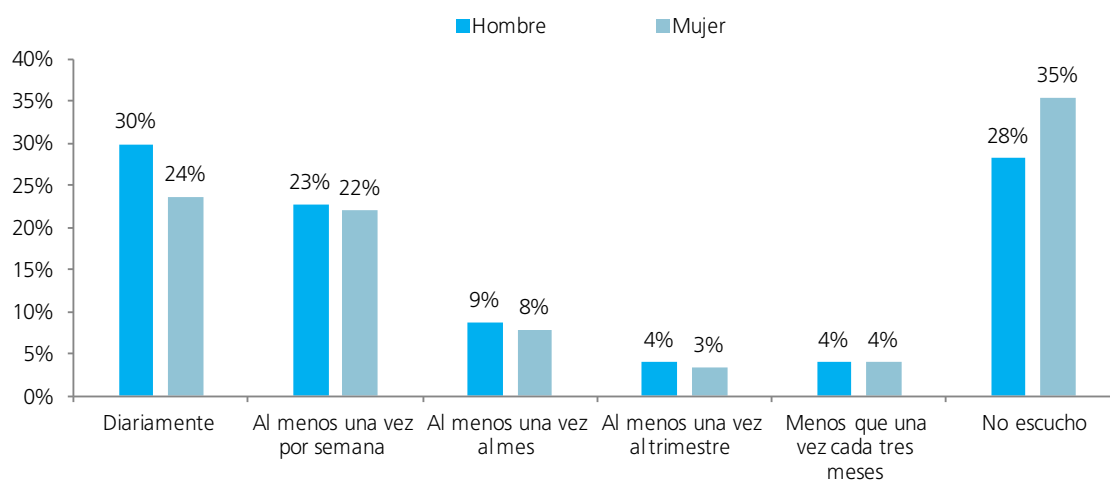
Género

El 35% de las mujeres encuestadas ha respondido que no escucha música nunca, frente a un 28% en el caso de los hombres. De igual forma, cuando se analiza la frecuencia de esta actividad en función del género, de nuevo se observa que es mayor el número de hombres que escucha música diariamente (30%), porcentaje que se reduce al 24% en el caso de las mujeres. Parece, por tanto, que se trata de una práctica más asociada al género masculino que al femenino, aunque con diferencias moderadas (ver gráfico 4).

Capítulo 2. Gráfico 4

Porcentaje de personas que escuchan música grabada, según regularidad de escucha y género

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia suele escuchar usted música grabada?

Edad

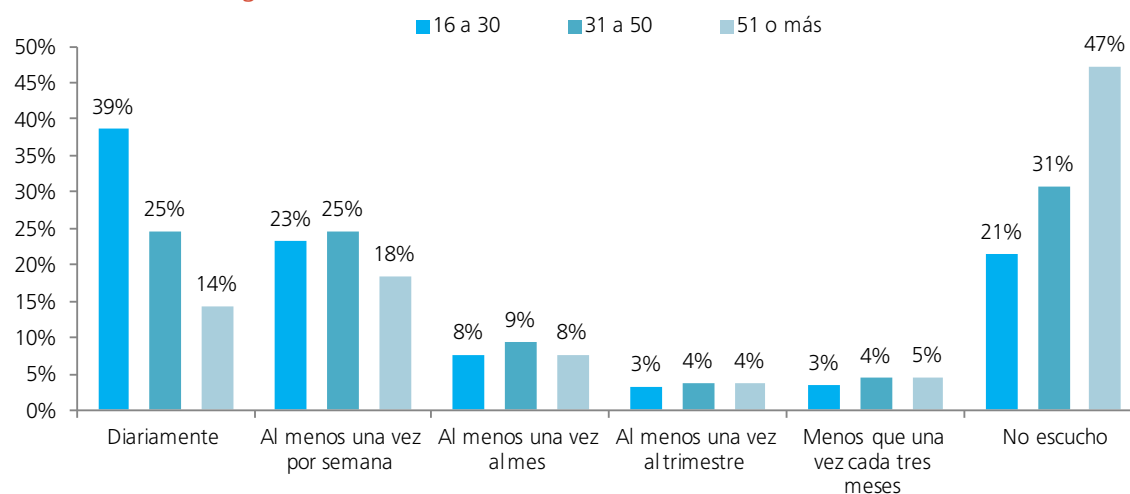
Los jóvenes entre 16 y 30 años destacan por encima de los otros grupos etarios en el consumo de música grabada, que decrece en función de la edad. Concretamente el 47% de los mayores de 51 años dijo no haber escuchado música en los últimos 12 meses, mientras que este porcentaje se reduce al 31% para el caso de las personas de entre 31 y 50 años, y al 21% en el caso de los más jóvenes.

Aún más, el 39% de los latinoamericanos encuestados de entre 16 y 30 años se reconocen como consumidores diarios de música y el 23% como consumidores semanales, mientras que solamente el 14% de los mayores de 51 años escucha música diariamente, siendo mayor el porcentaje que lo hace con una frecuencia semanal (18%). Los datos muestran de forma clara que escuchar música es una práctica cultural mayoritariamente asociada a los más jóvenes (ver gráfico 5).

Capítulo 2. Gráfico 5

Porcentaje de personas que escuchan música grabada, según regularidad de escucha y grupo de edad

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia suele escuchar usted música grabada?

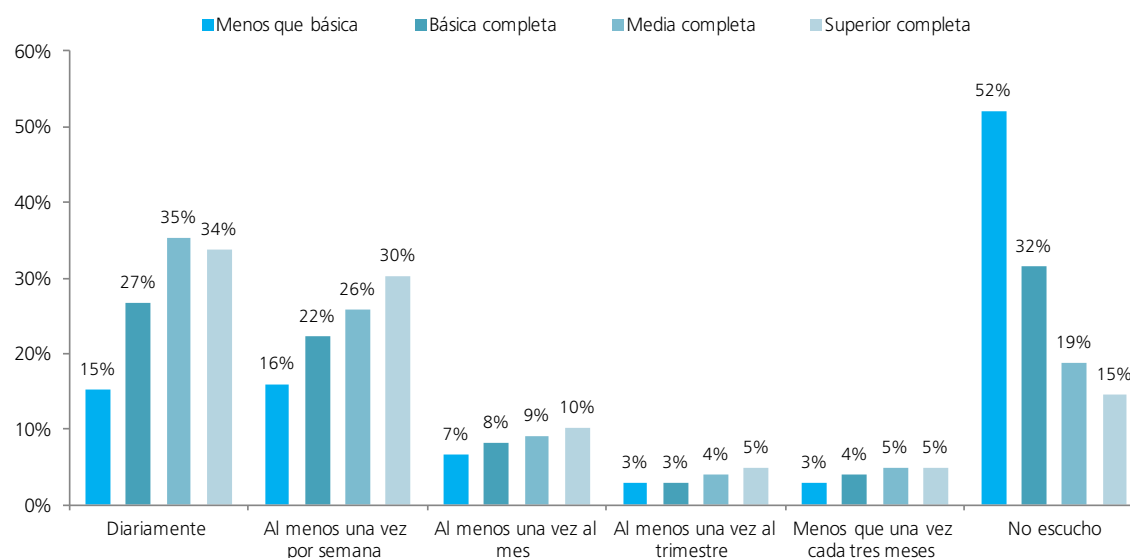
Nivel educativo

En relación con el nivel educativo y el consumo de música grabada, los datos de la encuesta indican que más de la mitad (52%) de las personas que no alcanzaron la educación básica señalan que no han escuchado música durante los últimos 12 meses, mientras que el porcentaje pasa a ser solo un 19% en aquellos que tienen estudios medios y el 15% en personas que tienen una formación superior (ver gráfico 6).

Capítulo 2. Gráfico 6

Porcentaje de personas que escuchan música grabada, según regularidad de escucha y nivel educativo

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia suele escuchar usted música grabada?

Tal y como se recoge en el gráfico anterior, el nivel de estudios se convierte en una variable relevante en el perfil del consumidor de música grabada. Los mayores porcentajes de oyentes se encuentran en los niveles medio y superior: el 35% de las personas con estudios medios y el 34% de los que tienen estudios superiores se reconocen como consumidores diarios, mientras que este porcentaje es de solo un 15% entre quienes no lograron finalizar los estudios básicos. La misma tendencia se observa al analizar las demás opciones de respuesta.

Nivel socioeconómico

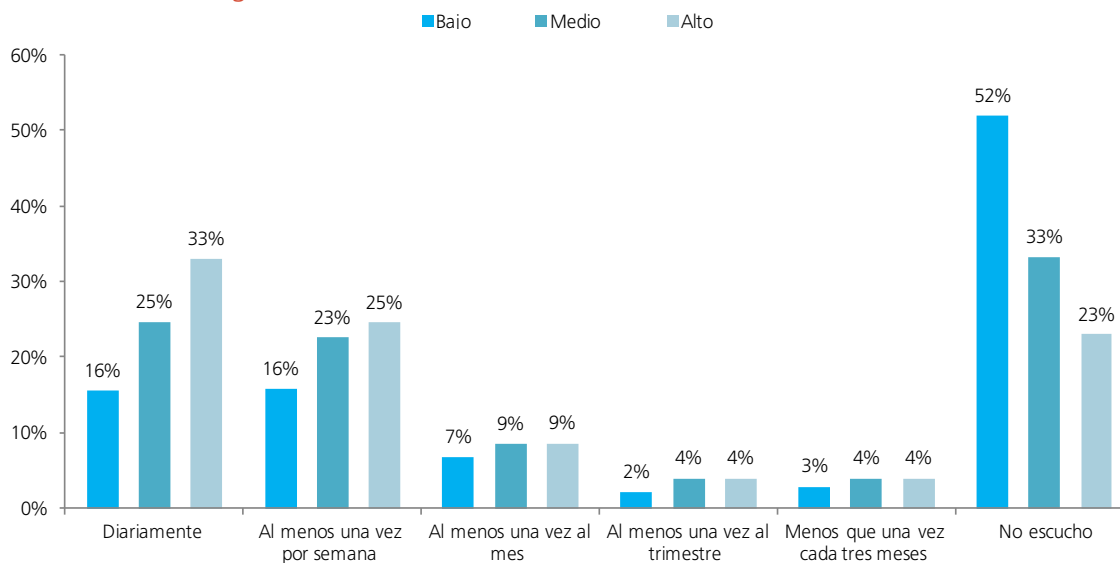
De nuevo se observa que cuanto mejor es el nivel socioeconómico, mayor y más frecuente es el consumo de música grabada. De esta forma los datos muestran que más de la mitad (52%) de los encuestados que pertenecen a un nivel socioeconómico bajo reconocieron no ser consumidores de música grabada, mientras que solo el 33% de las personas con un nivel socioeconómico medio y el 23% de los de niveles altos así lo señalaron.

Asimismo, el 33% de personas de contextos altos afirman ser consumidores diarios de música grabada, frente al 25% de los de contextos medios y al 16% de aquellos que pertenecen a niveles socioeconómicos bajos. Esta misma tendencia se repite para todas las opciones de respuesta (ver gráfico 7).

Capítulo 2. Gráfico 7

Porcentaje de personas que escuchan música, según regularidad de escucha y nivel socioeconómico

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia suele escuchar usted música grabada?

VÍDEO

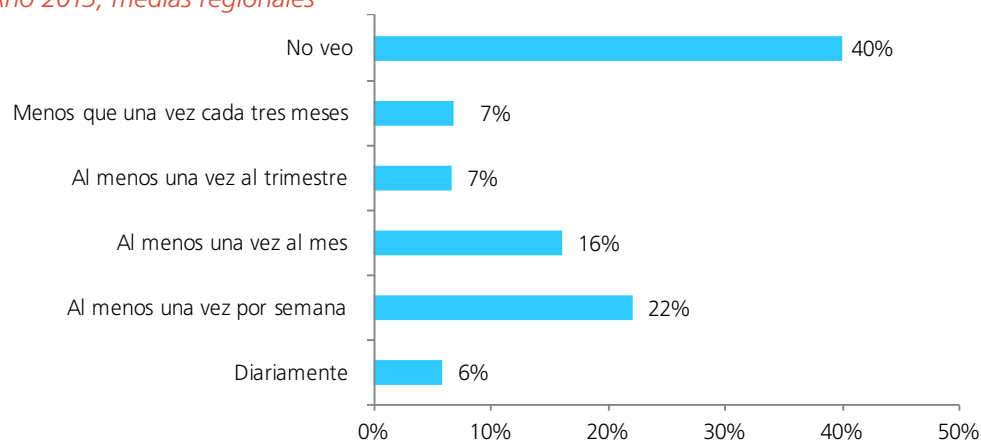
Datos generales

El 56% de los latinoamericanos encuestados ven vídeos en formato VHS, DVD o en otros formatos, frente al 40% que afirma no haberlo hecho nunca en el momento en que se realizó la encuesta. De los que respondieron afirmativamente, las opciones mayoritariamente señaladas indican un consumo semanal ("al menos una vez por semana", con un 22%) y mensual ("al menos una vez al mes", con un 16%) (ver gráfico 8).

Capítulo 2. Gráfico 8

Porcentaje de personas que ven vídeos, según regularidad de consumo

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia suele usted ver vídeos en VHS, DVD o en otros formatos?

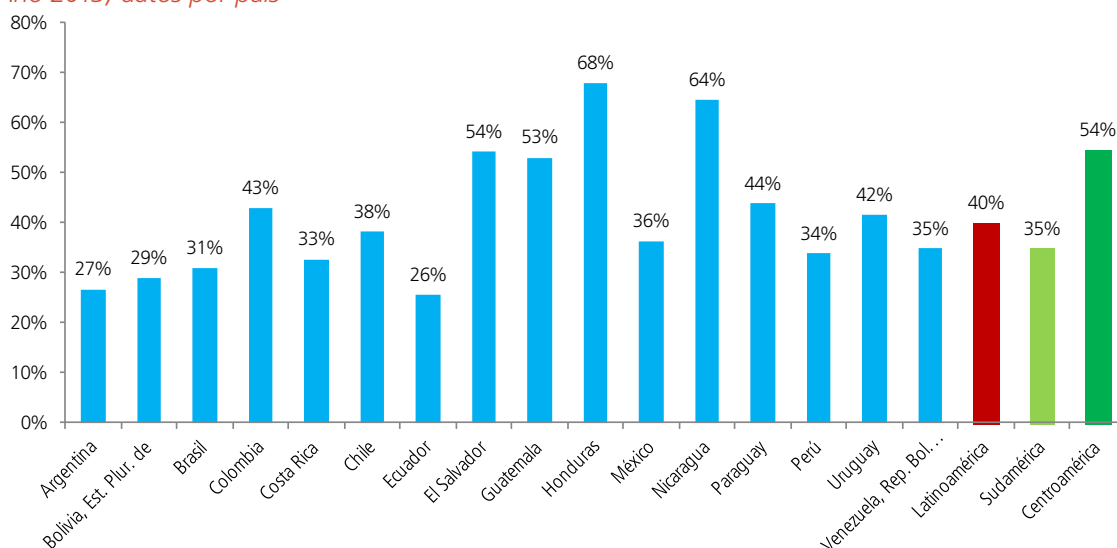
Porcentajes de respuesta por países

En relación a los porcentajes de respuesta que hacen referencia a no haber visto nunca un vídeo en ningún formato de los señalados, los mayores porcentajes se encuentran nuevamente en Centroamérica, concretamente en El Salvador (54%), Nicaragua (64%) y Honduras (68%) (ver gráfico 9).

Capítulo 2. Gráfico 9

Porcentaje de personas que no ven vídeos

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia suele usted ver vídeos en VHS, DVD o en otros formatos?

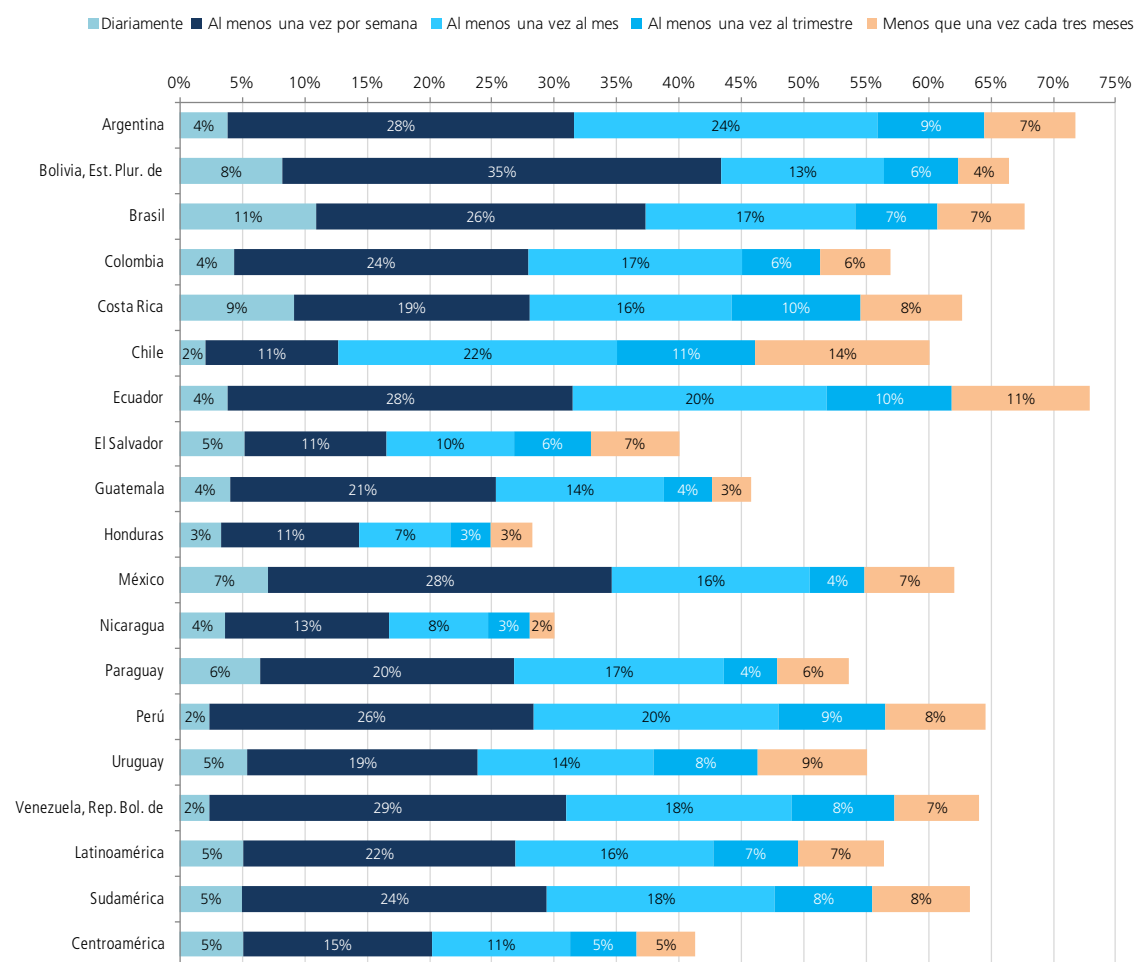
En este mismo sentido, los datos muestran que los países que más habitualmente realizan esta actividad, se sitúan principalmente en sudamérica (el 5% ve vídeos diariamente y el 24% lo hace al menos una vez por semana), frente a centroamérica (también un 5% tiene un consumo diario, pero el porcentaje de los que lo hacen semanalmente se reduce al 15%) (ver gráfico 10).

En general, destacan por su frecuencia países como Ecuador, Argentina, Bolivia y Brasil, con datos por encima del promedio latinoamericano, en porcentaje de personas que dedican tiempo diario y semanal a ver vídeos en VHS, DVD o en otros formatos.

Capítulo 2. Gráfico 10

Porcentaje de personas que ven vídeos y regularidad de consumo

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia suele usted ver vídeos en VHS, DVD o en otros formatos?

Penetración del vídeo *on line* en América Latina

Un estudio publicado por ComScore sobre el consumo de vídeo *on line* en Latinoamérica, atestigua que el consumo de vídeos en línea en la región creció por encima de la media global, a razón de 12% entre junio de 2011 y junio de 2012.

Argentina registró la mayor penetración de vídeo *on line* de los 4 mercados reportados en el análisis (Argentina, Brasil, México y Chile), con el 95,5% del total de la población *on line* conectándose a ver vídeos en el mes de Agosto de 2013.

Le sigue de cerca Chile, que registra un 91,5%, y más atrás quedan Brasil con un 86,4% y en cuarto lugar México, que obtiene un 81,3%.

En cambio, los brasileños lideran la clasificación de vídeos vistos por espectador, al sumar un total de 166; seguidos de Chile, que se anota un promedio de 128 vídeos; México, que logra 103 vídeos por espectador, y Argentina, que queda más rezagado con 86 vídeos.

Zain, A. L. *Futuro digital Latinoamérica 2013: El estado actual de la industria digital y las tendencias que están modelando el futuro*. ComScore2013.

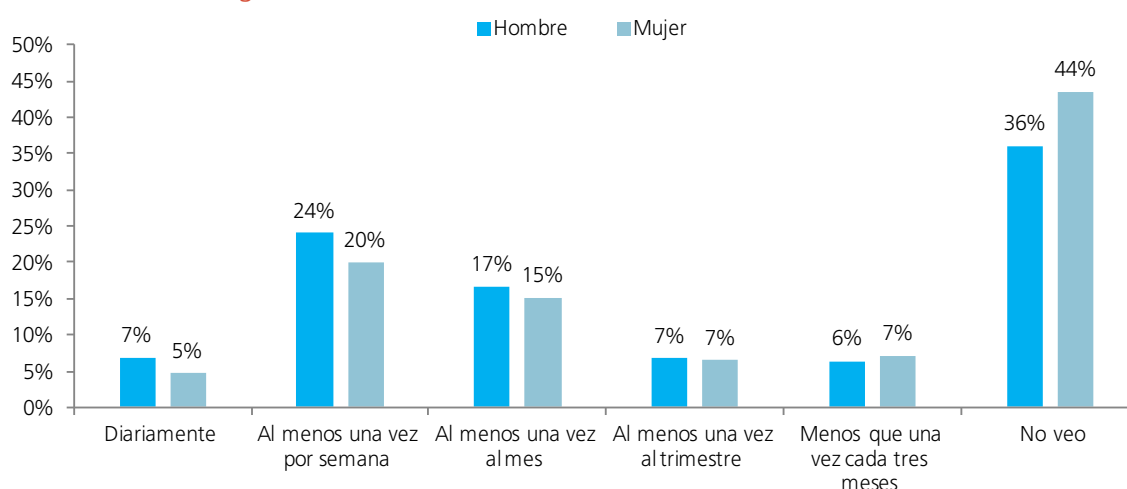
Consumo de vídeos en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel sociocultural

Género

Los datos reflejan que la población masculina ve vídeos con mayor frecuencia que la población femenina. Por una parte, el 43% de las mujeres afirma no realizar nunca esta actividad, frente al 36% de los hombres. Y de igual forma, los varones superan en 2 puntos porcentuales a las mujeres en el consumo diario (el 7% de los hombres ve vídeos de forma diaria frente al 5% de las mujeres), y en cuatro puntos en el consumo semanal (24% y 20% respectivamente). Si bien no son diferencias elevadas, muestran una cierta tendencia en función del género (ver gráfico 11).

Capítulo 2. Gráfico 11

Porcentaje de personas que ven vídeos, según regularidad de consumo y género Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia suele usted ver vídeos en VHS, DVD o en otros formatos?

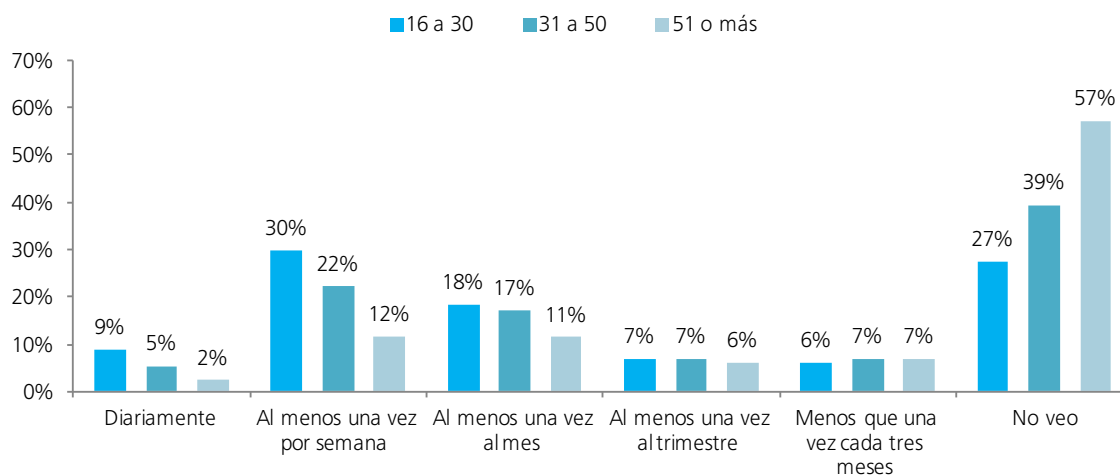
Edad

El consumo de vídeos desciende a medida que aumenta la edad de los encuestados. El 57% de los mayores de 51 años reconoce no haber visto vídeos en VHS, DVD o en otros formatos, mientras que el porcentaje se reduce al 39% entre aquellos con una edad comprendida entre los 31 y los 50 años, y a un 27% entre los menores de 30.

El consumo de vídeos se concentra principalmente entre los más jóvenes. Los principales contrastes se encuentran en las opciones de frecuencia semanal y mensual. El 30% de los jóvenes y el 22% de las personas de mediana edad se reconocen como consumidores semanales, mientras que solamente el 12% de los mayores de 51 años ve vídeos con esta frecuencia. La misma tendencia se observa en el resto de categorías de respuesta (ver gráfico 12).

Capítulo 2. Gráfico 12

Porcentaje de personas que ven vídeos, según regularidad de consumo y grupo de edad Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia suele usted ver vídeos en VHS, DVD o en otros formatos?

Nivel educativo

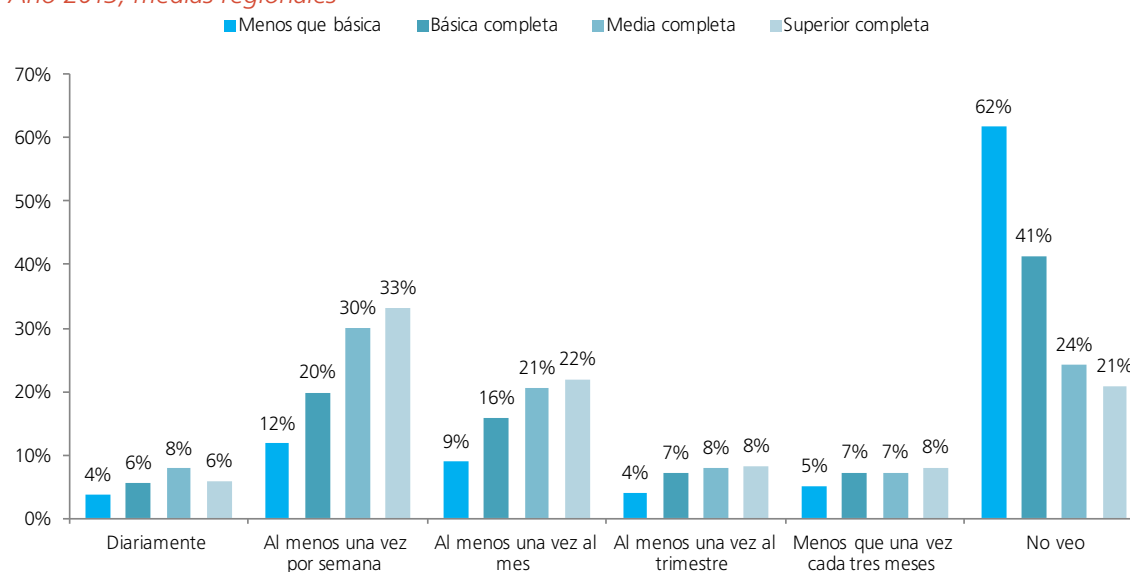
El 62% de las personas con estudios por debajo del nivel básico no había visto vídeos en el momento de realizarse la encuesta, en comparación con el 24% de los que tiene estudios medios y el 21% de los que cuentan con estudios superiores.

Los datos muestran que los consumidores más frecuentes de vídeos se encuentran entre los niveles de formación media y superior, y que el porcentaje disminuye a medida que lo hace el nivel de formación de los encuestados.

Capítulo 2. Gráfico 13

Porcentaje de personas que ven vídeos, según regularidad de consumo y nivel educativo

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia suele usted ver vídeos en VHS, DVD o en otros formatos?

Nivel Socioeconómico

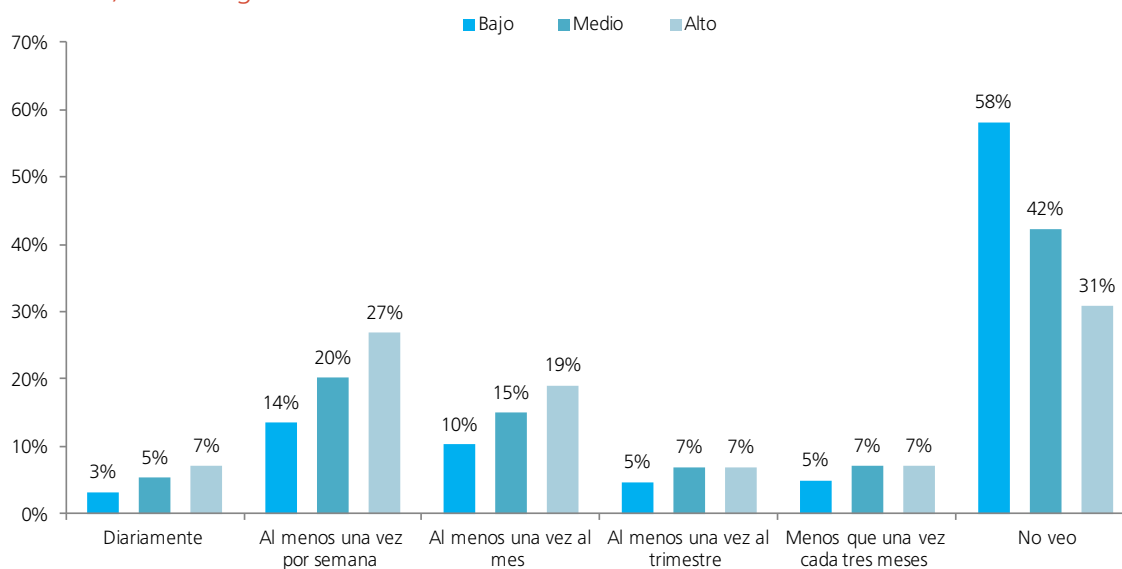
Por último, el análisis de los datos en base a la variable socioeconómica muestra que un mayor nivel socioeconómico está directamente relacionado con un consumo más frecuente de videos en formato VHS, DVD o en otros formatos. El 27% de las personas de nivel alto respondió que veía videos al menos una vez por semana, frente al 20% de las personas con ingresos medios y el 13% de las personas con ingresos bajos.

En coherencia con lo anterior, los datos recogen que más de la mitad de la población encuestada con un nivel socioeconómico bajo (58%) nunca ve videos, mientras que este porcentaje se reduce al 42% para el caso de los niveles medios y al 31% para las personas con un nivel socioeconómico alto (ver gráfico 14).

Capítulo 2. Gráfico 14

Porcentaje de personas que ven videos, según regularidad de consumo y nivel socioeconómico

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013

Pregunta. ¿Con qué frecuencia suele usted ver videos en VHS, DVD o en otros formatos?

SÍNTESIS

El 65% de los latinoamericanos escucha música y el 56% ve videos en VHS, DVD o en otros formatos. Ello convierte a estas dos actividades en las principales prácticas culturales que se desarrollan en la región.

Si comparamos estos resultados con los del capítulo anterior con respecto a la asistencia cine, al teatro o a recitales de música en vivo, observamos que los latinoamericanos prefieren ver películas y escuchar música en entornos privados, tal vez por su coste, o por la ausencia de una oferta cercana o atractiva.

El 22% ve vídeos en su hogar al menos una vez a la semana, mientras que solamente el 3% acude a verlas al cine con la misma frecuencia.

Como comentamos anteriormente, el 65% de los latinoamericanos habían escuchado música grabada en los últimos 12 meses, el 25% de manera diaria. Mientras que solamente el 29% había acudido a conciertos de música en vivo en el mismo período, y de hacerlo fue principalmente entre 1 y 3 veces al año (21%).

Esta tendencia no se observa exclusivamente en América Latina. El consumo audiovisual está evolucionando hacia modelos más dinámicos y marcados por intereses individualizados a medida que evolucionan los soportes digitales que les dan cabida.

Hallamos los porcentajes más altos de oyentes de música grabada en Argentina (79%), Venezuela (74%) y México (74%). Mientras que, los mayores porcentajes de personas que ven vídeos están en Ecuador (73%), Argentina (72%) y Brasil (68%).

Por otra parte, Sudamérica refleja mayores tasas de participación en este tipo de actividades, mientras que Centroamérica muestra los porcentajes más bajos (con la excepción de Costa Rica).

Los hombres participan en mayor medida en este tipo de actividades pues superan en 6 puntos porcentuales a las mujeres en el consumo diario de música y en cuatro puntos en el consumo de vídeos semanal.

Los jóvenes y en menor medida las personas de mediana edad (entre los 31 y los 50 años) monopolizan el consumo de música y vídeos. El 39% de los jóvenes escucha música de manera diaria y el 30% ve vídeos al menos una vez por semana, mientras que solamente el 14% de los mayores de 51 años son consumidores diarios de música, y solamente el 12% ve vídeos con una frecuencia semanal.

El consumo de música y vídeos aumenta en función del nivel socioeconómico y educativo. Alrededor del 30% de las personas con estudios medios y superiores ven vídeos "Al menos una vez por semana" mientras que solamente el 12% de los estudios menos que básicos lo hace con esta frecuencia. El 33% de las personas con un nivel socioeconómico alto se reconocen como consumidores diarios de música, mientras que solamente el 16% de los niveles bajos lo hacen con esta frecuencia.



Capítulo 3

Libros y lectura

En el presente capítulo, se analizan las respuestas dadas a las preguntas sobre la frecuencia de lectura y consumo promedio de libros al año para el conjunto de la región.

En la encuesta que ha servido como base a este estudio, se ha querido distinguir entre la práctica de la lectura por motivos profesionales y/o por estudios, y aquella que se realiza por otros motivos diferentes: ocio, entretenimiento o interés personal.

Esta distinción se considera justificada dado que la lectura por motivos profesionales o académicos responde a una serie de motivaciones abiertamente diferentes a la que se realiza voluntariamente, por placer, interés personal o con la voluntad de entretenerse e informarse. Esta es la principal diferencia entre un lector asiduo y uno esporádico.

En la parte final de este capítulo, se ha incorporado una pregunta específica para medir el consumo promedio de libros al año, considerado como uno de los indicadores más representativos de lo que vendría a ser el desarrollo lector en la región.

Aunque España no ha participado en el estudio, se ha considerado interesante añadir los datos extraídos de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2010-2011, dado que muchas de las preguntas que en ella se formulan son idénticas a las trabajadas en esta encuesta. Concretamente, en el presente capítulo se han analizado las siguientes cuestiones:

- ¿Cuándo fue la última vez que leyó un libro por motivos profesionales o por sus estudios?
- ¿Y por otros motivos: ocio, entretenimiento, interés personal etc?
- ¿Cuántos libros leyó el año pasado?

ÍNDICE DE LECTURA POR PROFESIÓN O ESTUDIOS

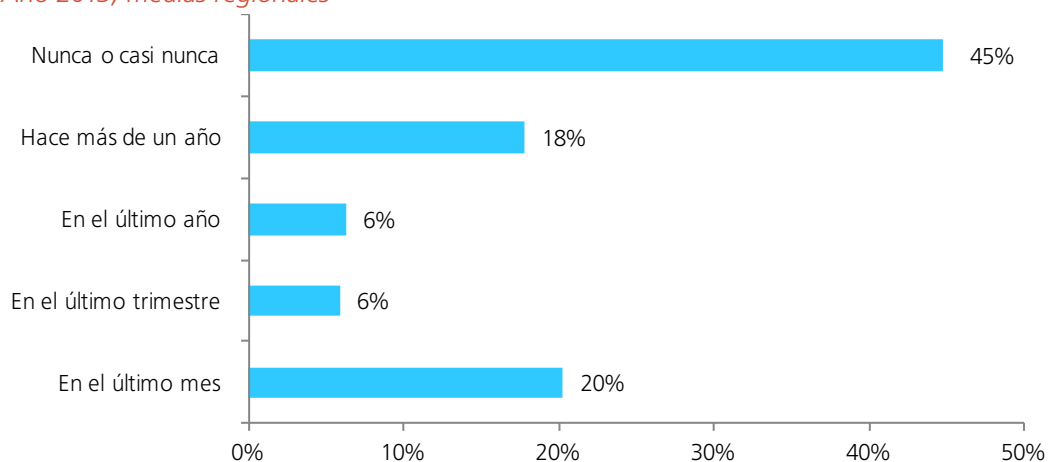
Datos generales

Es significativo el dato promedio de aquellos que en la encuesta señalaron no leer nunca o casi nunca por motivos profesionales o de estudios, con un 45%, así como un 18% que indicó también no haber leído desde hacía más de un año por estas razones. No obstante, también se encuentra un 20% de encuestados que afirma haber leído en el último mes por alguno de estos motivos (ver gráfico 1).

Capítulo 3. Gráfico 1

Porcentaje de personas que leen por motivos profesionales y/o educativos, según la última ocasión en que lo hicieron

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuándo fue la última vez que leyó un libro por motivos profesionales o por sus estudios?

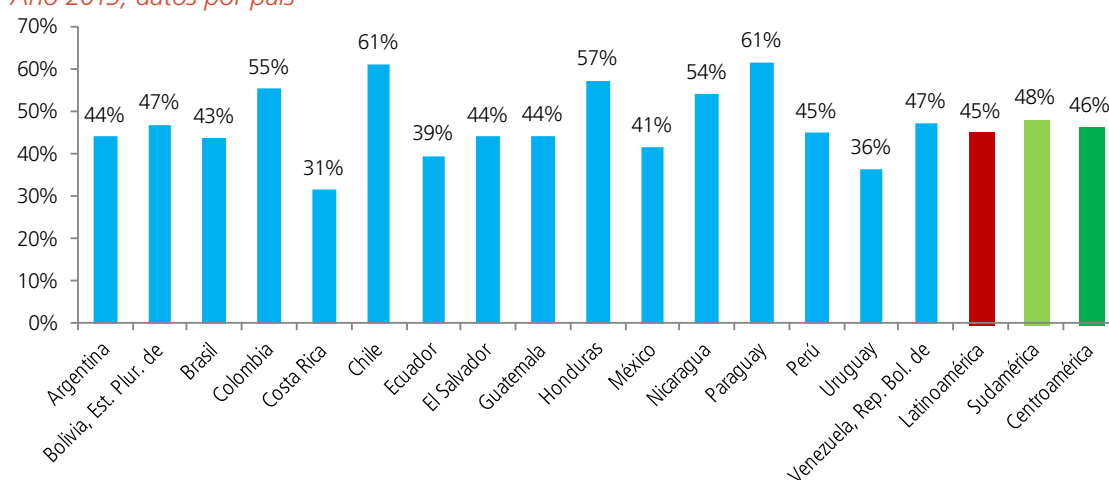
Porcentajes de respuesta por países

Si se analiza el porcentaje de encuestados que de los diferentes países ha indicado no leer nunca o casi nunca por motivos profesionales o de estudios, el promedio en América Latina es de un 45%. Atendiendo a los resultados por país, se encuentra que por encima del promedio latinoamericano se sitúan Chile y Paraguay (ambos con un 61%), Colombia (55%) y dos países centroamericanos: Honduras (57%) y Nicaragua (54%). Llama la atención que en esta ocasión, los promedios de no lectura son muy similares entre Centroamérica (46%) y Sudamérica (48%) (ver gráfico 2).

Capítulo 3. Gráfico 2

Porcentaje de personas que “nunca o casi nunca” leen por motivos profesionales y/o educativos

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

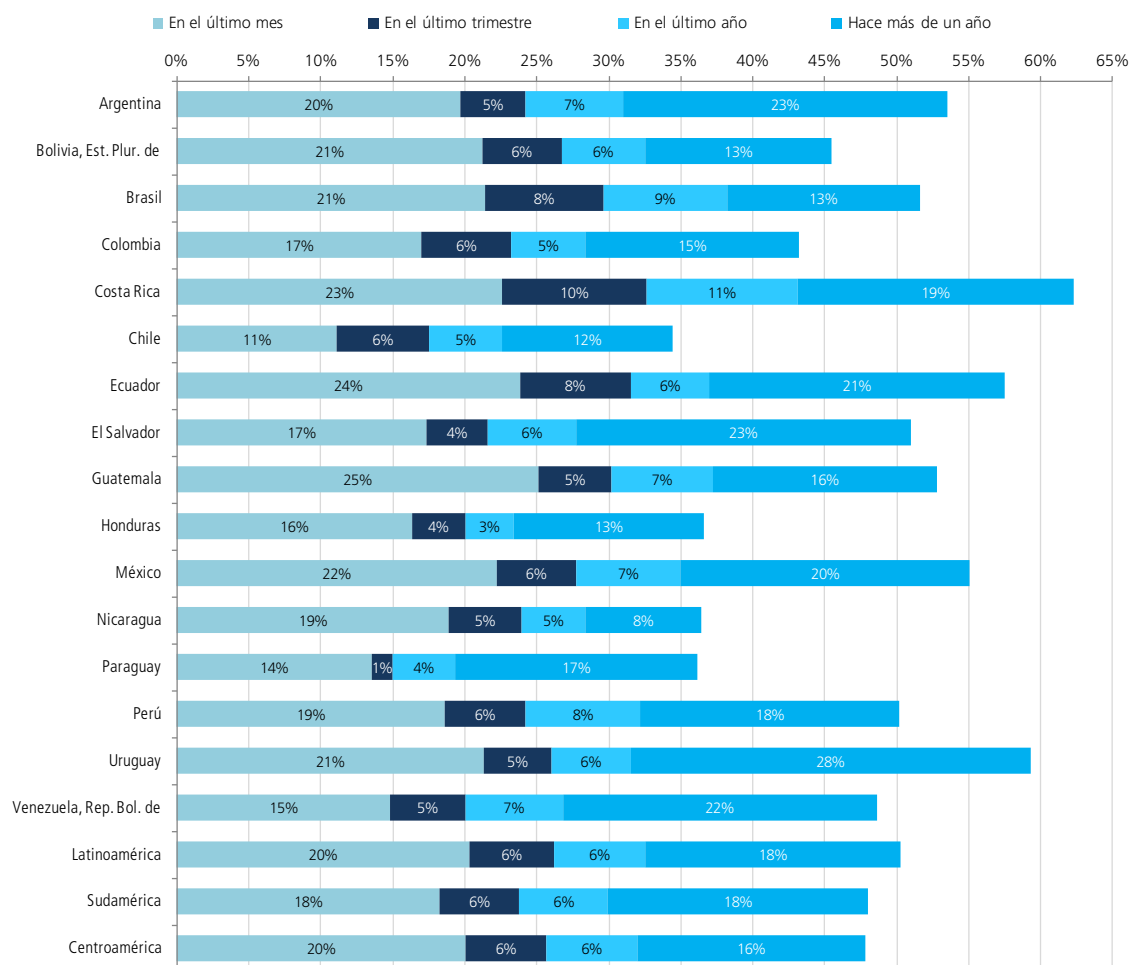
Pregunta. ¿Cuándo fue la última vez que leyó un libro por motivos profesionales o por sus estudios?

Entre aquellos que indicaron haber leído en alguna ocasión por razones profesionales o de formación en el último año (suma de las tres primeras frecuencias), Costa Rica, con el 44%, y Brasil y Ecuador, con el 38%, aparecen con los porcentajes más elevados (ver gráfico 3).

Capítulo 3. Gráfico 3

Porcentaje de personas que leen por motivos profesionales y/o educativos según la última ocasión en que lo hicieron y el país

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuándo fue la última vez que leyó un libro por motivos profesionales o por sus estudios.

Los resultados de Chile en la encuesta, si bien son llamativos por el alto porcentaje de personas que afirma no haber leído nunca o casi nunca por cuestiones laborales o de formación, son coherentes con lo encontrado en otros estudios nacionales.

Frecuencia de lectura, sin considerar los libros escolares

Chile. Una muestra de ello son los resultados recogidos en la III Encuesta de consumo cultural, donde se preguntó por la frecuencia de lectura, sin considerar los libros escolares. Los datos indicaron que el 18% había leído al menos un libro en el último año, un 18% “casi todos los días”, el 22% leía de forma semanal o bisemanal, el 26% “una vez al mes o una vez cada dos o tres meses” y un 14% cada 4 meses. La tendencia que se muestra en la III Encuesta sería la siguiente:



CNCA (2013), ENPCC 2012 Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Disponible en <http://www.cultura.gob.cl/estudios/estadisticas-culturales/>

Índice de lectura en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico

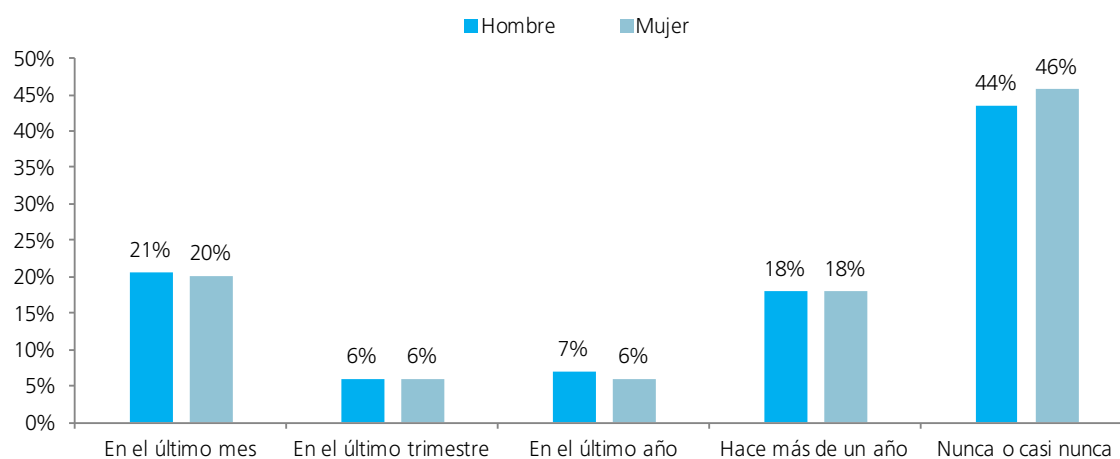
Género

En general se observa que un 46% de las mujeres encuestadas afirmaron no haber leído nunca o casi nunca por motivos profesionales o por estudios. El porcentaje de hombres fue ligeramente inferior, con un 44%. De igual forma, en las distintas categorías de respuesta, los porcentajes indican una frecuencia de lectura muy similar entre hombres y mujeres, no encontrándose diferencias destacadas (ver gráfico 4).

Capítulo 3. Gráfico 4

Porcentaje de personas que leen por motivos profesionales y/o educativos, según la última ocasión en que lo hicieron y su género

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuándo fue la última vez que leyó un libro por motivos profesionales o por sus estudios?

Edad

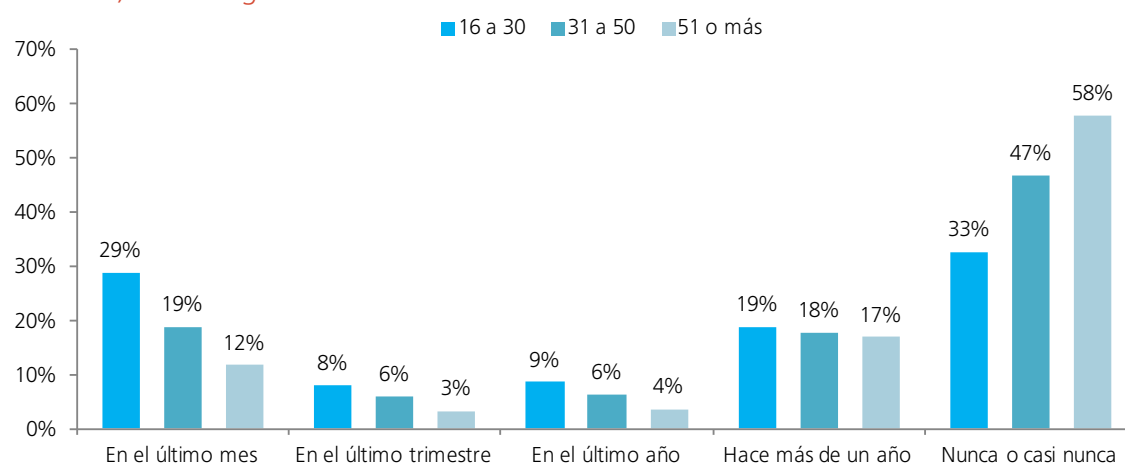
El 58% de las personas encuestadas mayores de 51 años respondieron no haber leído nunca por motivos de trabajo o estudios, frente al 47% de las personas de entre 31 y 50 años, y el 33% de los jóvenes menores de 30 (ver gráfico 5).

Los datos muestran que la frecuencia de lectura asociada a estudios o a cuestiones profesionales se reduce según aumenta la edad del encuestado, siendo los jóvenes de entre 16 y 30 años los que más leen por estas razones. Estos resultados parecen coherentes si tenemos en cuenta que los más jóvenes son los que se encuentran en mayor medida cursando estudios medios y superiores.

Capítulo 3. Gráfico 5

Porcentaje de personas que leen por motivos profesionales y/o educativos, según la última ocasión en que lo hicieron y el grupo de edad al que pertenecen

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuándo fue la última vez que leyó un libro por motivos profesionales o por sus estudios?

Nivel educativo

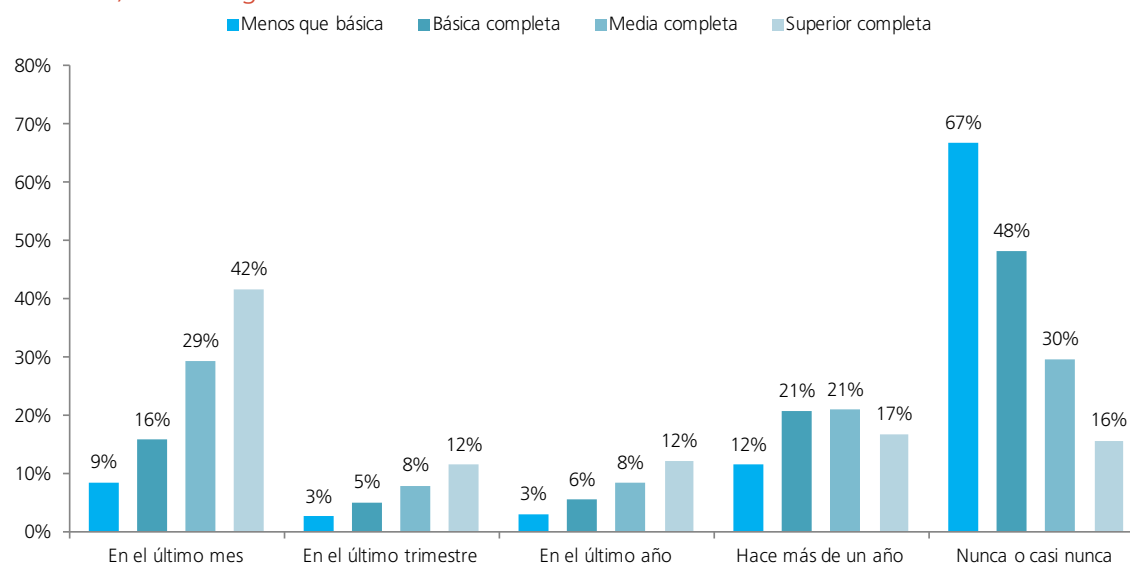
El 67% de las personas con una formación menos que básica no había leído nunca o casi nunca por motivos profesionales o por estudios; este porcentaje se reduce al 48% para el caso de personas con formación básica, al 30% para quienes han cursado estudios medios y al 16% cuando los encuestados tienen formación superior.

Como los datos indican, los años de escolaridad tienen una estrecha relación con la frecuencia de lectura. A medida que vamos aumentando el nivel educativo, mayor es la frecuencia con la que se lee: el 42% de las personas con formación superior había leído en el último mes, así como el 29% de aquellos que cuentan con estudios medios. Sin embargo, el porcentaje se reduce al 16% para aquellos que cuentan con estudios básicos y al 9% para los que tienen una formación inferior a la básica (ver gráfico 6).

Capítulo 3. Gráfico 6

Porcentaje de personas que leen por motivos profesionales y/o educativos, según la última ocasión en que lo hicieron y su nivel educativo

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta: ¿Cuándo fue la última vez que leyó un libro por motivos profesionales o por sus estudios.

Nivel socioeconómico

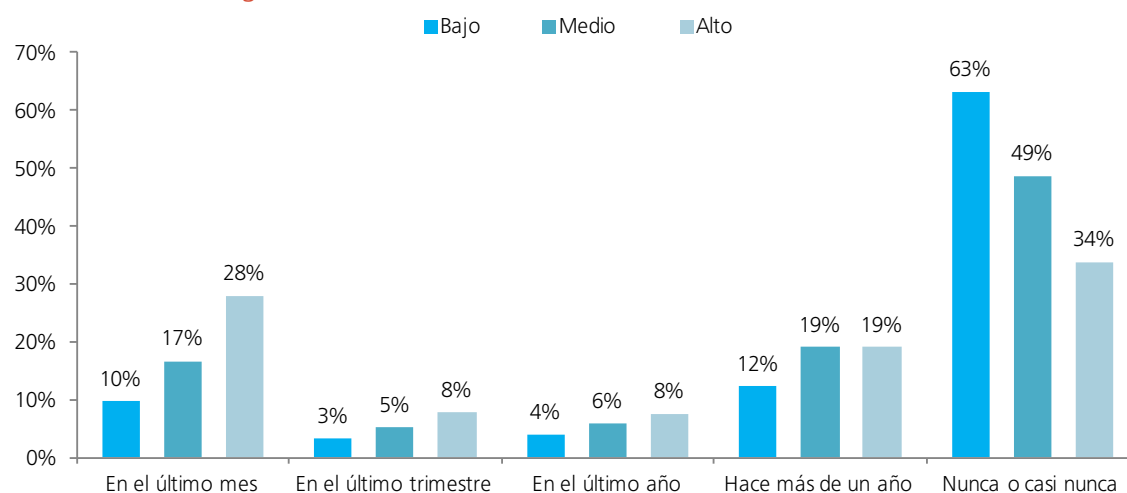
La variable socioeconómica también tiene un importante papel en relación con la frecuencia de lectura. Mientras que el 63% de las personas de contextos bajos no había leído nunca o casi nunca un libro por motivos académicos o laborales, el porcentaje se reduce al 49% entre las clases socioeconómicas medias, y al 34% entre las personas de contextos altos (ver gráfico 7).

En el otro extremo, se observa la misma tendencia: según mejora el estatus socioeconómico, la frecuencia de lectura aumenta. Así por ejemplo, mientras que el 28% de los encuestados que afirmaron haber leído en el último mes pertenecen a clases altas, este porcentaje solo es de un 10% en los niveles socioeconómicos más bajos.

Capítulo 3. Gráfico 7

Porcentaje de personas que leen por motivos profesionales y/o educativos, según la última ocasión en que lo hicieron y su nivel socioeconómico

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuándo fue la última vez que leyó un libro por motivos profesionales o por sus estudios.

En función de los resultados encontrados, es posible afirmar que el nivel socioeconómico y el nivel educativo de una persona tienen relación a la hora de valorar la frecuencia de lectura por estudios o cuestiones laborales. De forma general, se encuentra que las clases medias y sobre todo las clases socioeconómicas altas concentran mayor porcentaje de personas con formación de tipo media o superior, y normalmente realizan trabajos que requieren una mayor cualificación. No es sorprendente, por tanto, que este colectivo desempeñe tareas en las que la lectura sea una práctica más frecuente que entre aquellos otros, procedentes de clases socioeconómicas más vulnerables, cuyos puestos de trabajo exigen un menor grado de cualificación profesional y en donde la lectura probablemente no es una necesidad para el desempeño laboral.

ÍNDICE DE LECTURA POR OTROS MOTIVOS: OCIO, ENTRETENIMIENTO O INTERÉS PERSONAL

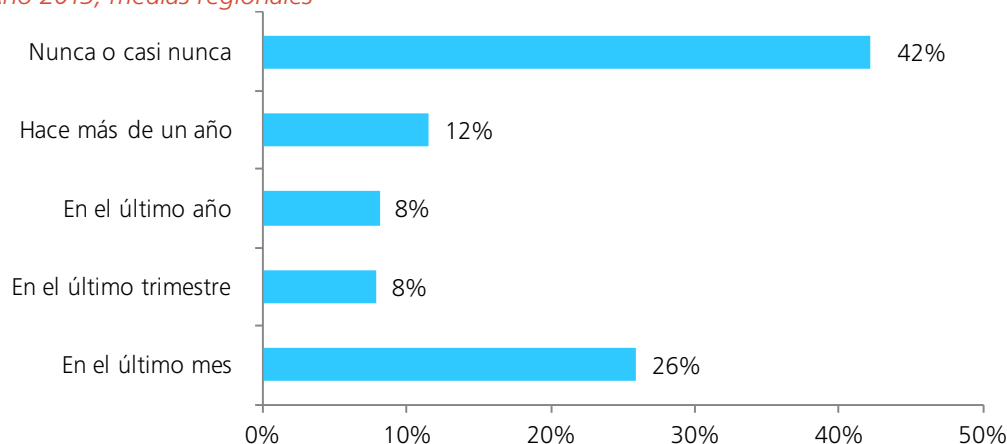
Datos generales

La lectura en el tiempo libre como fuente de entretenimiento o por interés personal muestra que, al igual que en el apartado anterior, más de un 40% de la población encuestada afirma no haber leído nunca o casi nunca. No obstante, los datos también revelan que entre aquellos que sí lo han hecho, un 26% señala haber leído en el último mes (ver gráfico 8).

Capítulo 3. Gráfico 8

Porcentaje de personas que leen por por ocio / interés personal, según la última ocasión en que lo hicieron

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Y por otros motivos: ocio, entretenimiento, interés personal etcétera?

Si se comparan los porcentajes de lectura en función de los motivos por los que se lee, si bien las diferencias no son del todo significativas, es posible encontrar una cierta tendencia a leer en mayor medida por razones de ocio y de interés personal: un 26% dice haber leído en el último mes por estos motivos frente al 20% que lo hace por razones profesionales o de estudio. En cualquier caso, cabe señalar que más del 40% de los encuestados no ha leído nunca o casi nunca, ni por ocio ni por demandas laborales o de formación (ver gráfico 8).

Porcentajes de respuesta por país

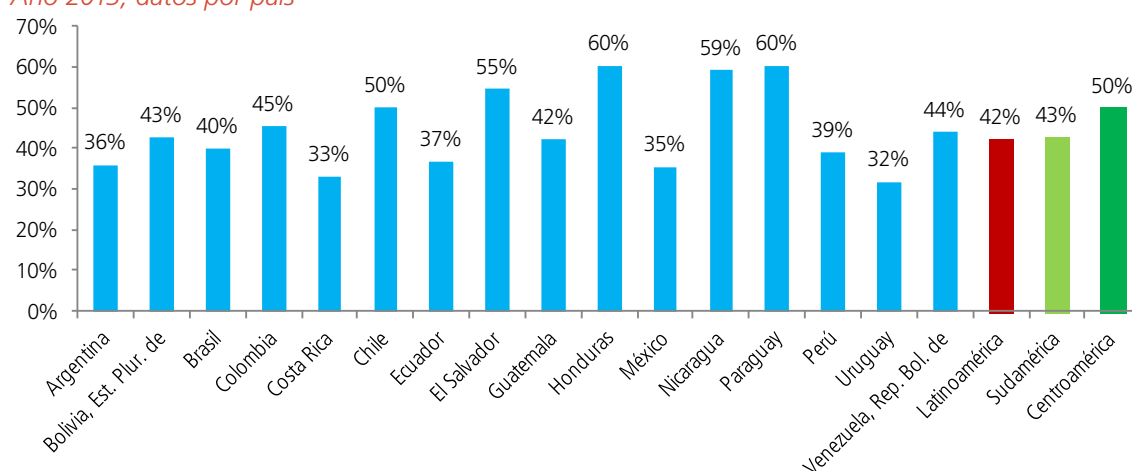
El porcentaje promedio de personas que en la región reconocen no leer nunca o casi nunca por entretenimiento es del 42%. Este dato es ligeramente superior entre los países centroamericanos (50%) y algo más bajo en Sudamérica (43%) (ver gráfico 9).

Entre los países que menos hábito de lectura tienen, por motivos de ocio o interés personal, destacan Honduras, Paraguay y Nicaragua, con unos porcentajes de no lectores próximos al 60%. En el extremo contrario se encuentran países como Uruguay, Costa Rica y México, en los que el dato está por debajo del 35% (aquellos que afirman no leer nunca o casi nunca por ocio) (ver gráfico 9).

Capítulo 3. Gráfico 9

Porcentaje de personas que "nunca o casi nunca" leen por ocio / interés personal

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

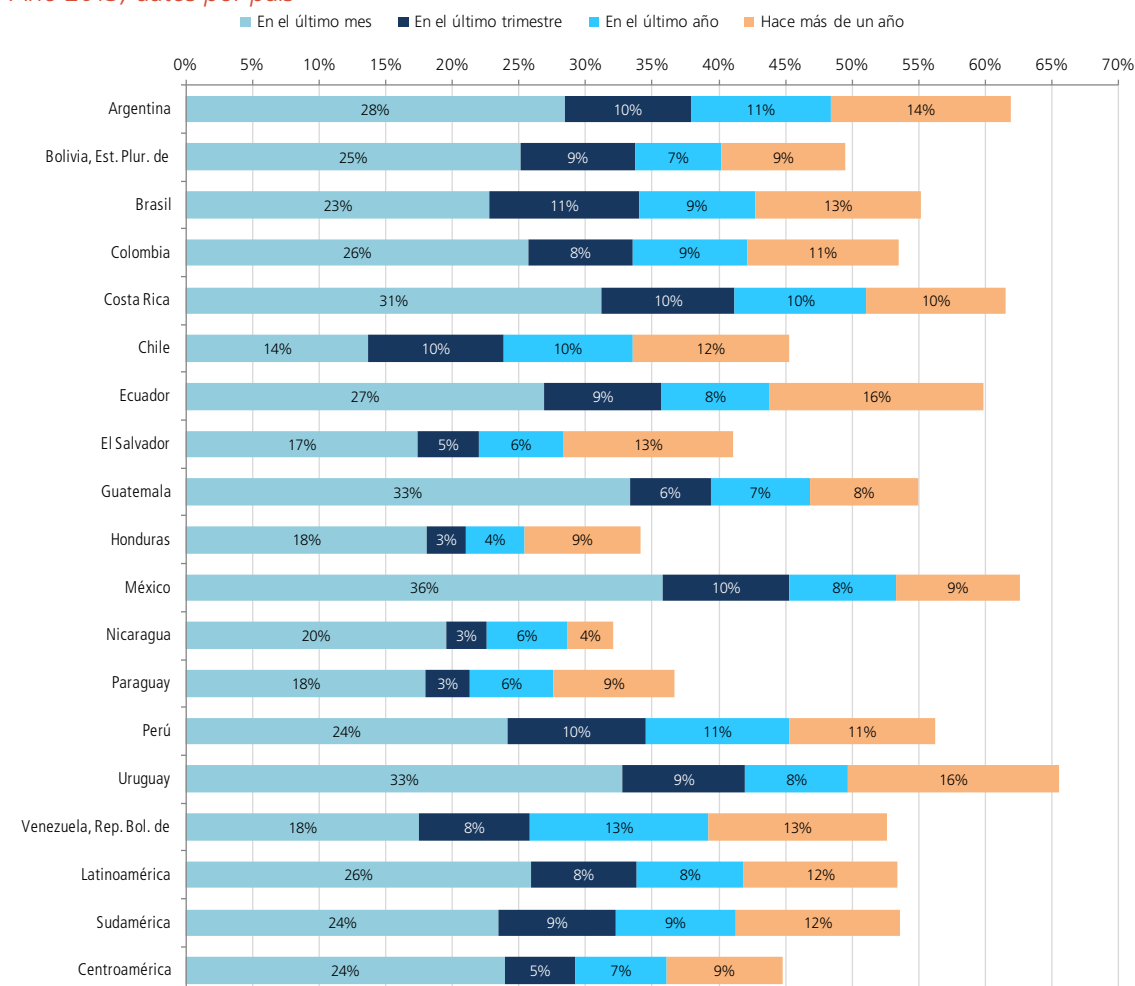
Pregunta. ¿Y por otros motivos: ocio, entretenimiento, interés personal etcétera?

Con un período temporal que iría desde “En el último mes” hasta “En el último año”, México, Costa Rica y Uruguay se sitúan a la cabeza en los índices de lectura regionales. Son los países que leen más frecuentemente por motivos de ocio, entretenimiento o interés personal, con unos índices de lectura superiores al 50%. Al contrario de lo que ocurría con el índice de lectura por motivos de trabajo o estudios, el promedio de Sudamérica (42%) es en este caso superior al registrado en Centroamérica (36%) (ver gráfico 10).

Capítulo 3. Gráfico 10

Porcentaje de personas que leen por ocio / interés personal, según la última ocasión en que lo hicieron y el país

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Y por otros motivos: ocio, entretenimiento, interés personal etcétera?

Todos los países muestran niveles superiores de lectura por razones de interés personal, si los comparamos con los resultados de la práctica asociada a motivos profesionales y/o académicos. Este incremento es coherente con lo recogido en las encuestas nacionales de consumo cultural o en los estudios sobre el comportamiento lector realizados en la región. La necesidad

de estar informados, el entretenimiento o el enriquecimiento personal, aparecen en la mayoría de los estudios como los principales motivos que llevan a desarrollar la práctica lectora.

Motivos para leer en las encuestas nacionales

Chile. Un 47% de las personas que lee libros en formato impreso lo hace por placer, mientras que un 31% lo hace por trabajo y/o estudio y un 22% lee por ambas razones. Estudio sobre el Comportamiento Lector a Nivel Nacional (Diciembre, 2011).

Costa Rica. El 33,0% de las personas encuestadas contestaron que el principal motivo para leer es porque le atrae el tema o el título, el 19,8% dijeron que leían por gusto y entretenimiento y un 16,8% por motivos de trabajo/escuela. Encuesta de prácticas y hábitos culturales de Costa Rica, 2010 – 2011.

Argentina. El 76% de la población encuestada mencionó como motivo para leer la necesidad de estar informado, el 47% por disfrute de la lectura. Mientras que solamente el 20% reconoce hacerlo por motivos de estudio y el 15% por cuestiones laborales. Encuesta Nacional de Hábitos de Lectura 2011.

Índice de lectura en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico

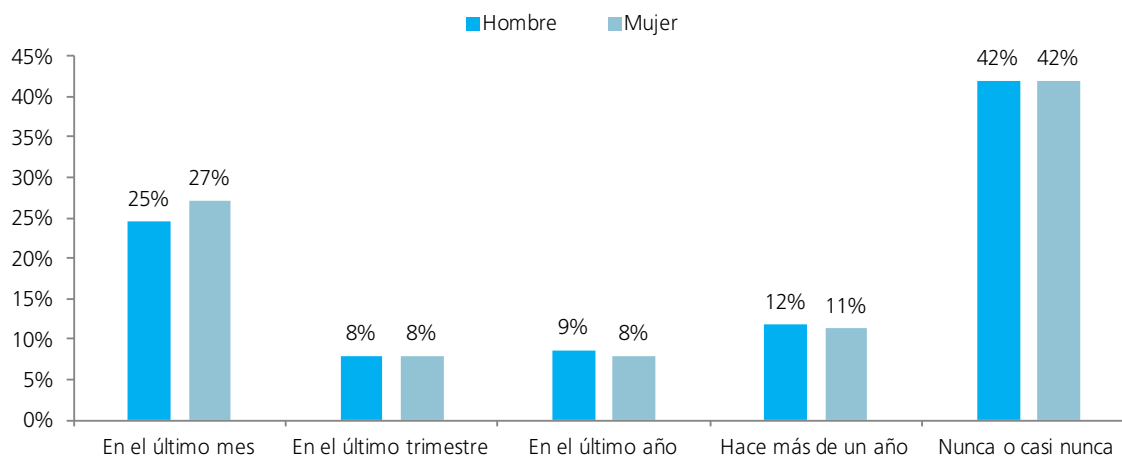
Género

No se aprecian diferencias significativas entre hombre y mujeres en relación a la frecuencia de lectura por motivos de interés personal: el 42% de las mujeres y de los hombres afirmaron no leer nunca o casi nunca por estas razones. No obstante, es ligeramente superior el porcentaje de mujeres que leyeron en el último mes: un 27% frente al 25% de los hombres. En cualquier caso, los datos muestran unos resultados muy similares en este tipo de práctica entre ambos géneros (ver gráfico 11).

Capítulo 3. Gráfico 11

Porcentaje de personas que leen por ocio / interés personal, según la última ocasión en que lo hicieron y su género

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Y por otros motivos: ocio, entretenimiento, interés personal etcétera?

Edad

El 49% de los mayores de 51 años reconoce no haber leído nunca por motivos de ocio o interés personal; el porcentaje se reduce al 42% en las personas de mediana edad y al 37% en el caso de los más jóvenes. Según aumenta la edad, mayor es el porcentaje de personas que no tienen el hábito de la lectura como forma de entretenimiento.

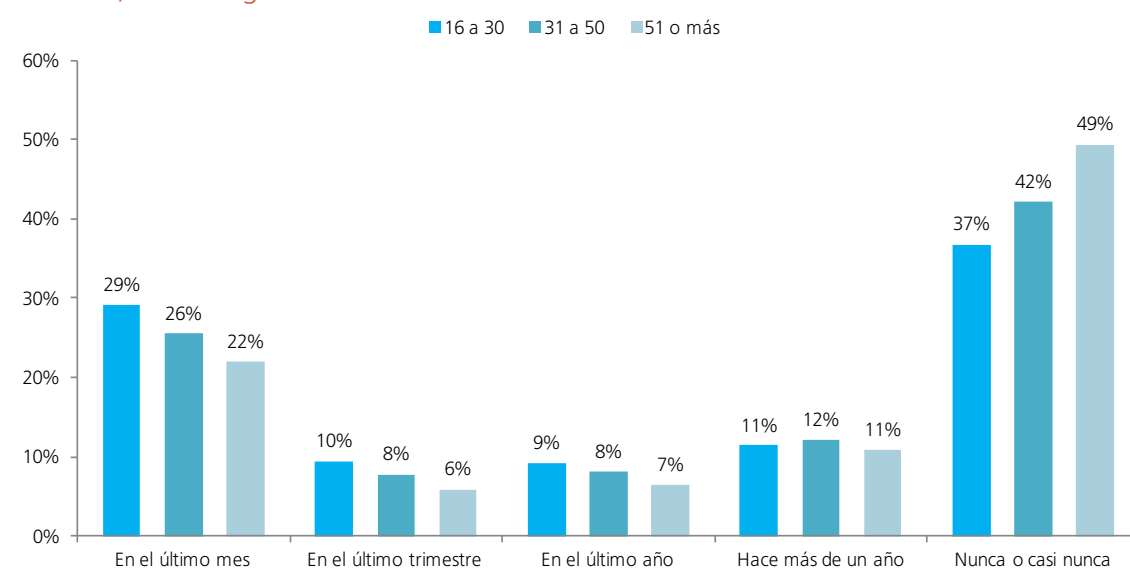
Asimismo, al igual que en caso anterior, de nuevo los jóvenes de entre 16 y 30 años vuelve a ser el grupo de edad que más lee: mientras que en el último mes lo hicieron un 29%, el porcentaje se reduce al 26% entre los de 31 y 50 años y a un 22% entre los mayores de 51 (ver gráfico 12).

Observamos la misma tendencia en todas las opciones de respuesta: la práctica lectora disminuye según aumenta la edad de los encuestados.

Capítulo 3. Gráfico 12

Porcentaje de personas que leen por ocio / interés personal, según la última ocasión en que lo hicieron y el grupo de edad al que pertenecen

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Y por otros motivos: ocio, entretenimiento, interés personal etcétera?

Nivel educativo

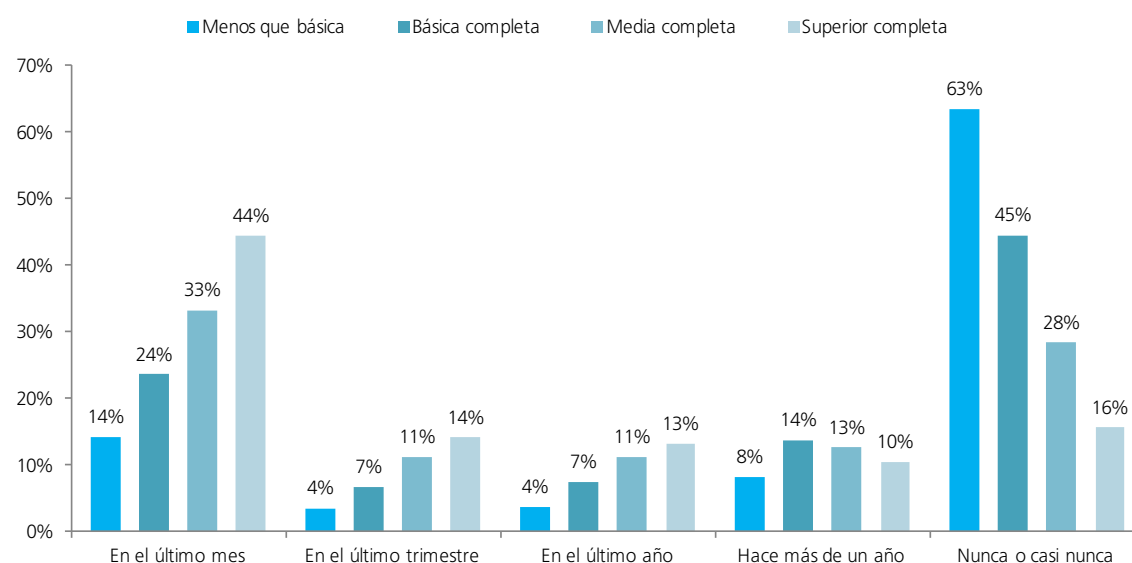
El 63% de los encuestados con estudios menos que básicos y el 45% de los que lograron finalizar la formación básica admitieron no haber leído nunca o casi nunca por motivos de ocio o interés personal. Este porcentaje se reduce al 16% en el caso de personas con estudios superiores.

La tendencia es por tanto clara: a mayor nivel de formación, mayor es el porcentaje de personas que leen por motivos de ocio o interés personal y más frecuente es su práctica. De esta forma, el 33% de las personas con estudios medios y el 44% de aquellos con formación superior habían leído en el último mes, mientras el porcentaje se reduce al 14% en el caso de personas con un nivel inferior al básico (ver gráfico 13).

Capítulo 3. Gráfico 13

Porcentaje de personas que leen por ocio / interés personal, según la última ocasión en que lo hicieron y su nivel educativo

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Y por otros motivos: ocio, entretenimiento, interés personal etcétera?

Nivel socioeconómico

Los resultados muestran que, al igual que en el apartado anterior, la lectura por motivos de ocio, entretenimiento o interés personal se trata de una práctica cultural más frecuente de las clases medias y altas.

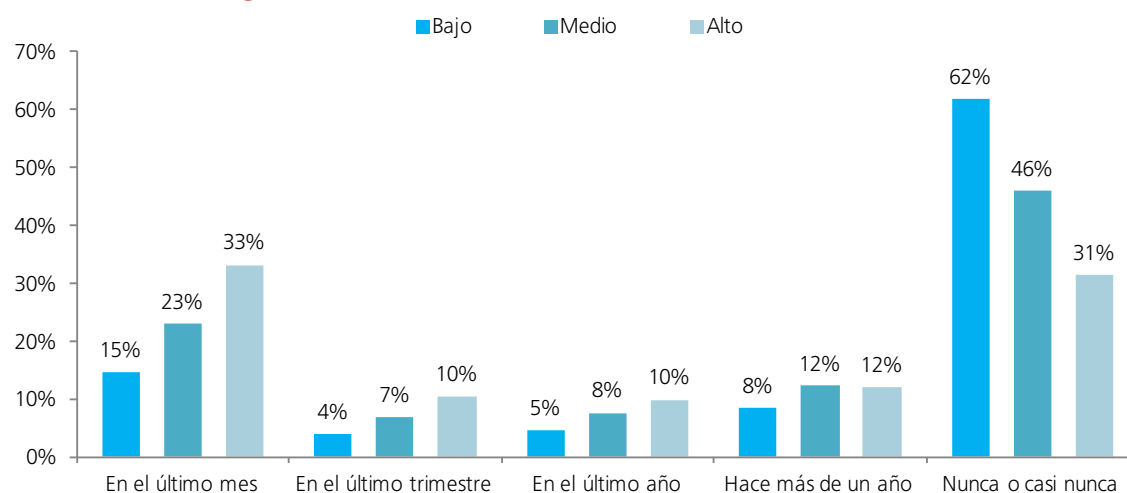
Los datos indican que mientras un 62% de la población perteneciente a la clase baja admite no haber leído nunca un libro, los porcentajes se van reduciendo, llegando al 46% de personas de clase media y al 31% entre aquellos de niveles socioeconómicos altos.

En relación con la frecuencia de lectura, de los encuestados que afirmaron haber leído por estas razones en el último mes, un 33% fueron personas de clase alta mientras que solo el 15% pertenecía a niveles socioeconómicos bajos (ver gráfico 14).

Capítulo 3. Gráfico 14

Porcentaje de personas que leen por ocio / interés personal, según la última ocasión en que lo hicieron y su nivel socioeconómico

Año 2013, medias regionales



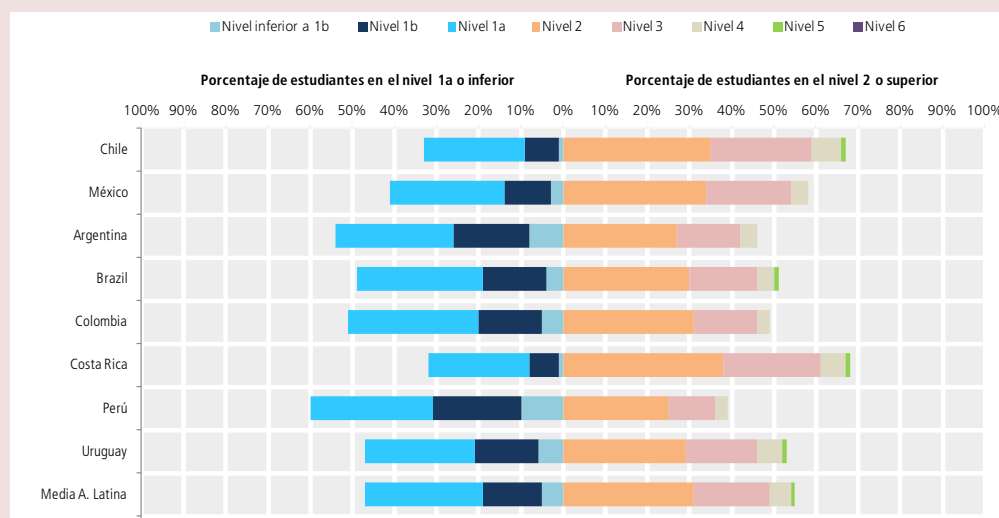
Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Y por otros motivos: ocio, entretenimiento, interés personal etcétera?

El hecho de que el hábito lector sea mucho más frecuente entre las clases socioeconómicas altas es un reflejo de las inequidades sociales que sufren los países de la región, fuertemente asociadas a las desigualdades educativas. Si bien en América Latina se han registrado importantes avances en términos de cobertura y de acceso a la educación durante las últimas décadas, el nivel socioeconómico y cultural de las familias es un factor con un fuerte peso en los aprendizajes de los alumnos y en el nivel de formación que estos llegarán a alcanzar. La práctica lectora, sin duda, es un importante indicador de esta realidad.

En este sentido, de acuerdo a los resultados de PISA 2012, de los nueve países latinoamericanos participantes en el estudio, los datos promedio indican que un 45% de los alumnos evaluados no logró alcanzar el nivel II de desempeño en lectura, nivel que es considerado como el piso mínimo de logro que debe tener un estudiante para desenvolverse con éxito en la sociedad actual. Hay que señalar que el porcentaje promedio de alumnos que no alcanzó este nivel de desempeño en el conjunto de los países participantes en el estudio PISA fue bastante inferior, en torno al 18%.

Porcentaje de alumnos de 15 años en cada uno de los niveles de desempeño en la competencia de lectura evaluada por PISA a nivel nacional (2012)



OCDE (2013), *PISA 2012 Results: What Students Know and Can do: Student Performance in Mathematics, Reading and Science* (Volume I) [Revised edition February 2014].

NÚMERO DE LIBROS LEÍDOS POR AÑO

Resultados por países

La pregunta referida al número de libros leídos como promedio en un año, en los distintos países de la región, pone de manifiesto que en Latinoamérica se lee anualmente una media de 3,6 libros. Por encima de este valor se situaría México con 6 libros y Uruguay con 5,4. Les siguen Argentina, Colombia y Brasil con un promedio de poco más de 4 libros por año (ver gráfico 15).

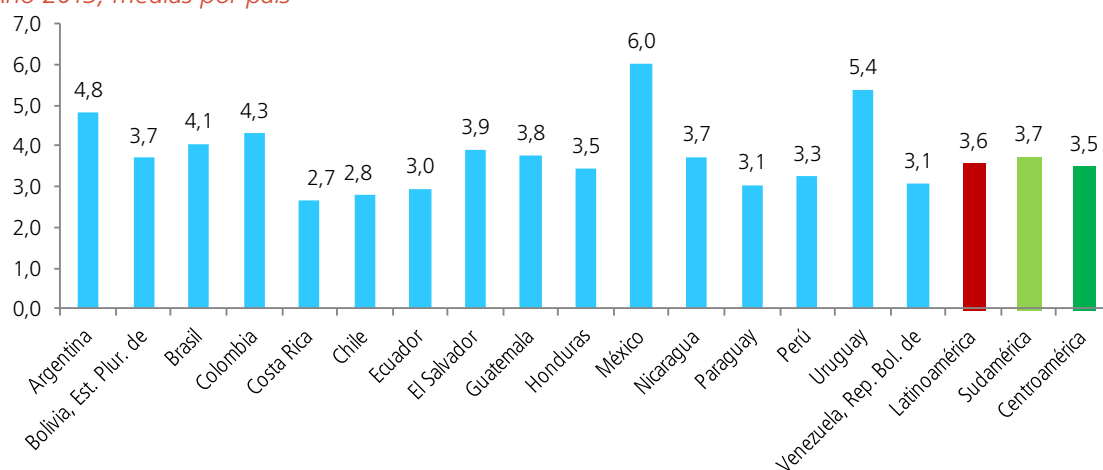
El dato para Chile contrasta con sus propios estudios nacionales⁵, que fijan el promedio de libros en 5,8 con datos de 2010, y con los aportados por CERLALC en su estudio “El libro en cifras”⁶ publicado en Agosto de 2012, en donde la lista la encabezan Chile y Argentina con 5,4 y 4,6 libros leídos respectivamente. En el mismo estudio Colombia con 2,2 libros y México con 2,9 se situarían en los últimos puestos.

El dato de Costa Rica muestra cierta incoherencia, pues como mostramos en epígrafes anteriores, obtuvo uno de los índices de lectura más altos de la región (tanto por motivos académicos o laborales, como por motivos de entretenimiento o interés personal). No obstante, los datos de su Encuesta Nacional⁷, corroboran los de este estudio, mostrando que la mayoría de la población (33,2%) dijo haber leído entre 1 y 3 libros durante el último año.

Capítulo 3. Gráfico 15

Número promedio de libros leídos por persona y país

Año 2013, medias por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuántos libros leyó el año pasado?

⁵ Fundación La Fuente-Adimark (2010). *Chile y los libros 2010*. En <http://www.fundacionlafuente.cl>.

⁶ CERLALC (2012). *El libro en cifras Boletín estadístico del libro en Iberoamérica*, 01, agosto 2012 volumen 1, ISSN 2322-6234.

⁷ A.C. Montilla y C. Avalos (2010). *Análisis de la Encuesta de Prácticas y Hábitos Culturales Costa Rica 2010-2011*. San José, Costa Rica. Ministerio de Cultura y Juventud/ Dirección de Cultura.

Libros leídos en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico

Género

Las mujeres leen una media de 3,5 libros al año, y los hombres 3,7. No hay diferencias significativas por tanto en función del género del encuestado. Estos datos parecen ser congruentes con lo encontrado en un apartado anterior en relación a la frecuencia de lectura, donde se ha observado que las diferencias entre hombres y mujeres son prácticamente inexistentes en función de esta variable (ver gráfico 16).

Capítulo 3. Gráfico 16

Número promedio de libros leídos por persona según el género

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

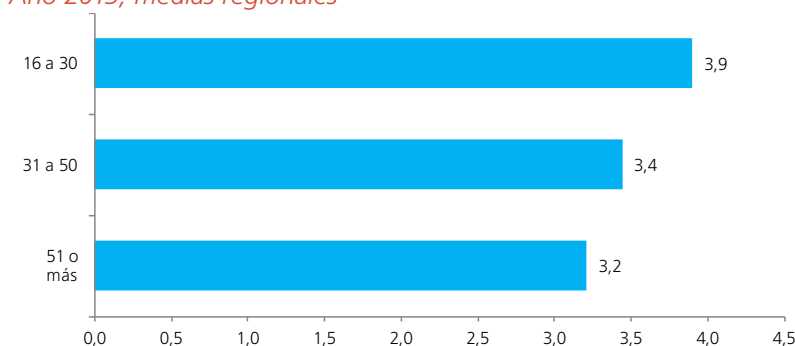
Pregunta. ¿Cuántos libros leyó el año pasado?

Edad

Cuando se ha preguntado por el número de libros leídos en el último año, tomando como criterio la edad de los encuestados, los resultados son coherentes con lo encontrado en las preguntas anteriores: los más jóvenes son los que más libros leen, en comparación con otros grupos de edad. Esto es, las personas entre 16 y 30 años afirman leer 3,9 libros como promedio anual; esta cantidad se va reduciendo según aumenta la edad, siendo de 3,4 entre aquellos con edades comprendidas entre los 31 y 50 años, y reduciéndose a 3,2 la media de libros leída por los mayores de 50 años (ver gráfico 17).

Capítulo 3. Gráfico 17

Número promedio de libros leídos por persona según el grupo de edad Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

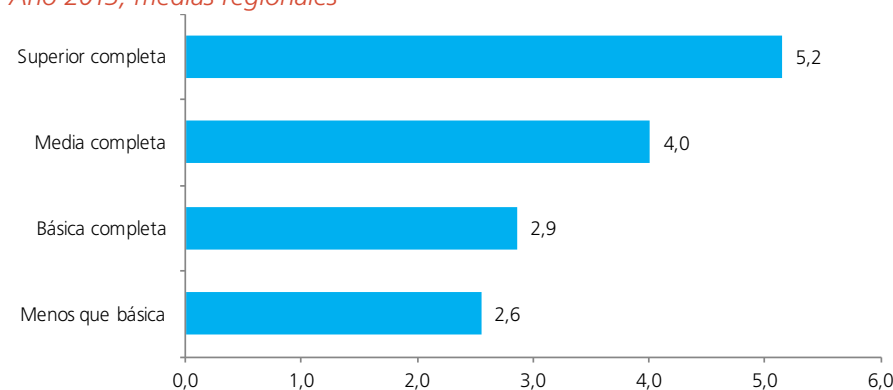
Pregunta. ¿Cuántos libros leyó el año pasado?

Nivel Educativo

Más llamativas son aún las diferencias en función del nivel educativo. Las personas que tienen una educación superior leen una media de 5,2 libros, frente los 4 que leen anualmente las personas con una formación media, y los 2,6 libros que leen aquellos que no lograron finalizar los estudios básicos (ver gráfico 18).

Capítulo 3. Gráfico 18

Número promedio de libros leídos por persona según el nivel educativo Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

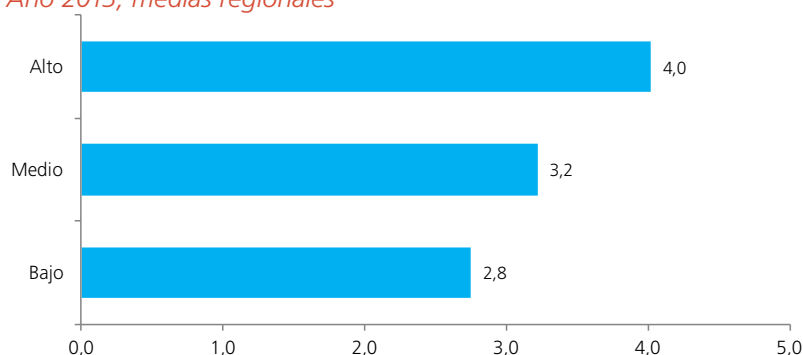
Pregunta. ¿Cuántos libros leyó el año pasado?

Nivel Socioeconómico

Por último, en relación al nivel socioeconómico y al número de libros leídos, se encuentra una estrecha relación entre ambas variables, siendo mayor el promedio de lectura en contextos más elevados. Según aumenta el estatus social y cultural del encuestado, mayor número de libros se leen anualmente. Los datos muestran una lectura de 2,8 libros entre aquellos que pertenecen a contextos más bajos frente a 4 libros promedio anuales entre las clases altas (ver gráfico 19).

Capítulo 3. Gráfico 19

Número promedio de libros leídos por persona según el nivel socioeconómico
Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.
 Pregunta: ¿Cuántos libros leyó el año pasado?

SÍNTESIS

En América Latina se lee una media de 3,6 libros al año. México y Uruguay se sitúan a la cabeza del conjunto regional con 6 y 5 libros respectivamente.

En el conjunto regional el hábito lector se ve principalmente motivado por cuestiones de entretenimiento o interés personal (el promedio anual se sitúa en el 42%), más que por razones de trabajo o estudios (32%). Aparece, pues, una diferencia de 10 puntos porcentuales entre un índice de lectura y el otro.

Los índices de lectura por motivos de trabajo o estudio más altos se hallaron en Costa Rica (43%), Brasil (38%), Guatemala y Ecuador (37%). Mientras que en la lectura por ocio o interés personal destacan los resultados nuevamente de Costa Rica (51%), México (54%) y Uruguay (50%).

Los hombres leen proporcionalmente más que las mujeres por trabajo o estudios. Sin embargo, se da la situación contraria en la lectura por motivos de entretenimiento o interés personal.

Independientemente de los motivos, los jóvenes leen más que cualquier otro grupo. La distancia es más evidente en el caso de la lectura por motivos de trabajo o estudios. El 29% de los jóvenes habían leído por estos motivos en el último mes, frente al 19% del grupo comprendido entre los 31 y 50 años, y tan solo el 12% de los mayores de 51 años. El hábito lector por motivos de ocio o interés personal sigue siendo mayor entre los más jóvenes.

El nivel socioeconómico y educativo son las variables más influyentes en el desarrollo de la práctica lectora. Entre otras cosas porque en América Latina el nivel educativo está fuertemente influido por el nivel de ingresos de los hogares de los alumnos. Esto hace que la práctica se concentre en los niveles socioeconómicos medios y altos. Un 33% de la población encuestada con

un nivel socioeconómico alto dijo haber leído en el último mes por motivos de ocio o interés personal, un 23% en los niveles medios, frente a tan solo el 15% de los pertenecientes a la clase baja.

Además, la práctica de la lectura se asocia con mayores niveles de formación. El 44% de los estudios básicos y más de la mitad de los estudios menos que básicos (63%) admitieron no haber leído “Nunca o casi nunca” por motivos de ocio o interés personal, mientras que este porcentaje se reduce al 16% para el caso de los estudios superiores.



Capítulo 4

Medios de comunicación

En el presente capítulo se analizan los resultados obtenidos en la encuesta sobre el consumo que los latinoamericanos hacen de los principales medios de comunicación.

Podría hablarse de dos partes diferenciadas dentro del mismo capítulo. En una primera parte, se analiza el consumo de los llamados “medios tradicionales”: televisión, radio y prensa escrita. En una segunda parte, el estudio se centra en las tecnologías de la información y la comunicación. Con respecto a este último, el análisis profundiza en la utilización de redes sociales o en las actividades realizadas preferentemente cuando los usuarios se conectan a la red.

Concretamente, las preguntas que se realizaron, organizadas de acuerdo con la estructura del capítulo, fueron las siguientes:

— Medios de comunicación tradicionales:

- ¿Cuántas horas al día suele dedicar a ver televisión de lunes a viernes? ¿Y cuántas horas en fin de semana o festivos?
- ¿Cuántas horas al día suele dedicar a escuchar la radio de lunes a viernes? ¿Y cuántas horas en fin de semana o festivos?
- ¿Cuántos días en la semana pasada leyó Ud. noticias en un Diario /periódico?

— Computadora e Internet:

- ¿Con que frecuencia usa la computadora en su tiempo libre por motivos de ocio, entretenimiento, interés personal etc.?

- ¿Alguna vez ha usado el correo electrónico o se ha conectado a Internet?
- A los que han contestado que sí se han conectado alguna vez a Internet, ¿usa alguno de los servicios de redes sociales?
- A los que han dicho que se han conectado a Internet alguna vez, cuándo se conecta a Internet, ¿qué actividades suele hacer?
- A los que han contestado que sí se ha conectado alguna vez a Internet, ¿en qué lugar o lugares se conecta usted a Internet?

El uso de los medios de comunicación implica, en palabras de John Tompson, “la creación de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo”.

Desde este punto de vista, los diarios constituyen publicaciones periódicas que informan sobre el devenir social, político, económico y cultural de un país, siendo un poderoso recurso para una sociedad participativa, crítica y reflexiva.

La radio y la televisión han sido, son y serán bienes culturales con alto impacto en la población: los latinoamericanos se informan, instruyen y entretienen a través de las mismas. Además, su condición de gratuidad (a excepción de la televisión de pago), hace que sean prácticas culturales populares, con muy pocas barreras de acceso. En el caso de la radio, su consumo se puede realizar tanto en el espacio privado (hogar) como en entornos públicos (calle, parques, etc.).

En todo caso, la medición y el análisis del consumo de radio y televisión resultan fundamentales para comprender los procesos de recepción o consumo cultural en la región.

Por último, en relación con las Tecnologías de la Información y la Comunicación, cabe destacar que Internet está penetrando de forma rápida en la vida cotidiana de los latinoamericanos, aunque de una manera muy desigual. Sin embargo, pese a esto, la variedad de lugares existentes para conectarse (en el hogar mediante conexiones pagadas, en cibercafés, en servicios públicos gratuitos) permite que un número cada vez más amplio de personas tengan acceso a estas herramientas de comunicación, lo que lo convierte en un servicio cultural de alto impacto.

Las tecnologías de la información y la comunicación están transformando las formas de consumo de bienes culturales, lo que las constituye en un elemento indispensable en este estudio y en todos los estudios sobre participación y consumo cultural que se vienen realizando en la región.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES

Televisión

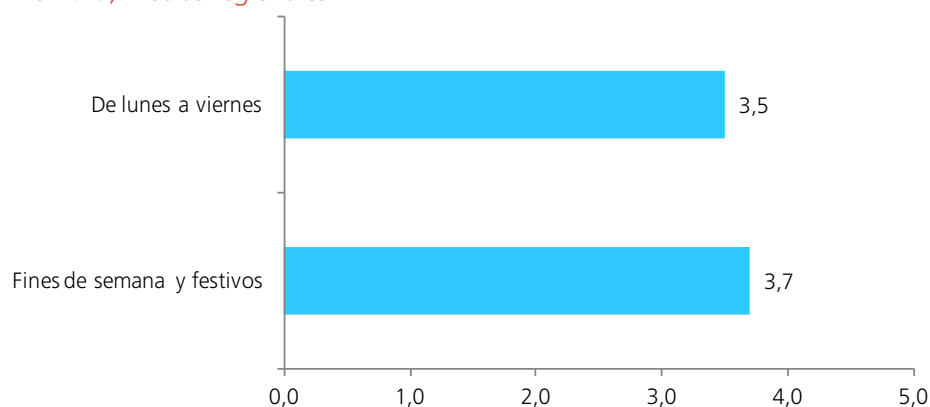
Datos generales

Los latinoamericanos suelen dedicar una media de 3,5 horas a ver la televisión durante la semana y 3,7 horas durante los fines de semana y días festivos. En general, el consumo televisivo es bastante constante durante toda la semana, solo ligeramente superior en los días no laborables.

Capítulo 4. Gráfico 1

Número promedio de horas dedicadas a ver la televisión: de lunes a viernes y durante fines de semana y festivos

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuántas horas al día suele dedicar a ver televisión de lunes a viernes? ¿Y cuántas horas en fin de semana o festivos?

Porcentaje de respuesta por países

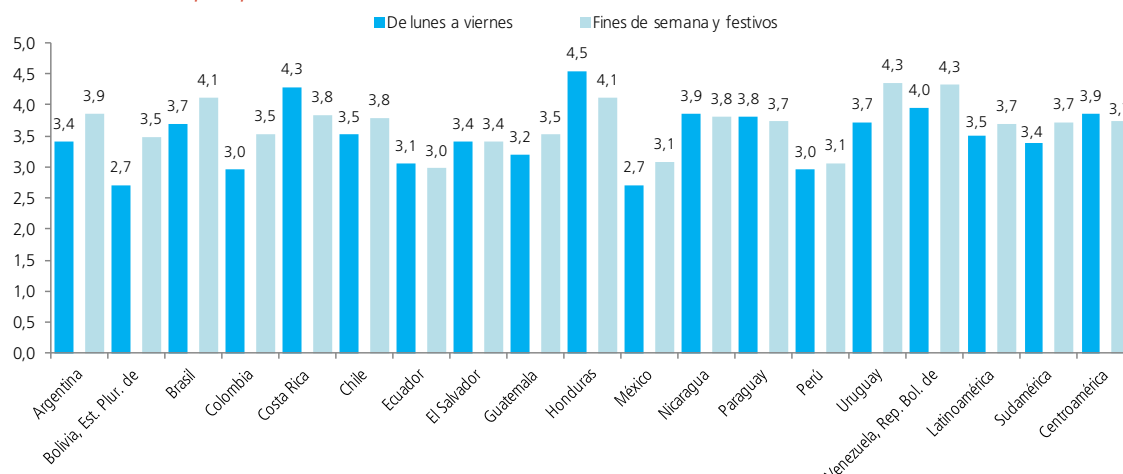
Cuando se analizan estos datos diferenciando por países, los promedios globales muestran que, en general, en América Latina es muy similar el tiempo que se dedica a ver la televisión tanto entre semana como en fines de semana. Comparativamente, los centroamericanos tienen un consumo televisivo algo superior a los sudamericanos, aunque con escasas diferencias.

Por otra parte, dos países centroamericanos, Honduras (4,5 horas) y Costa Rica (4,3 horas) son los que más tiempo dedican a ver la televisión durante la semana, mientras que, por el contrario, Uruguay (4,3 horas), Venezuela (4,3 horas) y Brasil (4,1 horas) encabezan la lista regional de países con mayor tasa de consumo televisivo en fines de semana y días festivos. Bolivia y México son los países que menos televisión ven de la región durante la semana (un promedio de 2,7 horas) (ver gráfico 2).

Capítulo 4. Gráfico 2

Número promedio de horas dedicadas a ver la televisión por país

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuántas horas al día suele dedicar a ver televisión de lunes a viernes? ¿Y cuántas horas en fin de semana o festivos?

Horas de televisión en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico

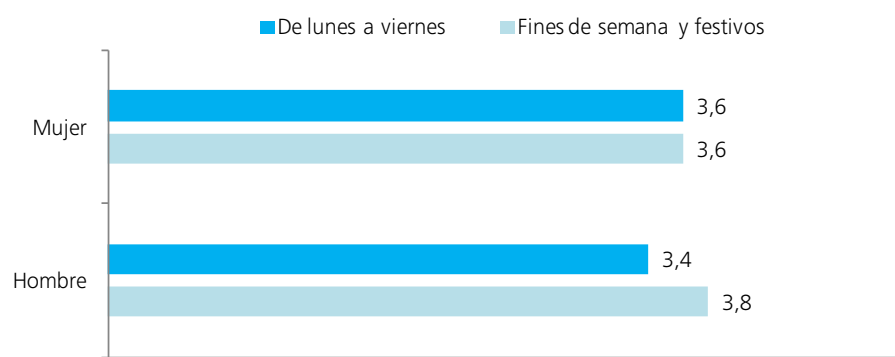
Género

En función del género, no se aprecian diferencias destacables en el número de horas de consumo televisivo. Es interesante señalar, sin embargo, que tanto hombre como mujeres ven más tiempo la televisión los fines de semana, siendo estas diferencias mayores en el caso de los hombres (mientras que de lunes a viernes tienen un promedio de 3,4 horas de consumo televisivo, el porcentaje aumenta a 3,8 horas durante los fines de semana) (ver gráfico 3).

Capítulo 4. Gráfico 3

Número promedio de horas dedicadas a ver la televisión según género

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

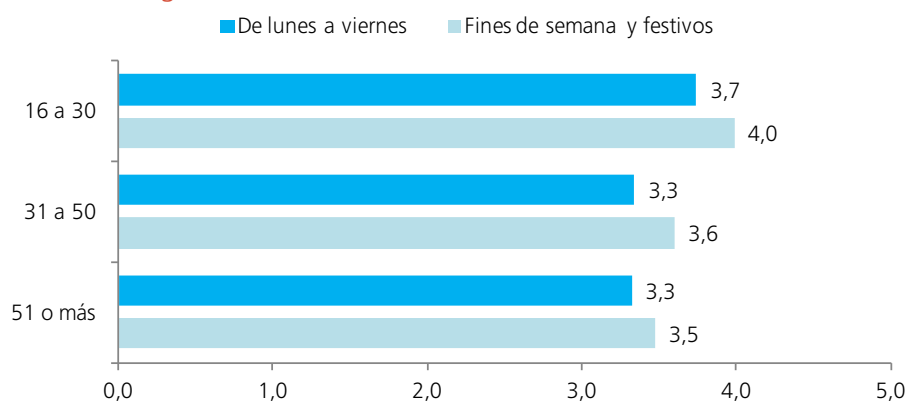
Pregunta. ¿Cuántas horas al día suele dedicar a ver televisión de lunes a viernes? ¿Y cuántas horas en fin de semana o festivos?

Edad

En general, se observa que en todos los intervalos de edad analizados es mayor el consumo televisivo los fines de semana y festivos que durante la semana. En todos los casos, los jóvenes entre 16 y 30 años son los que más televisión ven, principalmente los fines de semana (4 horas). El tiempo que emplean durante la semana, aunque es algo inferior (3,7 horas), supera incluso el tiempo máximo que dedican el resto de grupos etarios de mayor edad a esta actividad (ver gráfico 4).

Capítulo 4. Gráfico 4

Número promedio de horas dedicadas a ver la televisión según grupo de edad 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuántas horas al día suele dedicar a ver televisión de lunes a viernes? ¿Y cuántas horas en fin de semana o festivos?

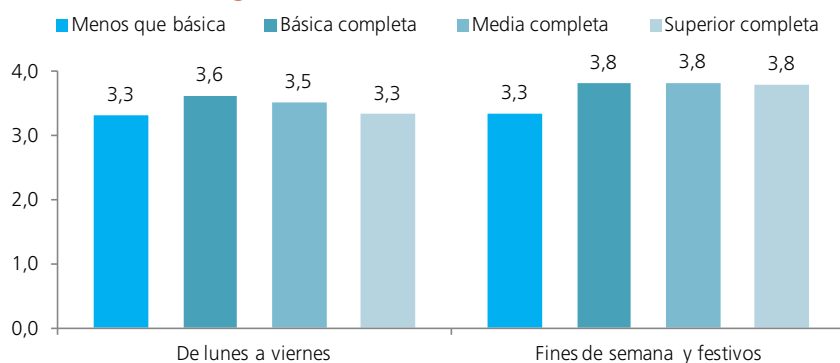
Nivel educativo

En relación al consumo semanal de televisión en función del nivel educativo, no se aprecia una tendencia clara, siendo ligeramente inferior entre personas que tienen estudios superiores y aquellos que no han logrado finalizar la formación básica.

Respecto al número de horas dedicadas a ver la televisión los fines de semana, es superior en todos los casos a las utilizadas durante la semana, si bien no se aprecian diferencias significativas en función del nivel educativo. Llama la atención que los encuestados con un menor nivel educativo son los que tienen un perfil de consumo televisivo más similar entre la semana y en días no laborables (ver gráfico 5).

Capítulo 4. Gráfico 5

Número promedio de horas dedicadas a ver la televisión según el nivel educativo Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

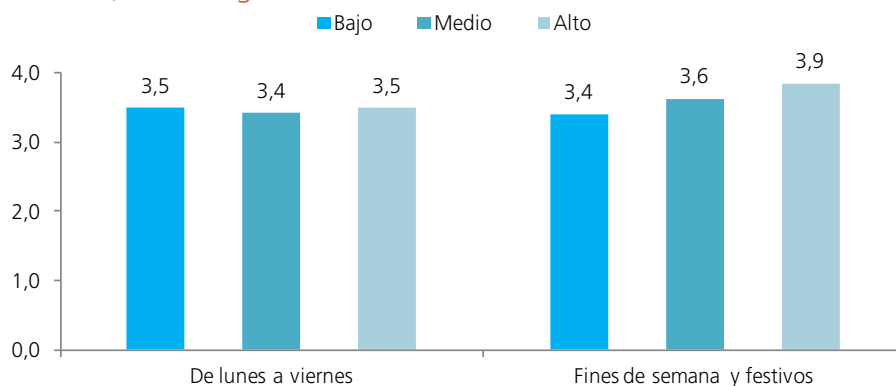
Pregunta. ¿Cuántas horas al día suele dedicar a ver televisión de lunes a viernes? ¿Y cuántas horas en fin de semana o festivos?

Nivel socioeconómico

En función del contexto socioeconómico al que pertenece el encuestado, en general no hay diferencias en el número de horas dedicadas a ver la televisión de lunes a viernes. Sin embargo, los datos muestran que este tipo de actividad es más frecuente los fines de semana, encontrándose diferencias en función del contexto socioeconómico. Esto es, los encuestados de niveles más altos ven más horas la televisión en los días no laborables, que los de niveles socioeconómicos medios y más aún, que los de niveles bajos. En los contextos más bajos, el consumo televisivo es muy similar a lo largo de toda la semana y en los días festivos. Estos datos son coherentes con lo encontrado en el apartado anterior, donde se mostró que las personas con un menor nivel formativo eran los que tenían un patrón de consumo de televisión más similar durante la semana (ver gráfico 6).

Capítulo 4. Gráfico 6

Número promedio de horas dedicadas a ver la televisión según el nivel socioeconómico Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuántas horas al día suele dedicar a ver televisión de lunes a viernes? ¿Y cuántas horas en fin de semana o festivos?

Radio

Datos generales

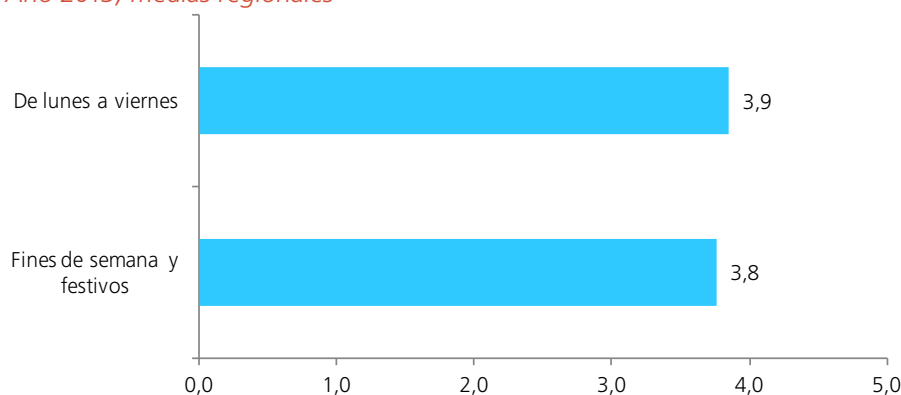
Como media, los latinoamericanos dedican 3,9 horas a escuchar la radio de lunes a viernes, y 3,8 horas los fines de semana y festivos (ver gráfico 7).

En general se comprueba que los encuestados dedican el mismo número de horas los fines de semana a ver la TV que a escuchar la radio; sin embargo, entre semana, es mayor el tiempo dedicado a oír la radio que a ver la televisión, posiblemente porque escuchar la radio es una actividad que se puede realizar cuando se estudia o trabaja, o cuando se viaja o camina.

Capítulo 4. Gráfico 7

Número promedio de horas dedicadas a escuchar la radio: de lunes a viernes y durante fines de semana y festivos

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuántas horas al día suele dedicar a escuchar la radio de lunes a viernes? ¿Y cuántas horas en fin de semana o festivos?

Porcentajes de respuesta por países

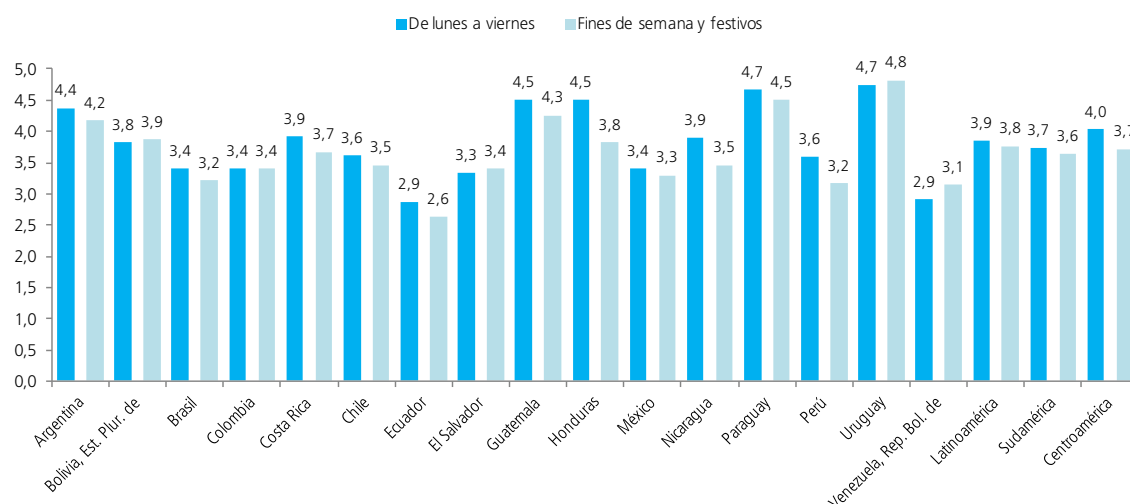
Los datos de la encuesta muestran que Centroamérica presenta un promedio de escucha ligeramente superior (4 horas durante la semana y 3,7 horas durante los fines de semana) al de Sudamérica (3,7 horas y 3,6 horas respectivamente) (ver gráfico 8).

Revisando los datos por país, se observa que los que semanalmente más horas dedican a esta actividad son Uruguay, Paraguay, Honduras, Guatemala y Argentina, con tiempos que van desde las 4,4 horas que dedican los argentinos, a las 4,7 horas que dedican de media los uruguayos. Prácticamente los mismos países (a excepción de Honduras) emplean también más de 4 horas a la escucha de radio durante los fines de semana y festivos.

Ecuatorianos y venezolanos son los que menos tiempo dedican al consumo de radio, tanto de lunes a viernes como durante los fines de semana y festivos.

Capítulo 4. Gráfico 8

Número promedio de horas dedicadas a escuchar la radio por país Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

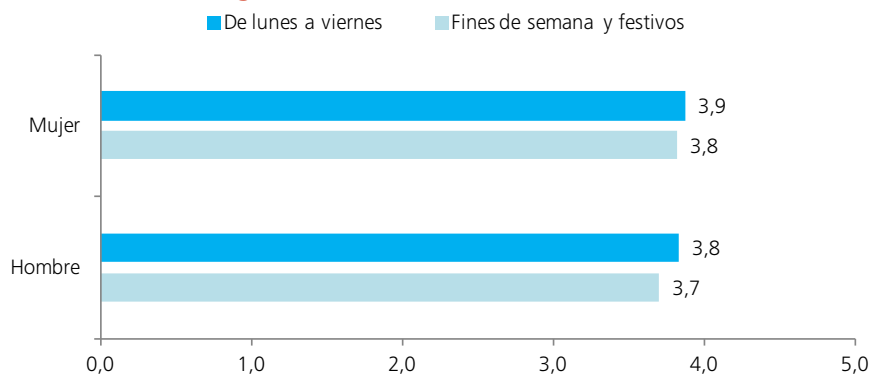
Pregunta. ¿Cuántas horas al día suele dedicar a escuchar la radio de lunes a viernes? ¿Y cuántas horas en fin de semana o festivos?

Horas de escucha de la radio en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico

Género

En función de los datos recogidos en la encuesta, en el siguiente gráfico se puede observar que prácticamente no hay diferencias debidas al género. Tanto hombres como mujeres escuchan algo más de tiempo la radio durante la semana que los fines de semana, datos que contrastan con el consumo de televisión, que, como se puso de manifiesto en el apartado anterior, es mayor durante los fines de semana en ambos géneros (ver gráfico 9).

Capítulo 4. Gráfico 9

Número promedio de horas dedicadas a escuchar la radio, según género*Año 2013, medias regionales*

Fuente: Latinobarómetro 2013.

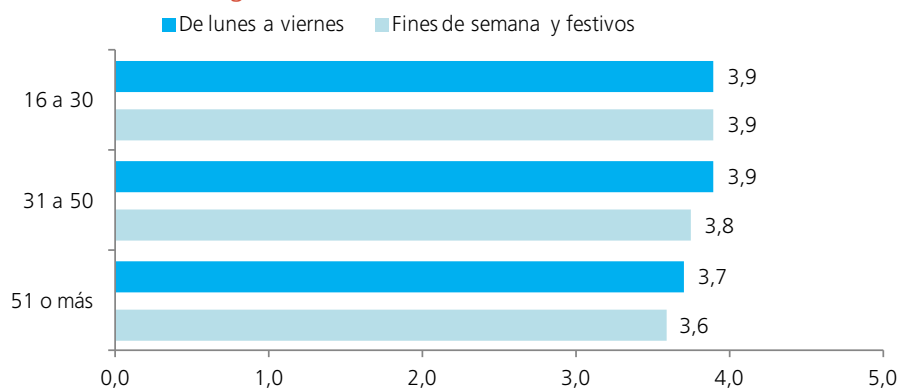
Pregunta. ¿Cuántas horas al día suele dedicar a escuchar la radio de lunes a viernes? ¿Y cuántas horas en fin de semana o festivos?

Edad

En todos los grupos etarios se observa una preferencia por escuchar la radio durante la semana. Es en el tiempo dedicado a esta actividad durante los fines de semana y festivos donde se advierten las mayores diferencias por edad. Lo jóvenes llegan casi a las 4 horas de escucha durante los fines de semana, mientras que los mayores de 51 años se quedan en las 3,6 horas (ver gráfico 10).

Si se comparan estos datos con el consumo de televisión, también son los más jóvenes los que mayor tiempo dedican a este tipo de actividad.

Capítulo 4. Gráfico 10

Número promedio de horas dedicadas a escuchar la radio según grupo de edad*Año 2013, medias regionales*

Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuántas horas al día suele dedicar a escuchar la radio de lunes a viernes? ¿Y cuántas horas en fin de semana o festivos?

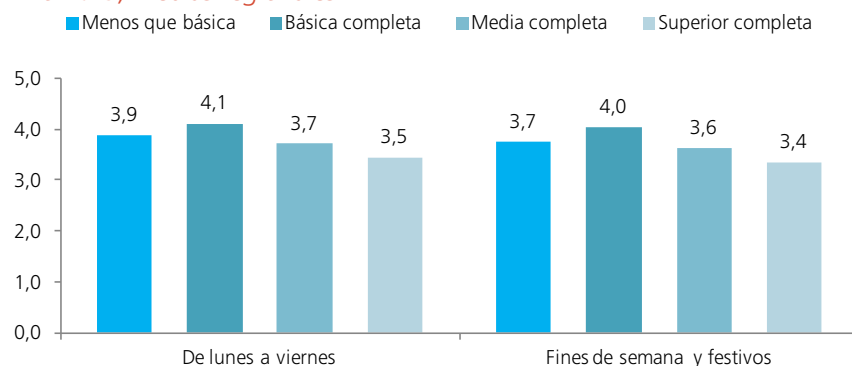
Nivel educativo

El consumo de radio no parece ser una actividad que tenga una estrecha relación con el nivel educativo. Tanto en fines de semana como en días festivos, los datos muestran unas tendencias similares en cuanto a las horas que se dedican a esta práctica. Solamente es posible identificar un promedio de horas de escucha de radio algo inferior entre aquellos que tienen estudios superiores, comparativamente con el resto de personas de menor nivel formativo, tanto en los fines de semana como durante la semana (ver gráfico 11).

Capítulo 4. Gráfico 11

Número promedio de horas dedicadas a escuchar la radio, según el nivel educativo

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

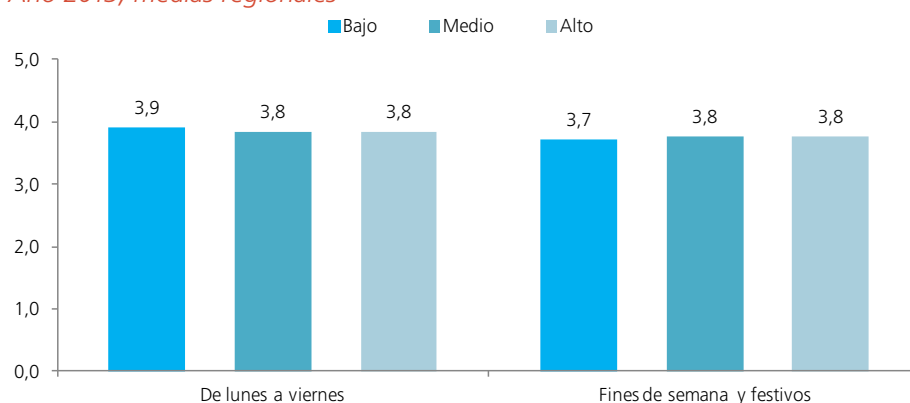
Pregunta. ¿Cuántas horas al día suele dedicar a escuchar la radio de lunes a viernes? ¿Y cuántas horas en fin de semana o festivos?

Nivel socioeconómico

En el gráfico 12 se puede observar que las diferencias en el tiempo dedicado a escuchar la radio en función del contexto socioeconómico del encuestado son prácticamente inexistentes. En este sentido, estos datos parecen indicar que la radio es una de las prácticas culturales más democratizadas en la sociedad latinoamericana. La baja inversión que supone contar con un transmisor de radio y la gratuidad de los contenidos emitidos hacen que no existan barreras económicas que dificulten el acceso a esta práctica cultural. Tal vez las diferencias podrían encontrarse en el tipo de programas radiofónicos que prefieren las personas con diferente nivel de estudios o socioeconómico. La ausencia de datos en este campo nos impide avanzar algún tipo de conclusión al respecto.

Capítulo 4. Gráfico 12

Número promedio de horas dedicadas a escuchar la radio, según el nivel socioeconómico Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuántas horas al día suele dedicar a escuchar la radio de lunes a viernes? ¿Y cuántas horas en fin de semana o festivos?

Lectura de diarios / periódicos

Datos generales

El promedio de lectura de diarios para el conjunto de la región es de 3,7 días a la semana.

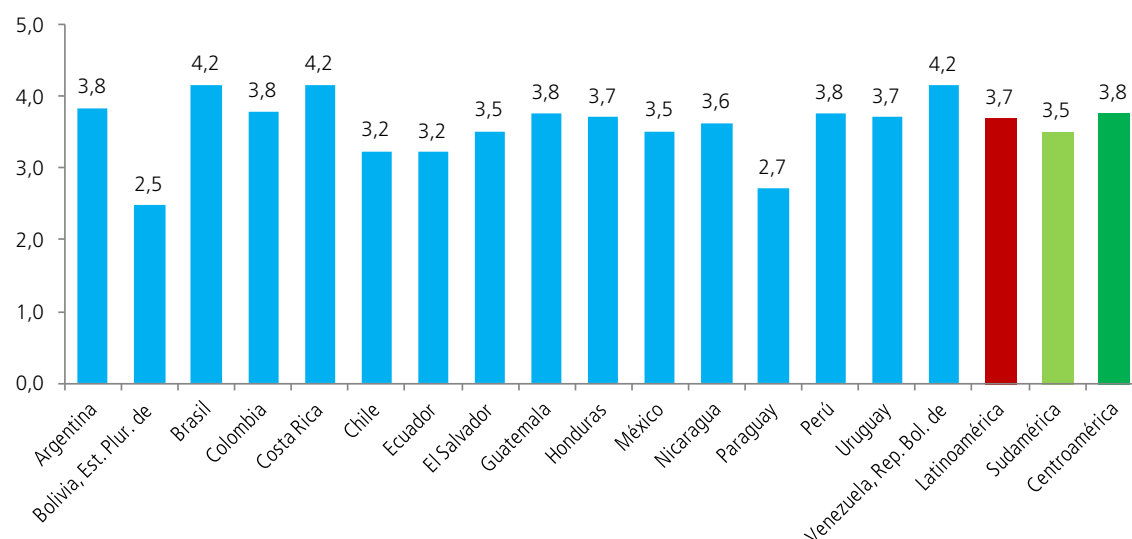
No es posible ofrecer una comparación exacta con el promedio de lectura de diarios en otras regiones. No obstante, el estudio de Eurobarómetro “Media use in The European Union”⁸ para el año 2011 reveló que el 36% de los europeos leen prensa escrita a diario, mientras que el 36% lo hace con una frecuencia de dos a tres veces por semana y el 71% al menos una vez a la semana.

Porcentajes de respuesta por país

En promedio, los resultados globales de América Latina indican que la lectura del diario se realiza como media unos 3,7 días a la semana. Los datos son muy similares cuando se analiza el contexto centroamericano (3,8 días) y el sudamericano (3,5). En los países donde más se lee el diario, por encima del promedio regional, son Costa Rica, Brasil y Venezuela, llegando a una media de 4 días a la semana. En el extremo contrario se encuentran Paraguay y Bolivia, con los datos de frecuencia más bajos, inferiores a los tres días por semana (ver gráfico 13).

Capítulo 4. Gráfico 13

Número promedio de días por semana en que se lee el diario, por país Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuántos días en la semana pasada leyó Ud. noticias en un Diario /periódico?

⁸ Eurobarometer (2013), Media use in the European Union. Standard Eurobarometer, Standard Euro barometer 76 / Autumn 2011, TNS Opinion & Social. En http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb76/eb76_media_en.pdf

Lectura de periódicos en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico

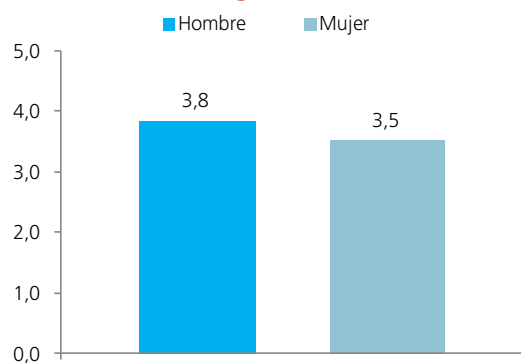
Género

La práctica lectora en función del género muestra que mientras los hombres leen la prensa una media de 3,8 días a la semana, las mujeres lo hacen unos 3,5 días. Se trata, por tanto, de una práctica que no muestra grandes diferencias, si bien los hombres dedican un mayor tiempo semanal a la lectura de diarios.

Capítulo 4. Gráfico 14

Número promedio de días por semana en que se lee el diario, según género

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

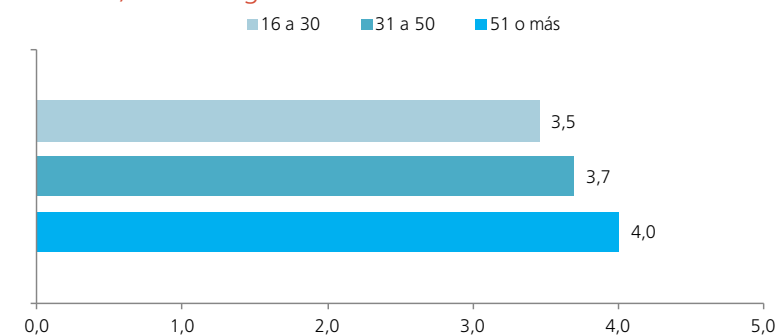
Pregunta. ¿Cuántos días en la semana pasada leyó Ud. noticias en un diario /periódico?

Edad

Con respecto a la edad, según los datos recogidos en la encuesta, los mayores de 51 años son los que más leen semanalmente el diario, con un promedio de 4 días. En el extremo contrario están los más jóvenes, menores de 30 años, con una media de lectura a la semana que se queda en los 3,5 días. En general, no es posible destacar grandes diferencias, siendo solo ligeramente superior este tipo de práctica entre los de mayor edad (ver gráfico 15)

Capítulo 4. Gráfico 15

Número promedio de días por semana en que se lee el diario según grupo de edad Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

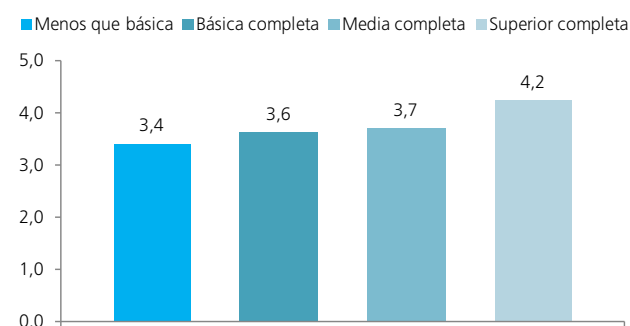
Pregunta. ¿Cuántos días en la semana pasada leyó Ud. noticias en un Diario /periódico?

Nivel educativo

Según el nivel de formación, solo aquellos que han finalizado estudios superiores logran alcanzar un promedio semanal de lectura de diarios de 4 días. En resto de los grupos el tiempo dedicado a esta actividad disminuye, siendo ligeramente inferior entre aquellos encuestados que menos nivel de formación tienen (ver gráfico 16).

Capítulo 4. Gráfico 16

Número promedio de días por semana en que se lee el diario, según el nivel educativo Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

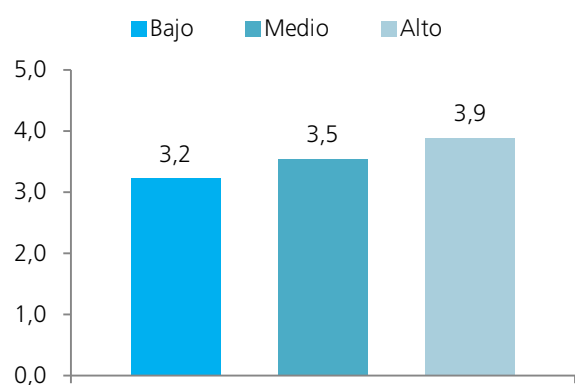
Pregunta. ¿Cuántos días en la semana pasada leyó Ud. noticias en un Diario /periódico?

Nivel socioeconómico

Los datos recogidos en la encuesta muestran que no existen grandes diferencias entre contextos socioeconómicos, en relación a la frecuencia de lectura de diarios. No obstante, es posible señalar una ligera tendencia creciente, ya que según mejora el nivel socioeconómico, se incrementa la frecuencia de lectura. En cualquier caso, las diferencias son muy reducidas (ver gráfico 17).

Capítulo 4. Gráfico 17

Número promedio de días por semana en que se lee el diario, según el nivel socioeconómico

Año 2013, medias regionales

Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Cuántos días en la semana pasada leyó Ud. noticias en un Diario /periódico?

COMPUTADORA E INTERNET

Frecuencia de uso de la computadora

Datos generales

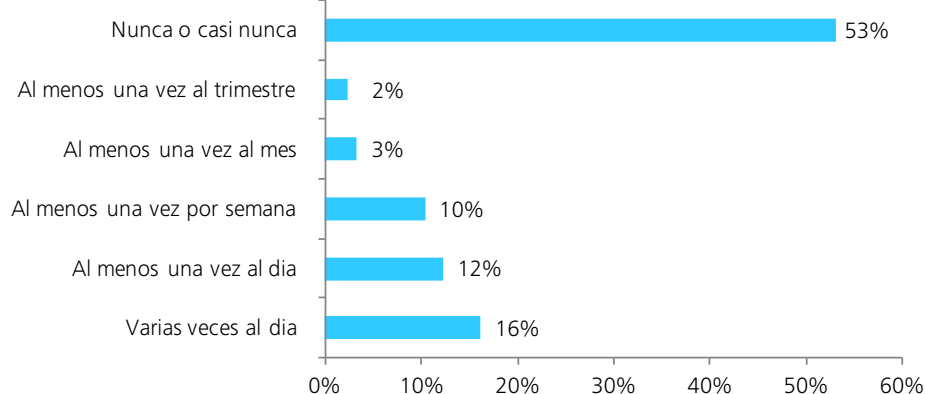
Cuando se preguntó a los encuestados sobre la frecuencia de uso del computador, exclusivamente por motivos de ocio, entretenimiento o interés personal, el 16% respondió que lo hacía varias veces al día y el 12% que al menos una vez al día.

No obstante, cabe señalar también que más de la mitad de los latinoamericanos encuestados (53%) respondieron que nunca o casi nunca usan la computadora por alguno de los motivos señalados (ver gráfico 18).

Capítulo 4. Gráfico 18

Porcentaje de personas que usan la computadora por motivos de ocio / interés personal, según regularidad de uso

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia usa la computadora en su tiempo libre por motivos de ocio, entretenimiento, interés personal etc.?

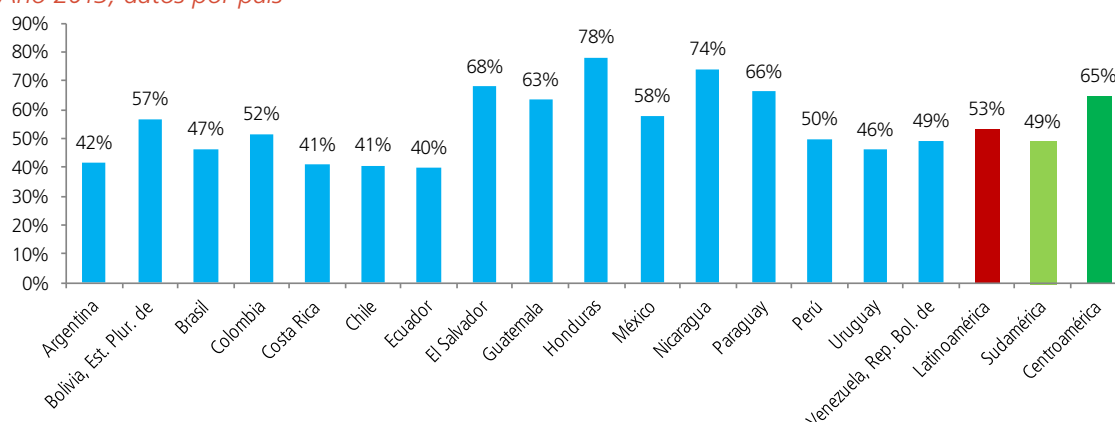
Porcentajes de respuesta por países

Centroamérica concentra los porcentajes más elevados de personas que nunca o casi nunca han utilizado el computador por motivos de ocio (69%), con algunos países como Honduras y Nicaragua, que incluso superan el 70%. La excepción se encuentra en Costa Rica, donde solo el 41% afirma no usar el computador como forma de entretenimiento. El resto de países sudamericanos presenta porcentajes próximos a su promedio (49%), a excepción de Paraguay que tiene un 66% de no usuarios (ver gráfico 19).

Capítulo 4. Gráfico 19

Porcentaje de personas que “nunca o casi nunca” usan la computadora por motivos de ocio / interés personal, según país

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia usa la computadora en su tiempo libre por motivos de ocio, entretenimiento, interés personal etc.?

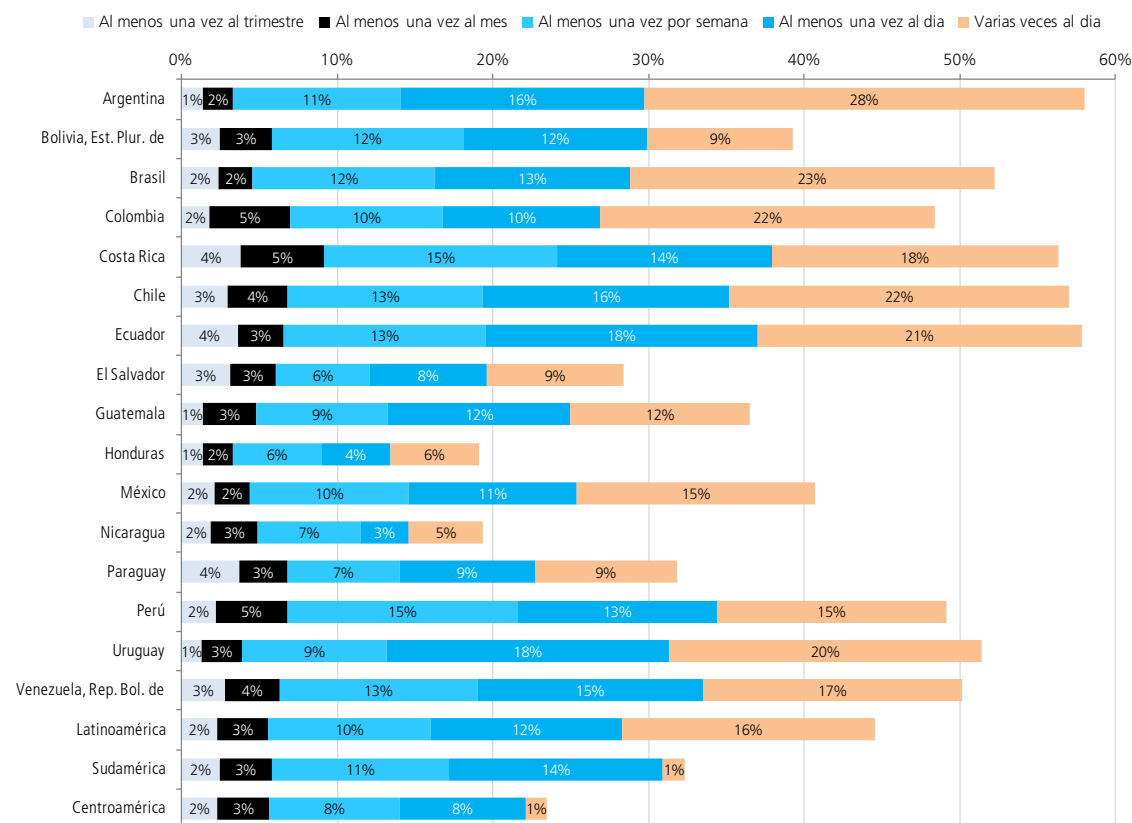
Por otra parte, y en coherencia con lo anterior, se observa en el gráfico 20 que los países que reportan mayores porcentajes de usuarios diarios de la computadora se concentran en América del Sur. Argentinos (28%), brasileños (23%) y chilenos (22%) afirman utilizar la computadora “varias veces al día”, siendo mayor la frecuencia de uso que en el resto de países.

En esta misma dirección, los países centroamericanos son los que menos frecuentemente utilizan el computador, a excepción de Costa Rica que se sitúa por encima de la media regional. El 18% de su población dijo utilizar la computadora “varias veces al día” y el 14% “Al menos una vez al día” (ver gráfico 20).

Capítulo 4. Gráfico 20

Porcentaje de personas que usan la computadora por motivos de ocio / interés personal y regularidad de uso, según país

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia usa la computadora en su tiempo libre por motivos de ocio, entretenimiento, interés personal etc.?

Contar con la presencia de una computadora en el hogar es uno de los factores que explican un mayor uso de este tipo de tecnología durante el tiempo de ocio. Los datos de la UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones)⁹ en relación a los hogares que cuentan con esta tecnología en la región contribuyen a explicar los datos obtenidos en esta pregunta.

Uruguay sería el país con el mayor porcentaje de hogares que cuentan con una computadora (63,7%), seguido por Argentina (56%), Chile (50,5%), Brasil (49,9%) y Costa Rica (45,4%). Por detrás de los anteriormente mencionados vendrían Colombia (38,4%) y Ecuador (32,2%). Estos datos son coherentes con los países que muestran un mayor porcentaje de usuarios de la computadora en el tiempo de ocio.

Por el contrario, Nicaragua y Honduras son los países con un menor porcentaje de computadores en el hogar (8,2% y 12,9% respectivamente), lo que se relaciona con el elevado porcentaje

⁹ Core indicators on access to and use of ICT by households and individuals. ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database. Disponible en <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

de personas que admitieron no haber utilizado nunca o casi nunca este tipo de tecnología en su tiempo de ocio. En cualquier caso se aprecia una distancia con respecto a Europa en el porcentaje de hogares que cuentan con este tipo de tecnología. El mismo organismo (UIT) con datos de 2012 cifra el promedio europeo en 76,2%

Uso de la computadora en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico

Género

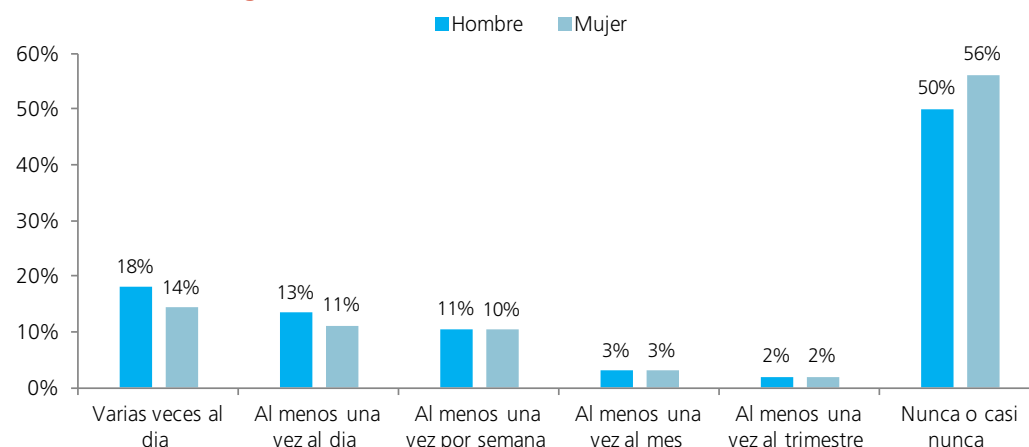
El 56% de las mujeres respondió que nunca o casi nunca ha utilizado la computadora por motivos de ocio o entretenimiento, frente al 50% de los hombres que así lo ha manifestado.

Los hombres la utilizan más y con mayor frecuencia. Las principales diferencias aparecen en las opciones de frecuencia diaria; mientras que un 18% de los hombres indican usar la computadora varias veces al día, este porcentaje es algo inferior (14%) en el caso de las mujeres. No obstante, las diferencias encontradas respecto a su utilización no son muy elevadas en función del género.

Capítulo 4. Gráfico 21

Porcentaje de personas que usan la computadora por motivos de ocio / interés personal, según regularidad de uso y género

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia usa la computadora en su tiempo libre por motivos de ocio, entretenimiento, interés personal etc.?

Edad

La edad es una variable que tiene una clara relación con el uso del computador. Concretamente se observa que mientras el 77% de los encuestados mayores de 51 años afirman no utilizar nunca o casi nunca la computadora como medio de ocio, el porcentaje se va reduciendo hasta llegar al 34% entre los menores de 30 años.

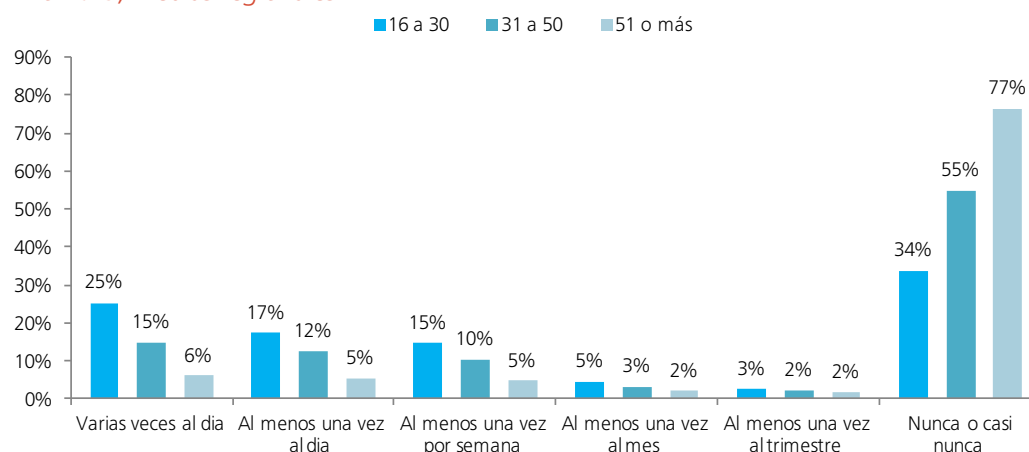
De igual forma, al analizar la frecuencia de uso, nuevamente son los más jóvenes, de entre 16 y 30 años quienes la utilizan de forma diaria, con un 25% que afirman usarla varias veces al día. Estos resultados contrastan con los datos del grupo de mayores de 51 años, donde solamente el 6% señala hacer un uso diario de esta tecnología como forma de entretenimiento.

Los resultados son coherentes si se tiene en cuenta que los más jóvenes, los llamados “nativos digitales”, son personas que han crecido y se han formado con las TIC, de manera que dominan de forma natural estas herramientas tecnológicas, utilizándolas de manera habitual para actividades tan diversas como aprender, relacionarse, comprar, informarse o divertirse.

Capítulo 4. Gráfico 22

Porcentaje de personas que usan la computadora por motivos de ocio / interés personal, según regularidad de uso y grupo de edad

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia usa la computadora en su tiempo libre por motivos de ocio, entretenimiento, interés personal etc

Nivel educativo

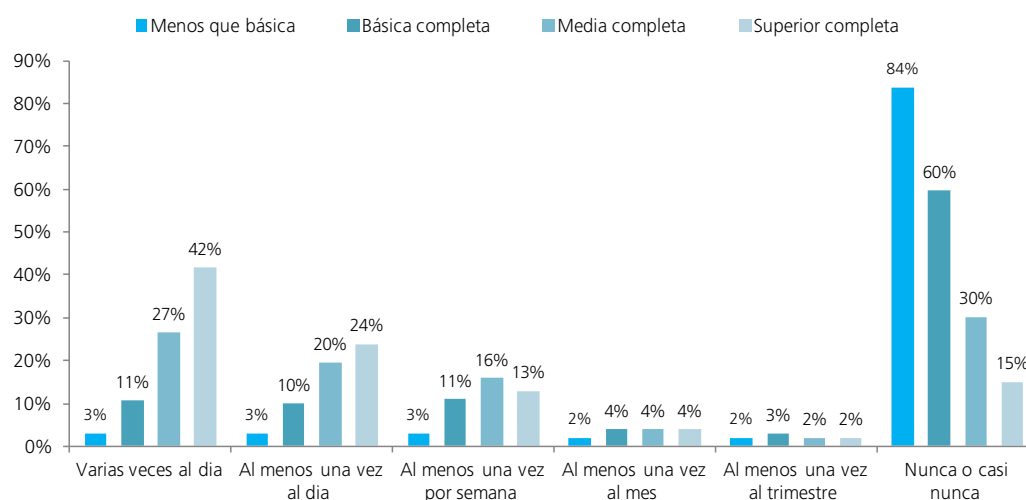
Al igual que en el apartado anterior, el nivel de formación del encuestado tiene una influencia elevada en el uso del computador. Los datos son evidentes al mostrar que mientras un 84% de la población con una formación menor a la básica, nunca o casi nunca habían utilizado la computadora por motivos de ocio, este porcentaje se reduce a solo un 15% entre aquellos con estudios superiores (ver gráfico 23).

Hay una fuerte relación entre el nivel educativo y la utilización de este tipo de tecnología. Las diferencias en la frecuencia de uso entre los distintos niveles es también muy acusada en aquellas opciones que reflejan un consumo diario: un 3% de la población que no logró finalizar los estudios básicos lo haría varias veces al día, frente al 42% de aquellos que cuentan con estudios superiores. La tendencia de uso en función del nivel de formación es clara.

Capítulo 4. Gráfico 23

Porcentaje de personas que usan la computadora por motivos de ocio / interés personal, según regularidad de uso y nivel educativo

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia usa la computadora en su tiempo libre por motivos de ocio, entretenimiento, interés personal etc

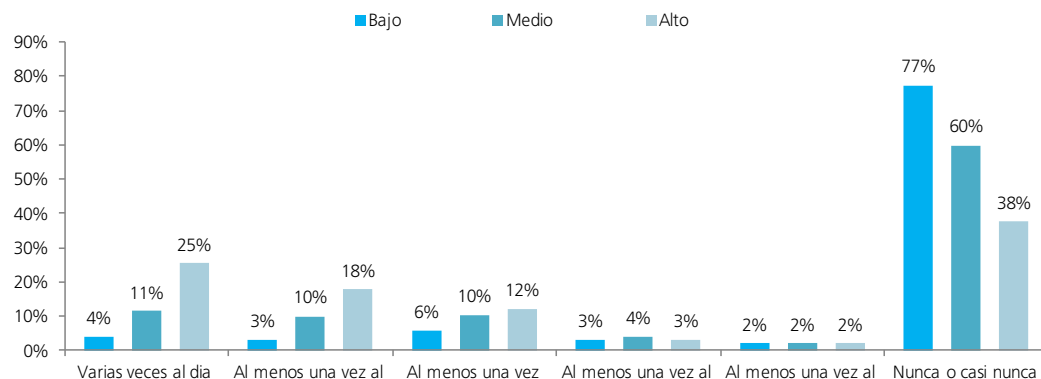
Nivel Socioeconómico

El 77% de las personas encuestadas con un nivel socioeconómico bajo nunca o casi nunca habían utilizado la computadora. El porcentaje se reduce al 60% para los que pertenecen a contextos medios y al 38% para aquellos con un nivel socioeconómico alto.

Capítulo 4. Gráfico 24

Porcentaje de personas que usan la computadora por motivos de ocio / interés personal, según regularidad de uso y nivel socioeconómico

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Con qué frecuencia usa la computadora en su tiempo libre por motivos de ocio, entretenimiento, interés personal etc.

Los resultados obtenidos muestran el acceso desigual a la tecnología que existe entre los distintos niveles socioeconómicos. La utilización de esta tecnología entre personas con bajo nivel socioeconómico es muy pequeña. El 3% la utiliza “al menos una vez al día”, y el 6% “al menos una vez a la semana”. Por el contrario, en los niveles socioeconómicos altos, el 25% utiliza la computadora “varias veces al día” y el 18% “al menos una vez al día” como forma de ocio y entretenimiento personal (ver gráfico 24).

Correo electrónico e Internet

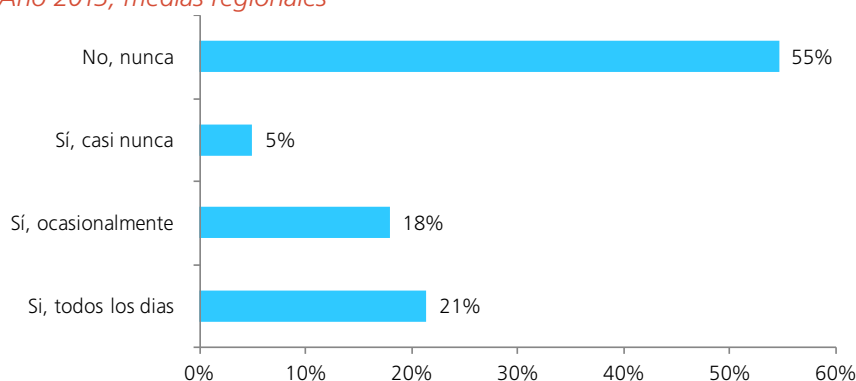
Datos generales

El 44% de los latinoamericanos encuestados respondió haber utilizado Internet y el correo electrónico alguna vez, frente al 55% que señaló no haberlo hecho nunca. De los que respondieron afirmativamente, el 21% se conecta diariamente mientras que el 18% lo hace de manera ocasional.

Capítulo 4. Gráfico 25

Porcentaje de personas que se conectan a Internet / usan el correo electrónico, según regularidad de uso

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Alguna vez en su vida ha usado Ud. correo electrónico o se ha conectado a Internet?

El Informe del Observatorio Regional de Banda Ancha (ORBA) “Estado de la Banda Ancha en América Latina y Caribe (2012)” publicado por la CEPAL* viene a confirmar los datos señalados anteriormente. Para 2011 la penetración de usuarios de Internet como porcentaje de la población en países de América Latina muestra una media regional del 40% (esto contrasta con la penetración de Internet en los países de la OCDE que se sitúa en el 80%). No obstante, como se indica en el propio informe, se observa una gran heterogeneidad en el conjunto regional, con países que muestran una penetración relativamente alta (valores superiores al 50%) como es el caso de Chile o Uruguay, a países donde la penetración es mucho más baja, con valores entorno al 10% como es el caso de Nicaragua, Guatemala u Honduras.

Los diferentes patrones de difusión de Internet también se observan en el interior de los propios países, variables socioeconómicas como el nivel de ingresos o el nivel educativo y las diferencias entre área urbana y área rural tienen un impacto directo sobre el porcentaje de usuarios de Internet y por extensión del correo electrónico.

Hogares con acceso a Internet en áreas urbanas, rurales y a nivel nacional (en porcentajes)



Fuente: CEPAL, Observatorio para la Sociedad de la Información en Latinoamérica y el Caribe (OSILAC), con base en información de encuestas de hogares de los institutos nacionales de estadísticas. Año más reciente disponible.

*CEPAL (2012). *Estado de la banda ancha en América latina y El Caribe, 2012*. Informe del Observatorio Regional de Banda Ancha (ORBA). Disponible en <http://www.cepal.org/Socinfo>.

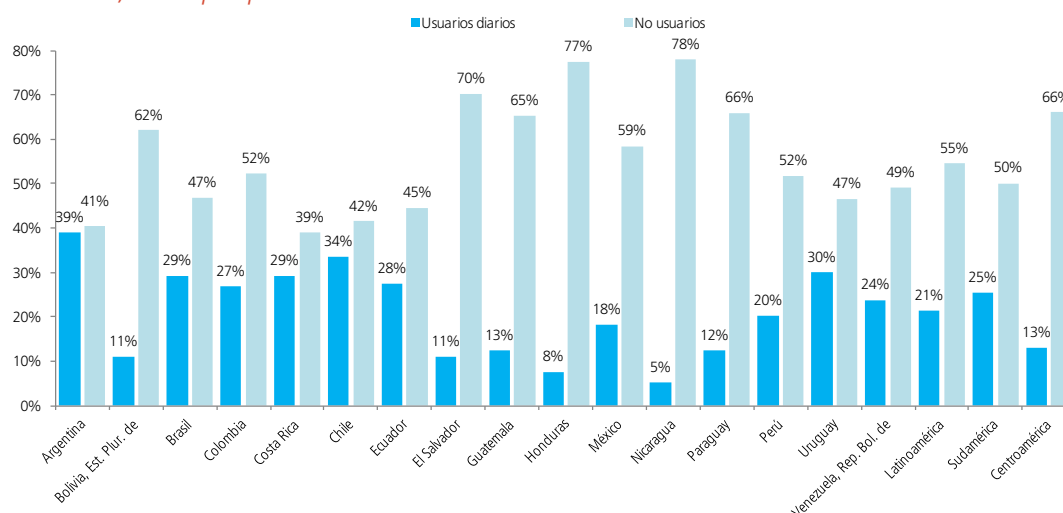
Porcentajes de respuesta por países

Los mayores porcentajes de usuarios diarios de Internet se concentran en países de América del Sur, como ocurría en el caso anterior, con el uso de la computadora. Argentina (39%), Chile (34%), Uruguay (30%), Costa Rica (29%) y Brasil (29%) muestran los mayores porcentajes de usuarios diarios y se sitúan como los principales países de la región donde el acceso a Internet es mayor. Los datos anteriores contrastan con los porcentajes de usuarios diarios que ofrece Nicaragua (5%), Honduras (8%), El Salvador (11%) y Bolivia (11%). La población encuestada de estos países, en caso de haberse conectado a Internet alguna vez, lo hace en mayor medida de manera ocasional (ver gráfico 26).

Capítulo 4. Gráfico 26

Comparación del porcentaje de usuarios diarios de Internet / correo electrónico con el porcentaje de “no usuarios”, según país

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Alguna vez en su vida ha usado Ud. correo electrónico o se ha conectado a Internet?

En esta misma dirección, más de las tres cuartas partes de los nicaragüenses y hondureños nunca se han conectado a Internet, ni han usado el correo electrónico. Centroamérica concentra a los países más rezagados en la penetración de esta tecnología. A ellos se les unen también Paraguay y Bolivia, donde el porcentaje de población que no tiene acceso a estas herramientas de comunicación es aproximadamente del 66%.

Capítulo 4. Tabla 1

Mapa de calor: porcentajes de usuarios por red social y país

	Facebook	Myspace	Youtube	Orkut	Twitter	Hi5	Windows Live Spaces	Sonico	Friendster	LinkedIn	Otro	No usa
Argentina	49,9%	4,9%	33,5%	0,8%	10,1%	0,9%	12,2%	1,3%	0,1%	2,2%	2,3%	3,8%
Bolivia, Est. Plur. de	29,0%	2,3%	14,7%	0,6%	5,6%	0,9%	7,7%	1,2%	0,3%	0,8%	0,8%	2,2%
Brasil	42,9%	1,7%	22,6%	12,1%	9,9%	0,8%	6,3%	0,7%	0,2%	1,6%	3,6%	3,3%
Colombia	41,0%	3,4%	30,7%	1,6%	15,2%	2,5%	9,8%	2,4%	0,0%	0,8%	0,3%	2,8%
Costa Rica	48,8%	4,0%	29,8%	1,4%	9,6%	4,5%	7,3%	1,4%	0,5%	1,5%	0,0%	42,9%
Chile	52,0%	2,1%	32,6%	1,0%	16,4%	0,8%	3,7%	1,1%	0,3%	2,7%	1,3%	10,6%
Ecuador	47,9%	4,0%	23,5%	0,8%	13,9%	3,8%	6,7%	1,1%	0,4%	1,0%	0,5%	2,2%
El Salvador	25,0%	1,1%	11,6%	0,8%	8,5%	2,3%	4,3%	0,9%	0,2%	0,5%	0,8%	25,1%
Guatemala	29,3%	2,2%	14,2%	0,7%	9,3%	1,8%	7,3%	1,0%	0,6%	1,1%	0,0%	26,8%
Honduras	19,9%	3,0%	8,5%	0,2%	4,3%	1,2%	2,2%	0,4%	0,1%	1,1%	0,2%	18,4%
México	33,8%	4,4%	24,6%	1,6%	9,8%	2,6%	8,5%	1,4%	1,0%	0,8%	0,1%	1,9%
Nicaragua	16,8%	1,1%	5,7%	0,0%	3,3%	0,5%	1,3%	0,4%	0,4%	0,1%	0,1%	23,0%
Paraguay	25,7%	0,9%	8,7%	1,4%	7,5%	0,6%	2,5%	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	15,9%
Perú	38,8%	1,9%	20,5%	0,3%	8,0%	5,1%	7,3%	1,6%	0,2%	1,0%	0,5%	5,8%
Uruguay	42,6%	1,5%	27,2%	1,7%	6,2%	1,0%	8,9%	1,1%	0,2%	3,0%	1,9%	3,8%
Venezuela, Rep. Bol. de	45,7%	6,8%	25,5%	1,5%	22,5%	2,1%	11,0%	2,8%	0,4%	0,8%	0,3%	0,9%
Latinoamérica	36,8%	2,8%	20,9%	1,7%	10,0%	2,0%	6,7%	1,2%	0,3%	1,2%	0,8%	11,8%
Sudamérica	41,6%	3,0%	24,0%	2,2%	11,5%	1,9%	7,6%	1,3%	0,2%	1,4%	1,2%	5,1%
Centroamérica	28,0%	2,3%	14,0%	0,6%	7,0%	2,1%	4,5%	0,8%	0,4%	0,9%	0,2%	27,2%

Menor de 5%	Igual o mayor de 5% y menor de 15%	Igual o mayor de 15% y menor de 25%	Igual o mayor de 25% y menor de 35%	Igual o mayor de 35% y menor de 45%	Mayor de 45%
-------------	------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	--------------

Fuente: Latinobarómetro 2013.
Pregunta. ¿Usa Ud. alguno de los siguientes servicios de redes sociales, si es que Ud. usa alguno? Mencione todas las que quiera. % within IDENPA. (Respuestas múltiples).

Uno de los principales factores que explican el menor uso de Internet y correo electrónico en estos países es según un cálculo realizado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)*, las elevadas tarifas de conexión a la banda ancha con respecto al PIB per cápita mensual.

La limitada infraestructura de telecomunicaciones existente en muchos de los países de la región (como es el caso de Bolivia) es una de las causas de estas elevadas tarifas. Entre otras limitaciones se encuentra la insuficiencia de puntos de Intercambio de tráfico de Internet a nivel nacional y regional, que encarece los servicios, así como la poca capacidad de los países para el alojamiento de contenidos locales.

El coste de 1Mbps en Bolivia es de unos 90\$ (más del 50% del PIB mensual per cápita), en Paraguay es de 20,23\$ por 1 Mbps (8,55% del PIB per cápita), El Salvador 14,16\$ (4,96% del PIB per cápita), frente a las tarifas de Uruguay 12,31\$ (1,23% del PIB per cápita) o Chile 13,32\$ (1,29% del PIB per cápita). Esto hace que el servicio sea prácticamente inasequible para gran parte de la población de algunos países.

* UIT (2013). *Measuring the Information Society*. Report 2013.

Uso de Internet en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico

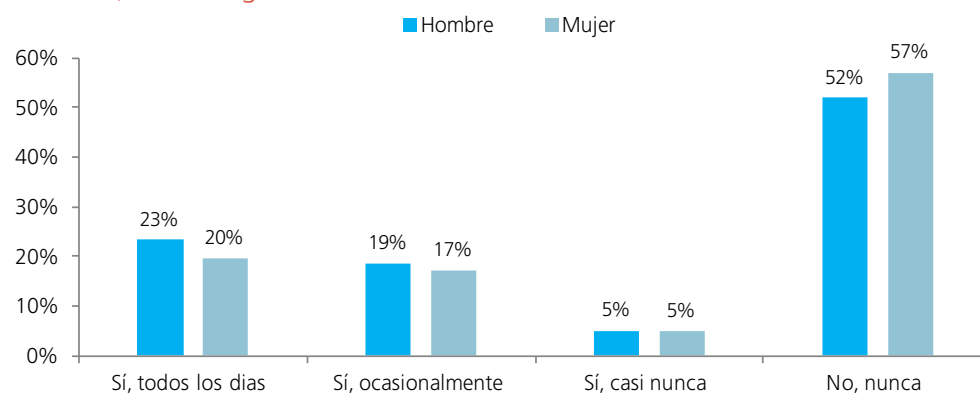
Género

Las diferencias en cuanto al uso del correo electrónico y de Internet no son muy elevadas en función del género; no obstante, es algo superior el porcentaje de hombres que indicaron conectarse diariamente (23%) frente a las mujeres (20%), así como son también menos los hombres (52%) que respondieron que nunca se había conectado a Internet (frente al 57% de las mujeres).

Capítulo 4. Gráfico 27

Porcentaje de personas se conectan a Internet / usan el correo electrónico, según regularidad de uso y género

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Alguna vez en su vida ha usado Ud. correo electrónico o se ha conectado a Internet?

Edad

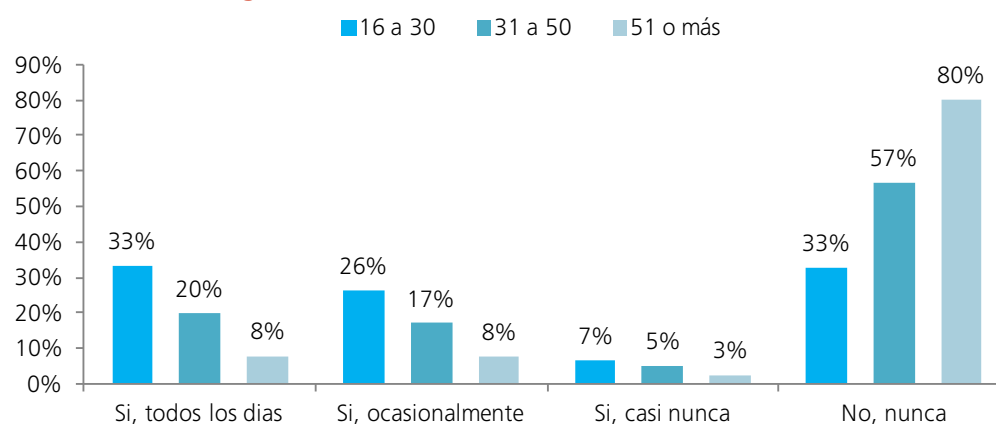
Más de las tres cuartas partes de los mayores de 51 años (80%) nunca había utilizado el correo electrónico o Internet; el porcentaje se reduce al 57% para el caso de las personas con una edad comprendida entre los 31 y los 50 años y al 33% para el caso de los más jóvenes.

Al igual que ocurre con el uso de la computadora en el tiempo libre, los jóvenes entre 16 y 30 años son el grupo de edad que destaca sobre el resto en la utilización del correo electrónico o Internet: el 33% admite realizar un consumo diario del servicio frente al 20% de las personas de mediana edad y al 8% de los mayores de 51 años (ver gráfico 28).

Capítulo 4. Gráfico 28

Porcentaje de personas se conectan a Internet / usan el correo electrónico, según regularidad de uso y grupo de edad

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Alguna vez en su vida ha usado Ud. correo electrónico o se ha conectado a Internet?

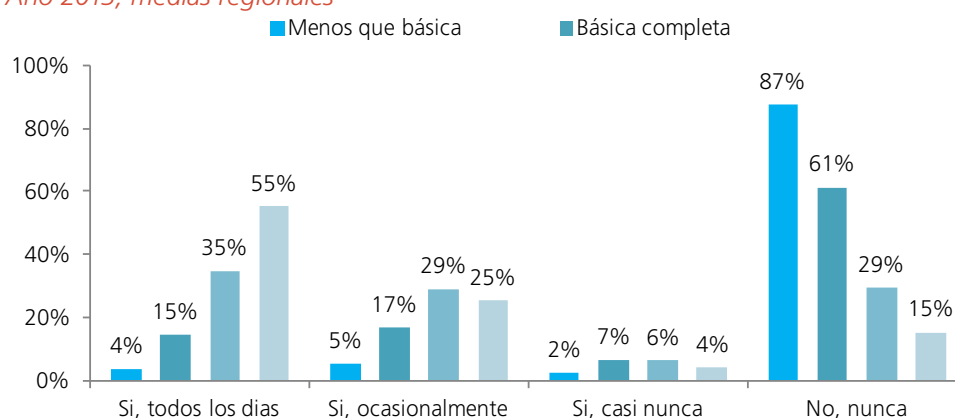
Nivel educativo

En relación al nivel educativo, los datos recogidos arrojan una estrecha relación con las posibilidades de uso que se hace de Internet, de manera que cuanto mayor es el tiempo que las personas pasan dentro del sistema educativo, mayor es el uso que se hace de esta tecnología. Mientras que el 87% de las personas con un nivel de estudios inferior al básico nunca habían utilizado el correo electrónico o Internet, el porcentaje se va reduciendo hasta llegar al 15% en aquellos que tienen formación superior. De igual forma, el 55% de los encuestados que tienen estudios superiores utilizan el servicio de manera diaria, frente a solo un 15% de entre aquellos que tienen estudios básicos y a un 4% con estudios inferiores al nivel básico.

Capítulo 4. Gráfico 29

Porcentaje de personas se conectan a Internet / usan el correo electrónico, según regularidad de uso y nivel educativo

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Alguna vez en su vida ha usado Ud. correo electrónico o se ha conectado a Internet?

Nivel socioeconómico

El 82% de las personas con un nivel socioeconómico bajo nunca ha utilizado Internet. Este porcentaje se reduce al 61% para el caso de las personas que tienen un nivel medio y al 38% para aquellos pertenecientes a un contexto socioeconómico alto. Esta misma tendencia se observa al analizar los porcentajes de uso: la frecuencia de utilización de estas tecnologías se incrementa según va aumentándose el contexto socioeconómico del encuestado.

Capítulo 4. Tabla 2
Mapa de calor: frecuencia porcentual de lugares escogidos para conectarse a internet, por país

	Biblioteca, municipalidad u otro espacio público	Casa de amigos / familiares	Cibercafé	Colegio / instituto / universidad	Conexión inalámbrica (WIFI)	Hogar	No sabe	Plan Ceibal	Trabajo / oficina
Argentina	0,9%	6,7%	4,1%	3,4%	5,3%	50,6%	1,1%	---	13,5%
Bolivia, Est. Plur. de	3,1%	3,3%	20,0%	3,3%	2,5%	11,4%	0,2%	---	5,2%
Brasil	0,2%	4,7%	7,3%	2,1%	3,6%	41,4%	0,1%	---	12,3%
Colombia	1,6%	7,6%	10,6%	4,1%	7,9%	33,5%	0,0%	---	12,3%
Costa Rica	0,9%	5,4%	6,7%	5,2%	9,6%	44,6%	5,7%	---	15,8%
Chile	1,9%	7,4%	9,1%	5,0%	6,2%	45,0%	0,0%	---	15,7%
Ecuador	0,5%	2,8%	16,3%	2,0%	1,9%	33,3%	0,4%	---	12,2%
El Salvador	0,3%	1,8%	9,2%	1,5%	1,9%	17,5%	0,1%	---	5,9%
Guatemala	0,7%	3,1%	9,8%	2,3%	3,7%	21,1%	0,0%	---	7,7%
Honduras	0,1%	2,3%	6,6%	0,8%	1,5%	14,0%	0,5%	---	4,7%
México	1,5%	5,3%	9,1%	3,7%	9,5%	25,5%	0,0%	---	9,7%
Nicaragua	0,3%	1,5%	10,7%	0,6%	0,9%	7,1%	0,2%	---	1,7%
Paraguay	0,1%	2,1%	2,2%	0,9%	1,4%	18,0%	0,0%	---	3,9%
Perú	1,1%	4,6%	20,1%	3,8%	3,2%	26,0%	0,2%	---	8,9%
Uruguay	0,7%	8,2%	3,8%	2,3%	5,5%	43,8%	0,3%	1,4%	12,2%
Venezuela, Rep. Bol. de	0,8%	5,0%	9,9%	1,0%	4,0%	35,8%	0,0%	---	11,4%
Latinoamérica	0,9%	4,5%	9,7%	2,6%	4,3%	29,3%	0,6%	---	9,6%
Sudamérica	1,1%	5,2%	10,3%	2,8%	4,2%	33,9%	0,2%	---	10,8%
Centroamérica	0,5%	2,8%	8,6%	2,1%	3,5%	20,9%	1,3%	---	7,2%

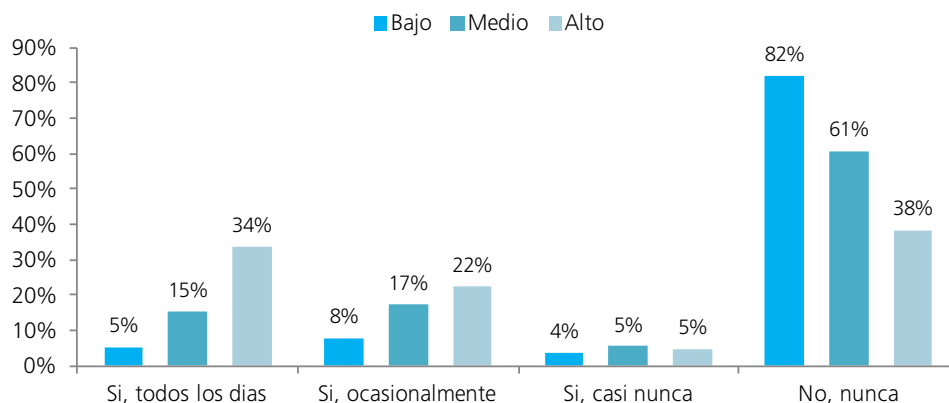
Menor de 5%	Igual o mayor de 5% y menor de 15%	Igual o mayor de 15% y menor de 25%	Igual o mayor de 25% y menor de 35%	Igual o mayor de 35% y menor de 45%	Mayor de 45%
-------------	------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	--------------

Fuente: Latinobarómetro 2013
Pregunta: ¿En qué lugar o lugares se conecta Ud a Internet? (Respuestas múltiples).

Capítulo 4. Gráfico 30

Porcentaje de personas se conectan a Internet / usan el correo electrónico, según regularidad de uso y nivel socioeconómico

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Alguna vez en su vida ha usado Ud. correo electrónico o se ha conectado a Internet?

Redes sociales

Datos generales

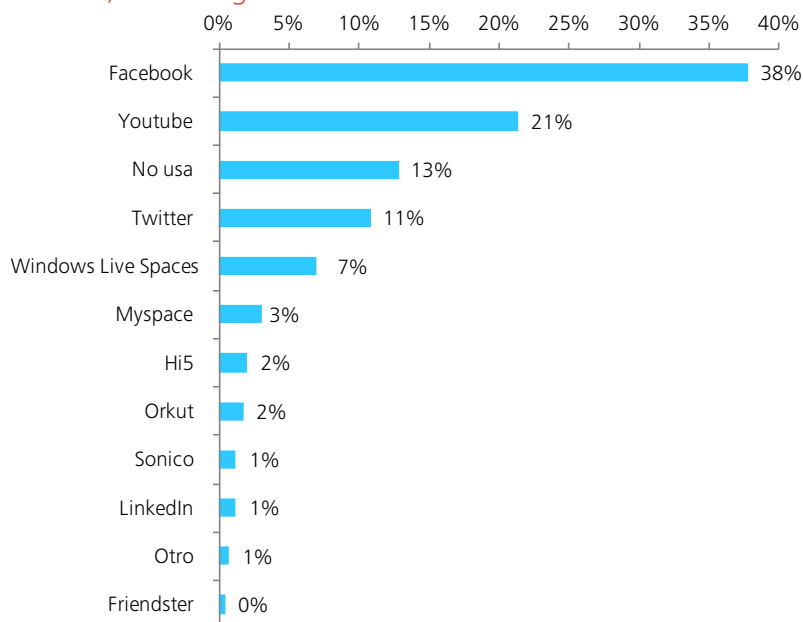
A quienes respondieron afirmativamente que se habían conectado a Internet alguna vez, se les preguntó si hacían uso de algún tipo de red social. De las diferentes alternativas ofrecidas, Facebook aparece como el servicio más utilizado en la región, ocupando el primer puesto en todos los países que participaron en el estudio. Le sigue el portal que permite compartir y ver videos online "Youtube", Twitter, Windows livespace y Myspace. El resto de redes sociales ocupan un lugar menor en las encuestas.

Asimismo, resulta interesante destacar también que un 13% de aquellos que afirmaron haberse conectado a Internet respondieron que no utilizaban ningún tipo de red social (ver gráfico 31).

Capítulo 4. Gráfico 31

Porcentaje de usuarios de Internet que usan cada red social (o ninguna de ellas)

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Usa Ud. alguno de los siguientes servicios de redes sociales si es que Ud. usa alguno? Mencione todas las que quiera. (Respuestas múltiples).

Porcentajes de respuesta por países

De manera coherente con lo encontrado en el apartado anterior, los datos generales muestran que Facebook aparece como la red social más utilizada en todos los países, seguida también por Youtube.

Cabe destacar el menor uso que de las redes sociales se observa en los países centroamericanos, incluido Costa Rica, donde el 43% de los entrevistados afirmaron no haber utilizado ninguna de ellas. Estos resultados contrastan con los altos porcentajes encontrados en países como Argentina, Chile o Ecuador, donde esta forma de interacción social e intercambio de información está altamente establecida.

Actividades realizadas cuando se dispone de conexión a Internet

Por último, cuando se ha preguntado por el tipo de actividad que más frecuentemente realizan al conectarse a Internet, la respuesta más repetida entre los encuestados (22%) hace referencia a *“Buscar o visitar webs para divertirse, entretenerse o informarse”*, algo que remite a un uso de Internet en términos lúdicos. En segundo lugar, aparecen las respuestas relativas a *“participar en chats, redes sociales”* (19%), coherente con lo puesto de manifiesto en el apartado anterior.

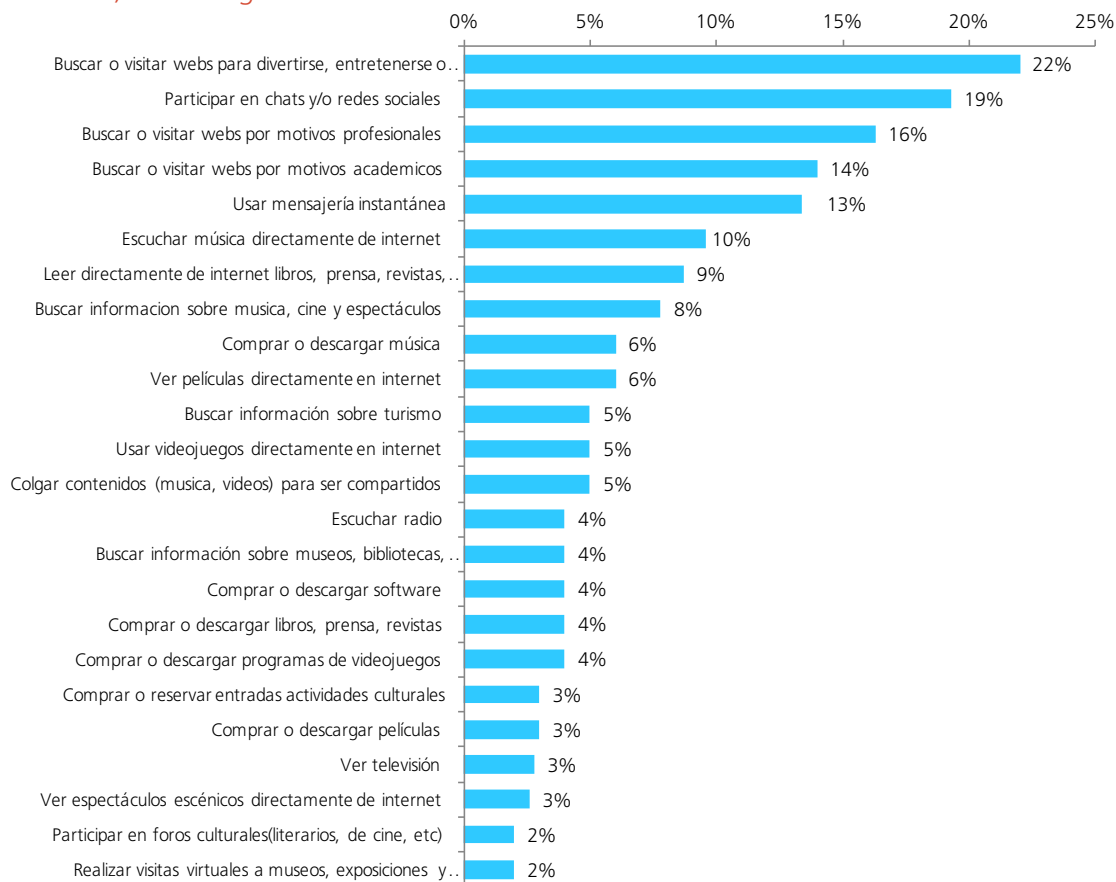
No obstante, las respuestas *“Buscar o visitar páginas web por motivos profesionales”* y *“Buscar o visitar páginas web por motivos académicos”* también ocupan un lugar importante apareciendo en las encuestas en tercer y cuarto lugar respectivamente, lo que pondría de manifiesto que la Red es un espacio de gran utilidad no solo como medio de entretenimiento y ocio, sino también como apoyo al trabajo y al estudio.

Las siguientes opciones que ocupan un lugar relevante remiten a un consumo de tipo cultural *“Escuchar música directamente de Internet”* (10%), *“Leer directamente de Internet libros, prensa...”* (9%), *“Buscar información sobre música, cine y espectáculos”* (8%), y ver películas directamente en Internet (6%) (ver gráfico 32).

Capítulo 4. Gráfico 32

Frecuencia porcentual de actividades realizadas en Internet

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. Cuando se conecta a Internet. ¿Qué tipo de actividades suele realizar? Mencione todas las que quiera. (Respuestas múltiples).

Lugar de conexión a Internet

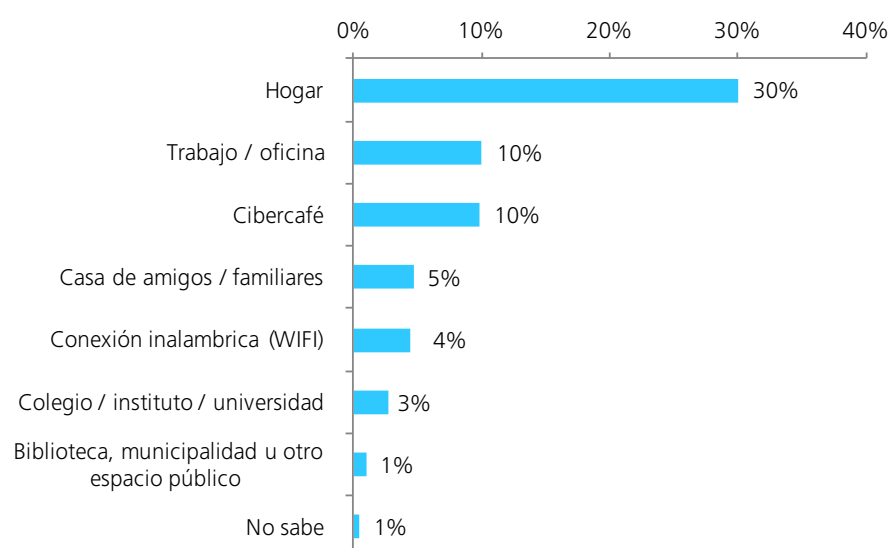
Datos generales

La última de las cuestiones por las que se preguntaba en la encuesta hace referencia al lugar desde el que principalmente se realiza la conexión a Internet. En la mayoría de los casos, el lugar de residencia es el sitio más señalado desde donde se conectan los encuestados (30%). Les siguen, en segundo lugar de importancia, el trabajo o la oficina y el cibercafé, ambos con un 10% (ver gráfico 33).

Capítulo 4. Gráfico 33

Lugar escogido para conectarse a Internet

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿En qué lugar o lugares se conecta Ud a Internet? (Respuestas múltiples).

Porcentajes de respuesta por países

Todos los países que han participado en el estudio, siguen la tendencia general mostrada anteriormente. Esto es, en todos ellos aparece “el hogar” como el lugar preferente para conectarse a Internet, a excepción de Bolivia y Nicaragua, que han señalado el cibercafé como primera opción.

Es posible que esta diferencia se deba fundamentalmente al elevado precio de las tarifas de conexión que tienen estos países, como se mencionó anteriormente, o a la ausencia de conexión a Internet en la mayoría de los hogares. Esto parece corroborarse con el hecho de que el cibercafé, además del hogar, aparece como un lugar preferente de conexión principalmente en Centroamérica, ocupando los segundos y primeros puestos.

La conexión inalámbrica (WIFI) va escalando puestos en la región. Es la tercera opción en Costa Rica (10% de los casos), y México (9% de los casos), y la cuarta en Argentina (5%) y Colombia (8%), pero también en El Salvador o Guatemala.

Es de destacar que a pesar de los esfuerzos que se están haciendo en Latinoamérica para incorporar las TIC en la educación, los centros formativos (colegio/instituto/universidad) ocupan los últimos puestos como lugares de conexión, junto con las bibliotecas y espacios públicos.

SÍNTESIS

Medios de comunicación tradicionales

Ver la televisión y en mayor medida escuchar la radio ocupan un lugar muy relevante en los hábitos y prácticas culturales de los latinoamericanos. Se confirma la universalidad de su práctica a lo largo de todo el espectro sociodemográfico pues no se encuentran barreras de edad, sexo o nivel de estudios, y son accesibles a todos los estratos económicos de la sociedad. Esto las convierte en las prácticas culturales más democratizadas en el conjunto de la región.

Los latinoamericanos ven la televisión en mayor medida durante los fines de semana (3,7 horas de media); sin embargo, el consumo de radio es mayor de lunes a viernes (con una media de 3,9 horas).

Honduras, Costa Rica y Venezuela pasan por ser los países donde se ve más la televisión (dedicándole más de 4 horas durante la semana). Uruguay, Paraguay, Honduras, Guatemala y Argentina, son los países con mayor consumo de radio (por encima de las 4 horas, tanto de lunes a viernes como durante los fines de semana).

La lectura de diarios también guarda un lugar relevante en las costumbres de los latinoamericanos como medio de información. Se dedican algo más de una media de tres días a la semana a su lectura (3,7). No obstante, Costa Rica, Brasil y Venezuela, destacan sobre el conjunto, llegando a los 4 días de media a la semana.

Uso de la computadora e Internet

El 53% de los latinoamericanos reconoció que casi nunca utilizaba la computadora, aunque de hacerlo, la mayoría respondió que la utilizaba varias veces al día.

Por otra parte, el 44% sí había utilizado Internet o el correo electrónico alguna vez en su vida, el 21% de manera diaria.

Destacan los lugares privados de conexión, como el hogar o la oficina, salvo en Centroamérica donde el lugar más popular es el cibercafé. Por otra parte, los latinoamericanos, cuando se conectan a Internet, es principalmente para buscar páginas web como diversión o entretenimiento, participar en *chats* y usar mensajería instantánea.

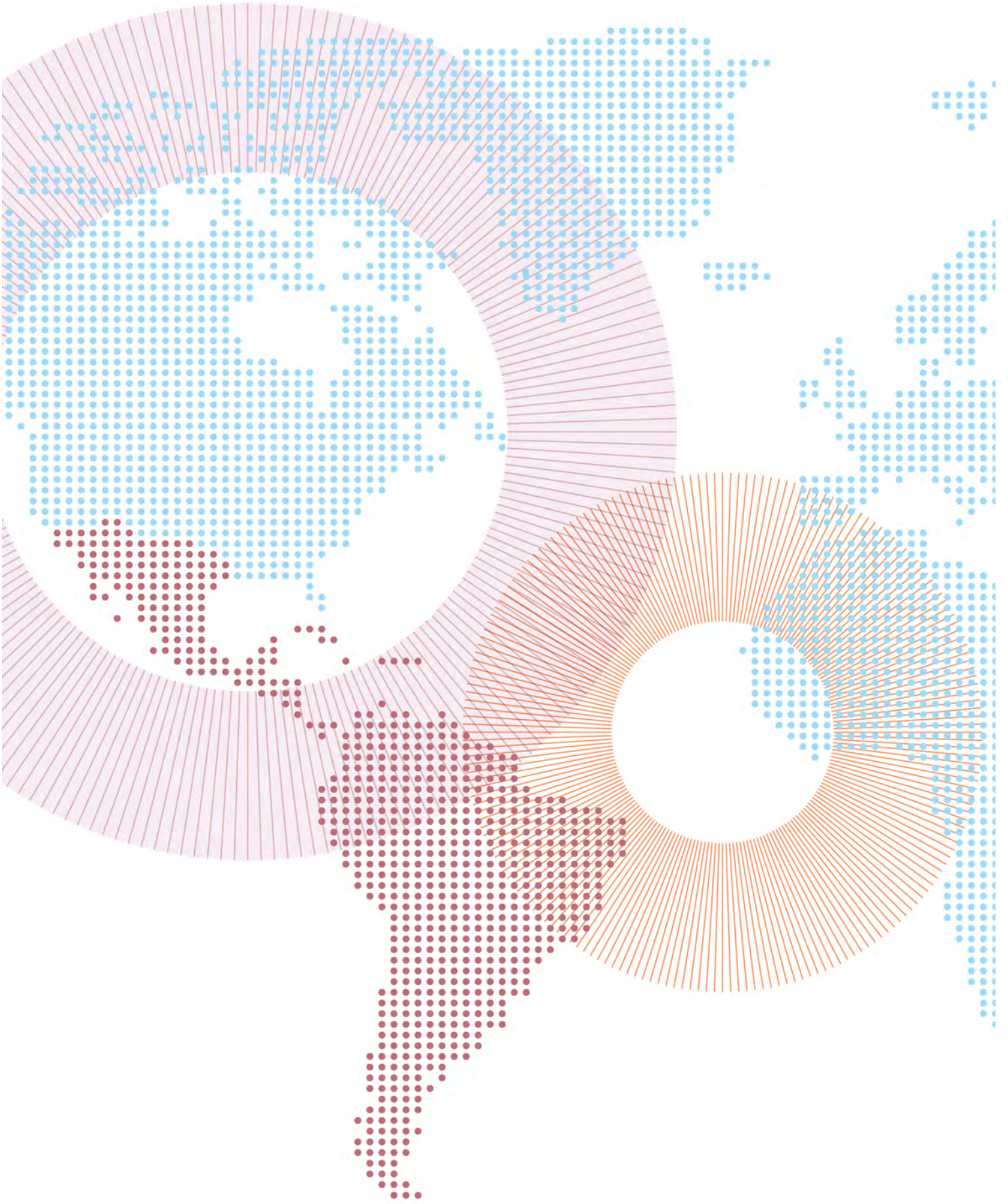
Lo que se observa es una gran desigualdad que divide a la región entre los países donde el uso de la computadora e Internet cuenta con altos porcentajes de consumidores diarios y aquellos con mucha más baja participación. Entre los primeros se encuentran Argentina, Ecuador, Uruguay, Chile y Brasil (en general, la mayor difusión de Internet se concentra en América del Sur) mientras que la menor conexión se manifiesta en Centroamérica (a excepción de Costa Rica). Guatemala, Honduras, El Salvador y Nicaragua, junto con Bolivia y Paraguay, reúnen los mayores porcentajes de población que nunca han utilizado la computadora e Internet.

Además de la mencionada desigualdad entre los países de la región, los datos han mostrado que existe una brecha digital en al menos 4 dimensiones (género, edad, nivel socioeconómico y educativo).

Los hombres utilizan más la computadora e Internet que las mujeres. Su uso se concentra en los jóvenes de 16 a 30 años, pues más del 30% de los comprendidos en esta franja de edad son usuarios diarios, mientras que los mayores de 51 años se quedan en el 8%.

Más de las tres cuartas partes de la población con un nivel socioeconómico bajo dijo no haber utilizado nunca la computadora o Internet. La misma situación se da con aquellos que no han alcanzado un nivel de formación básica.

Son datos preocupantes, pues quedarse al margen del uso de las TIC implica no aprovechar las enormes ventajas que dichas herramientas proporcionan en materia de información, comunicación, educación y relaciones, entre otras dimensiones de la vida social y económica de las personas. El reto por avanzar hacia sociedades más igualitarias y con mayor progreso exige combatir las brechas digitales que dejan fuera del camino del desarrollo a buena parte de su población.



Capítulo 5

Patrimonio material e inmaterial

La amplia diversidad de bienes culturales (110 inscritos en la lista de patrimonio mundial de la UNESCO), como de manifestaciones del patrimonio vivo que hay en América Latina, condicionan y forman parte de las prácticas y de los hábitos culturales de los latinoamericanos. Este hecho justifica la presencia de este capítulo en el estudio.

Durante la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre las Políticas Culturales (México 1982) se establece la definición actual de patrimonio cultural, que goza de mayor consenso internacional:

“El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas.”

De esta definición se extrae que además de un patrimonio cultural de tipo tangible o material, (obras arquitectónicas, estructuras de carácter arqueológico, etc.), existe un patrimonio cultural intangible constituido por aquella parte invisible que reside en los bienes simbólicos elaborados por las propias culturas. Nos referimos por ejemplo, a la poesía, los ritos, los modos de vida, la medicina tradicional, la religiosidad popular etc. Es por ello que este capítulo se articula en torno a dos grandes preguntas, una referente al patrimonio cultural material y otra al patrimonio inmaterial.

En concreto, las dos preguntas realizadas fueron las siguientes:

- ¿Ha visitado un parque histórico o cultural o un sitio del patrimonio (monumento, lugar histórico o artístico, sitio arqueológico) en los últimos 12 meses?
- ¿Ha participado en celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos (por ejemplo, un carnaval) en los últimos 12 meses?

PATRIMONIO MATERIAL

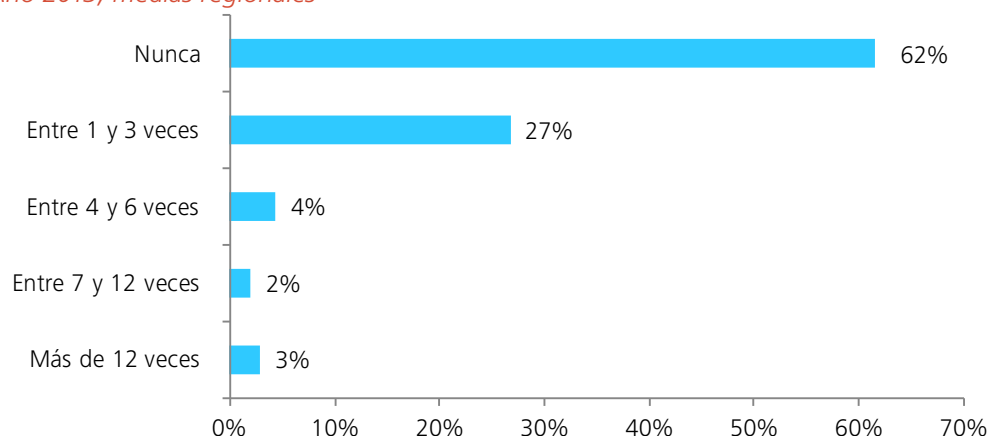
Datos generales

Más de la mitad de la población encuestada (62%) admitió no haber asistido nunca a un parque histórico, cultural o a algún lugar del patrimonio nacional. Entre los que reconocieron haber asistido, el porcentaje mayor (27%) lo hizo con una frecuencia de “entre 1 y 3 veces” en el último año¹⁰.

Capítulo 5. Gráfico 1

Porcentaje de personas que visitaron lugares patrimoniales en los últimos 12 meses según frecuencia de visita

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Ha visitado un parque histórico o cultural o un sitio del patrimonio (monumento, lugar histórico o artístico, sitio arqueológico) en los últimos 12 meses?

El análisis de la información resultante del estudio del Eurobarómetro “Cultural access and participation (2013)”¹¹ nos ofrece datos sobre los hábitos europeos, aunque no puede considerarse exacta su comparación con los aquí presentados, pues en él se distingue entre la asistencia a museos y la asistencia a lugares o monumentos históricos. No obstante, los resultados son inte-

¹⁰Para hacer una correcta lectura de los datos en este apartado, conviene tener en cuenta las diferentes sensibilidades nacionales a la hora de delimitar y categorizar los elementos relativos al patrimonio cultural. Prueba de ello son las múltiples definiciones legales de “museo” que se manejan a nivel regional. En este sentido el Observatorio Iberoamericano de Museos en el marco del programa Ibermuseos toma en consideración todas y cada una de estas definiciones y elabora periódicamente un listado de museos por habitante para cada uno de los países.

¹¹Eurobarometer (2013). *Cultural access and participation. Report Special Eurobarometer 399 / Wave EB79.2 – TNS Opinion & Social*. En http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf.

resantes al mostrar que el 48% de los europeos no habían visitado un lugar o monumento histórico en los últimos 12 meses y que el 62% no había estado en un museo o galería. Las cifras no difieren mucho con los resultados obtenidos para Latinoamérica.

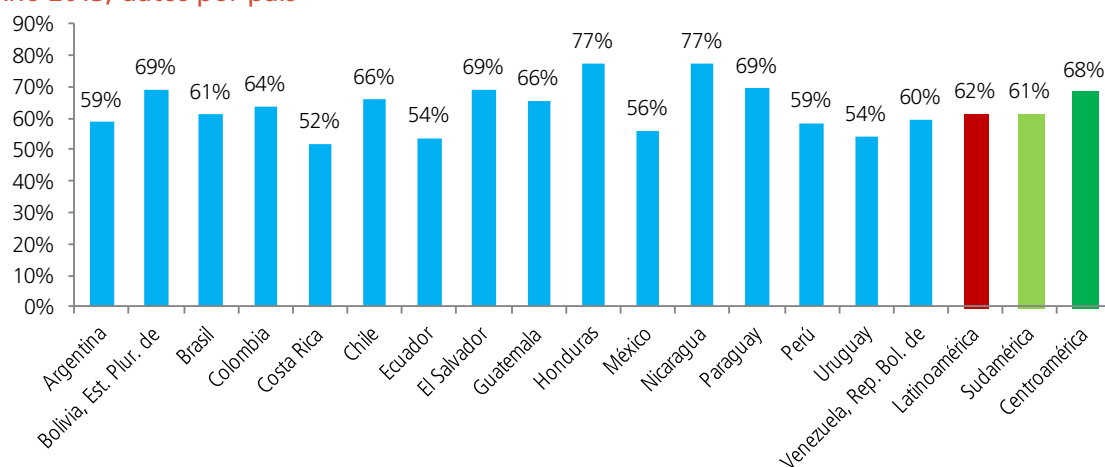
Al igual que los latinoamericanos, los europeos asistieron principalmente a este tipo de lugares entre “1 y 2 veces”, así lo expresó el 27% de los encuestados para el caso de los lugares y monumentos históricos, y el 23% para el caso de los museos. Se puede concluir, por tanto, que en este tipo de práctica cultural, latinoamericanos y europeos tienen hábitos similares.

Porcentaje de respuesta por países

El mayor porcentaje de personas que admitieron no haber ido nunca a un parque histórico o cultural se encuentra principalmente en Centroamérica, donde destacan los casos de Honduras y Nicaragua (ambos con un 77%). Asimismo, la cifra también es alta en Paraguay (69%), Bolivia (69%), Chile (66%) y Colombia (64%) todos ellos con porcentajes superiores a la media regional.

Capítulo 5. Gráfico 2

Porcentaje de personas que no ha visitado lugares patrimoniales en los últimos 12 meses Año 2013, datos por país



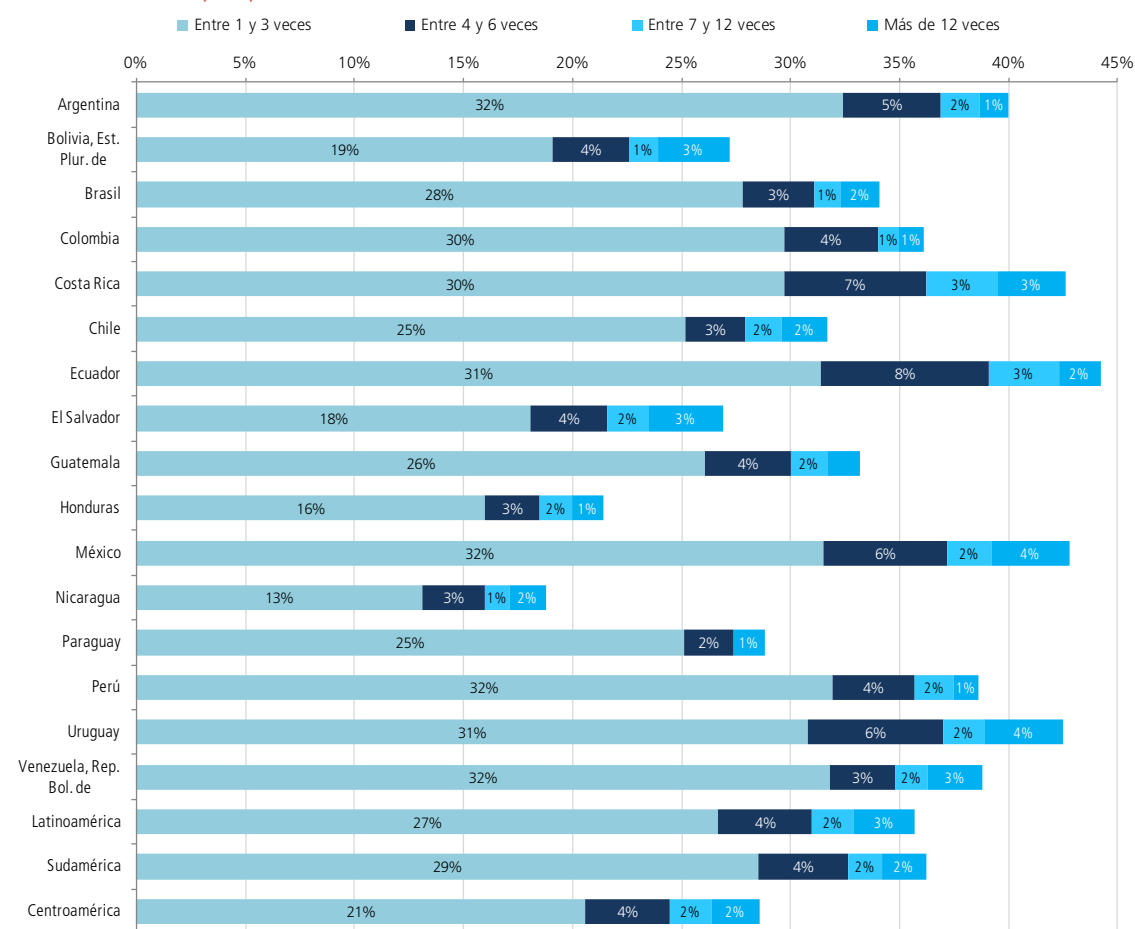
Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Ha visitado un parque histórico o cultural o un sitio del patrimonio (monumento, lugar histórico o artístico, sitio arqueológico) en los últimos 12 meses?

Como datos complementarios a los anteriores, cabe destacar que la frecuencia de los que señalaron en la encuesta haber acudido en el último año a lugares del patrimonio cultural de su país, Ecuador, México, Costa Rica y Uruguay, con porcentajes cercanos al 44%, suman los mayores índices de asistencia a parques históricos, culturales o lugares del patrimonio en los últimos doce meses. De entre ellos, mexicanos y uruguayos se reconocen como los visitantes más asiduos, mostrando los mayores porcentajes de población (4%) que afirma haber asistido “Más de 12 veces” en el último año (ver gráfico 3).

Capítulo 5. Gráfico 3

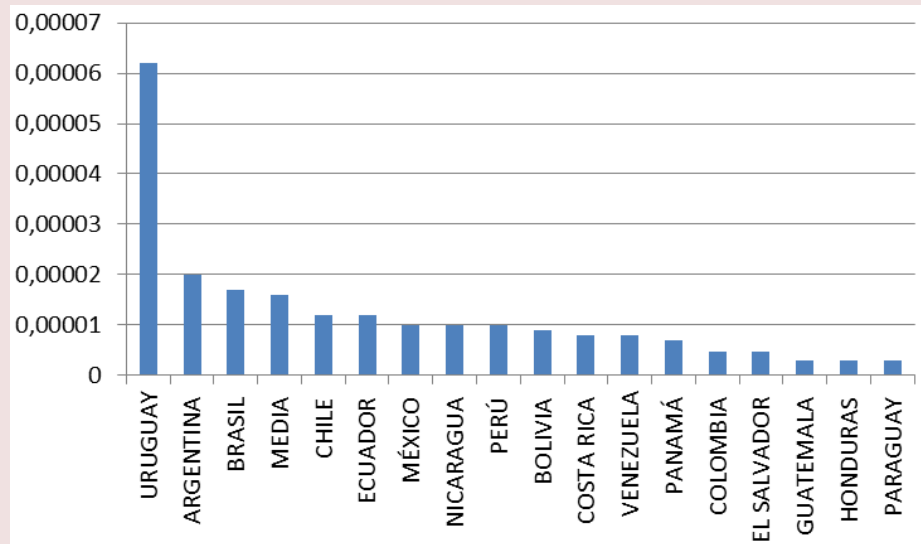
Porcentaje de personas que visitaron lugares patrimoniales por país y frecuencia de visita Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Ha visitado un parque histórico o cultural o un sitio del patrimonio (monumento, lugar histórico o artístico, sitio arqueológico) en los últimos 12 meses?

Museos por habitante



Fuente: OIM (2013). *Panorama de los museos en Iberoamérica, estado de la cuestión*. Programa IBERMUSEOS. Secretaría General Técnica. Subdirección General de Documentación y Publicaciones. NIPO: 030-13-332-7).

Uruguay es el país con mayor número de museos por habitante y se corresponde con un elevado índice de asistencia a lugares patrimoniales, como se ha mostrado anteriormente. Por otra parte Guatemala, Honduras y El Salvador mostraron los porcentajes más bajos de asistencia a lugares patrimoniales, datos coherentes con el hecho de que son países con menor número de museos por habitante. El único caso disonante es el de Nicaragua, con un número de museos situado en la media de la región, pero con un porcentaje de asistencia de los más bajos que se han reportado.

Asistencia a lugares patrimoniales en función del género, edad, nivel educativo y nivel socioeconómico

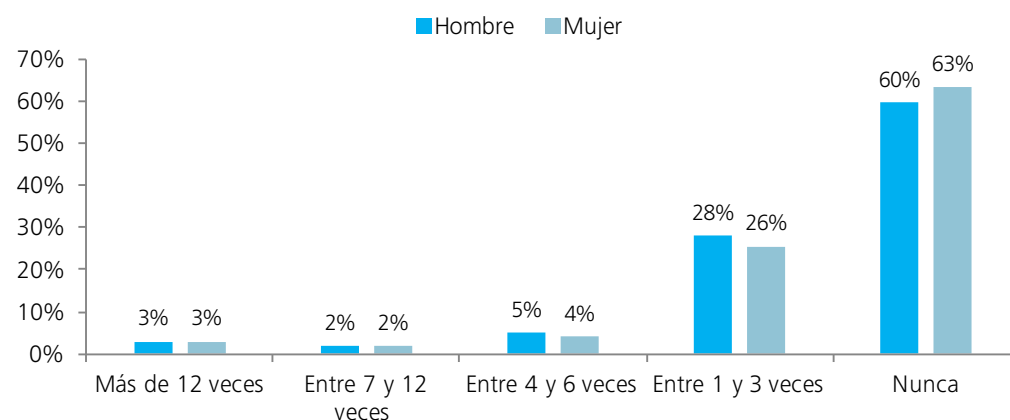
Género

No se aprecian diferencias significativas en cuanto a la frecuencia de asistencia a lugares patrimoniales entre hombre y mujeres. En ambos casos, los mayores porcentajes se encuentran entre aquellos que señalan nunca haber visitado un lugar histórico o cultural (un 63% de las mujeres y un 60% en el caso de los hombres) (ver gráfico 4).

Capítulo 5. Gráfico 4

Porcentaje de personas que visitaron lugares patrimoniales en los últimos 12 meses por frecuencia de visita y género

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Ha visitado un parque histórico o cultural o un sitio del patrimonio (monumento, lugar histórico o artístico, sitio arqueológico) en los últimos 12 meses?

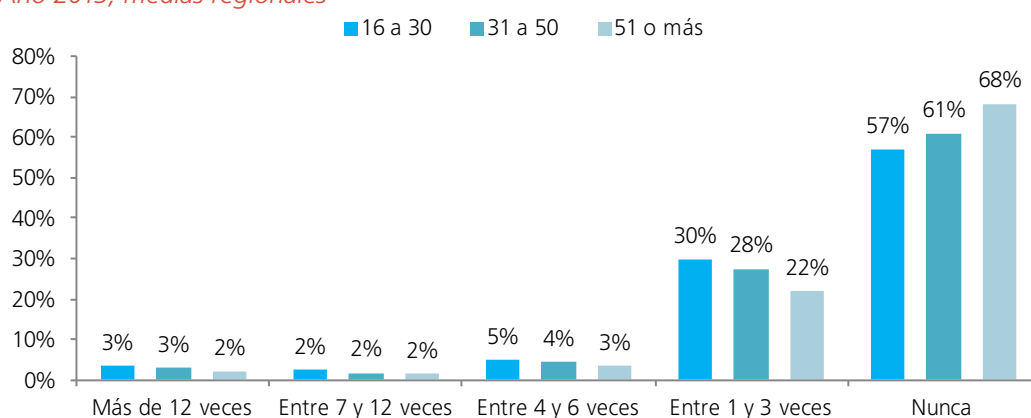
Edad

El 68% de los encuestados mayores de 51 años nunca había visitado un lugar del patrimonio. Este porcentaje se reduce al 61% para el grupo de las personas comprendidas entre los 31 y 50 años y al 57% para el caso de los más jóvenes. Como se puede observar en la gráfica, los datos indican que la frecuencia de asistencia es muy baja en todos los grupos de edad, aunque es ligeramente superior entre los más jóvenes (el 30% ha asistido entre 1 y 3 veces frente a un 22% de aquellos con más de 51 años) (ver gráfico 5).

Capítulo 5. Gráfico 5

Porcentaje de personas que visitaron lugares patrimoniales en los últimos 12 meses por frecuencia de visita y grupo de edad

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Ha visitado un parque histórico o cultural o un sitio del patrimonio (monumento, lugar histórico o artístico, sitio arqueológico) en los últimos 12 meses?

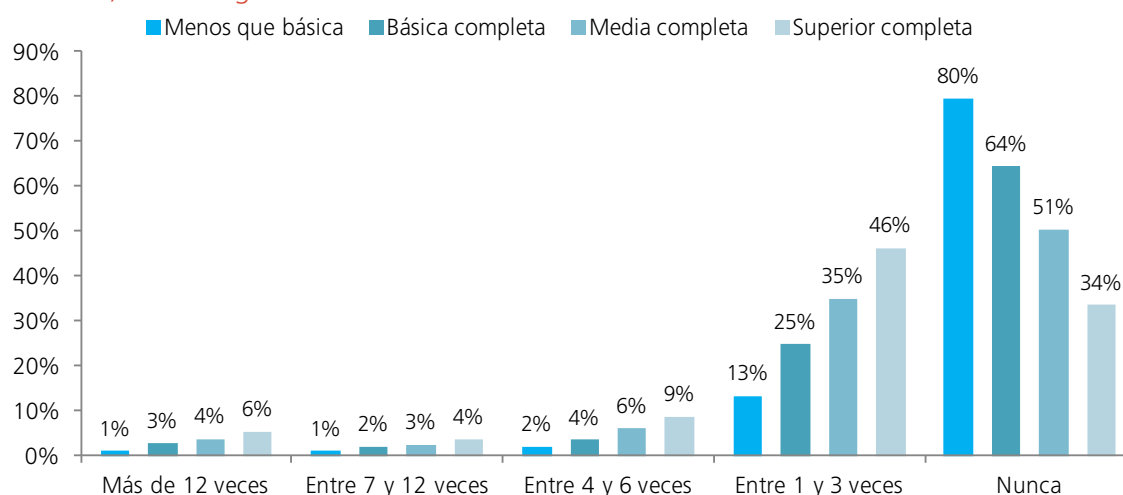
Nivel educativo

El nivel de estudios aparece como un factor con una importante relación con este tipo de práctica cultural. Según aumenta el nivel de formación de los encuestados, más frecuente es su asistencia a lugares patrimoniales. De igual forma, mientras que más de las tres cuartas partes de las personas con una formación inferior a la básica (80%) no había acudido nunca a un lugar histórico, este porcentaje se reduce al 34% entre aquellos que cuentan con formación superior (ver gráfico 6).

Capítulo 5. Gráfico 6

Porcentaje de personas que visitaron lugares patrimoniales por frecuencia de visita y nivel educativo

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

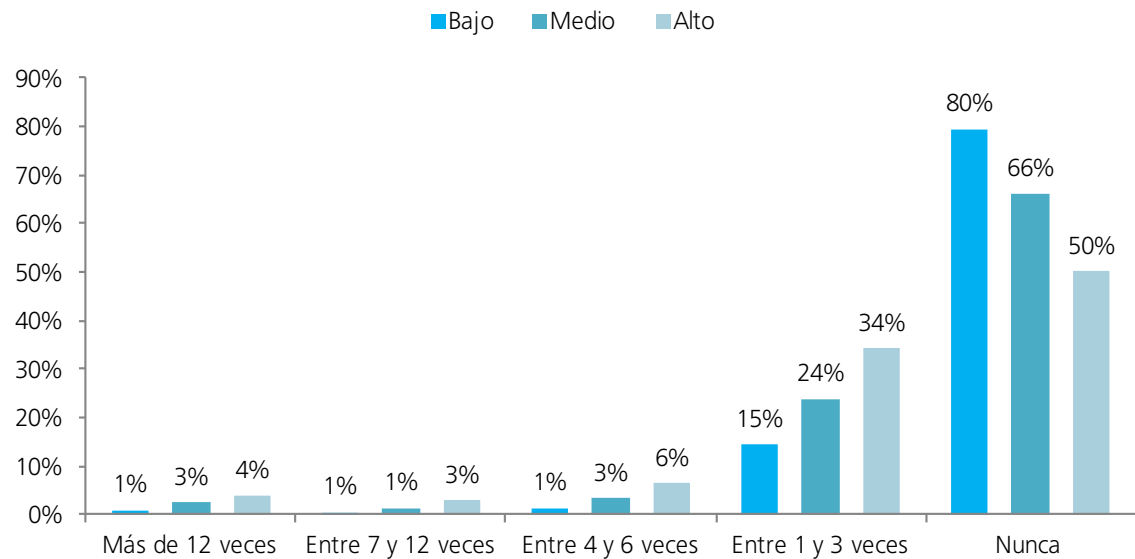
Pregunta. ¿Ha visitado un parque histórico o cultural o un sitio del patrimonio (monumento, lugar histórico o artístico, sitio arqueológico) en los últimos 12 meses?

Nivel socioeconómico

Por último, cuando se han analizado las respuestas teniendo en consideración el contexto socioeconómico del encuestado, los datos muestran importantes diferencias. Si bien en todos los grupos la frecuencia de asistencia es muy baja (no superan el 4% aquellos que afirman haber visitado un lugar patrimonial más de 12 veces en el último año), el porcentaje de no asistencia es muy superior entre los contextos socioeconómicos más bajos (80%) frente a aquellos que pertenecen a contextos altos (50%) (ver gráfico 7).

Capítulo 5. Gráfico 7

Porcentaje de personas que visitaron lugares patrimoniales en los últimos 12 meses por frecuencia de visita y nivel socioeconómico
Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.
Pregunta. ¿Ha visitado un parque histórico o cultural o un sitio del patrimonio (monumento, lugar histórico o artístico, sitio arqueológico) en los últimos 12 meses?

PATRIMONIO INMATERIAL

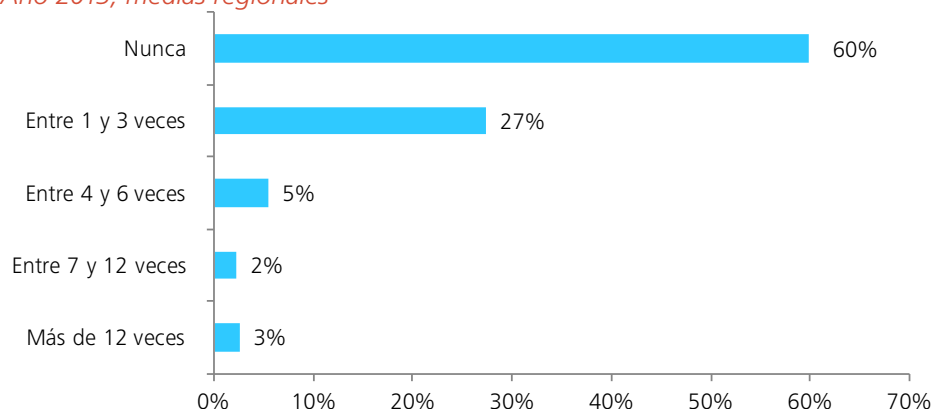
Datos generales

La siguiente pregunta analiza la frecuencia con la que los latinoamericanos han asistido a celebraciones comunitarias o eventos culturales en el último año. Los datos ponen de manifiesto que el porcentaje de no asistencia (60%) es elevado y similar al encontrado cuando se les preguntó por visitas a lugares patrimoniales, pues el 63% de los encuestados afirmaron no haber estado nunca. En general, los resultados indican una baja frecuencia de participación en este tipo de celebraciones (ver gráfico 8).

Capítulo 5. Gráfico 8

Porcentaje de personas que asistieron a celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos en los últimos 12 meses, según frecuencia de visita

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Ha participado en celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos (por ejemplo, un carnaval) en los últimos 12 meses?

En este caso, no es posible ofrecer datos comparativos con otras regiones o con otros estudios nacionales sobre participación en eventos culturales que formen parte del patrimonio inmaterial. En muchos casos no se abordan estas cuestiones o son tratadas de manera mucho más específica, como la asistencia a carnavales o la participación en festivales gastronómicos.

El módulo de patrimonio en las Encuestas Nacionales de Hábitos y Prácticas Culturales

El patrimonio material e inmaterial está recogido de manera diversa, en los estudios nacionales de hábitos y prácticas culturales. Incluso puede variar en las diferentes ediciones que ha llevado a cabo un mismo país, como es el caso de Chile. Ello dificulta la comparación de los resultados, tanto entre países como en la secuencia temporal.

El patrimonio inmaterial goza de mayor importancia en las encuestas nacionales. En este sentido, México y Costa Rica destacan por la amplitud de sus preguntas con respecto a la importancia o utilidad del conocimiento de las costumbres y tradiciones del país, el conocimiento sobre platillos y danzas tradicionales, mitos y leyendas que se conocen o asistencia a festivales de tipo tradicional. Entre el 35% y el 41% de los mexicanos reconoce como muy importante conocer este tipo de prácticas que forman parte de su patrimonio cultural, mientras que el 34,5 % de los costarricenses considera útil el conocimiento de este tipo de expresiones culturales para que no se pierda la tradición.

Uruguay y Colombia (además de asistencia a fiestas departamentales o municipales) recogen la asistencia al carnaval. El 35,8% de los uruguayos habían asistido al carnaval en 2009, mientras que el 20% de los colombianos hizo lo propio durante 2012

Chile ha variado sus preguntas con respecto a las diferentes ediciones de sus estudios, pero en la tercera y última encuesta realizada recoge varias preguntas sobre asistencia a fiestas tradicionales, practicas musicales, danzas y juegos tradicionales etc. Además de la realización de consultas a curanderos y el consumo de platos típicos. Esta última práctica goza de gran popularidad entre los chilenos, hallándose que el 95,9% de la población había consumido algún plato típico durante el mes anterior a la realización de la encuesta.

Uruguay: *Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural 2009* .

México: *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales Conaculta. Agosto 2010* .

Costa Rica: *Encuesta de prácticas y hábitos culturales de Costa Rica, 2010-2011*.

Chile: *III Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2012, II Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural, Encuesta de Consumo 2004-2005*.

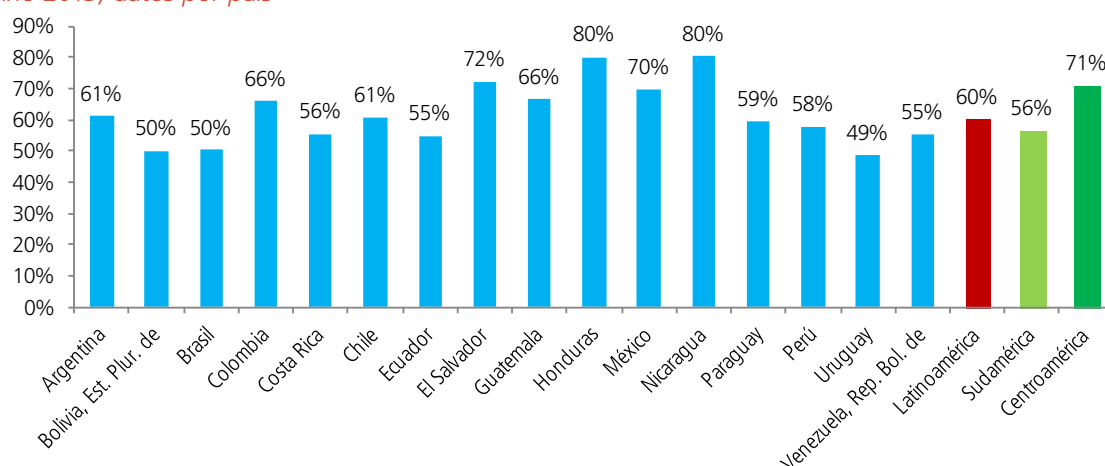
Porcentajes de respuesta por países

Al analizar los datos de respuesta por país, Centroamérica concentra los porcentajes más elevados de población que nunca ha asistido a celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos, tal y como se observa en el caso de Nicaragua, Honduras y El Salvador, con porcentajes que superan el 70%. De igual forma se encuentra que México y Colombia tienen porcentajes elevados de no participación, por encima también de la media regional (70% y 66%, respectivamente) (ver gráfico 9).

Capítulo 5. Gráfico 9

Porcentaje de personas que no ha asistido a celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos en los últimos 12 meses

Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

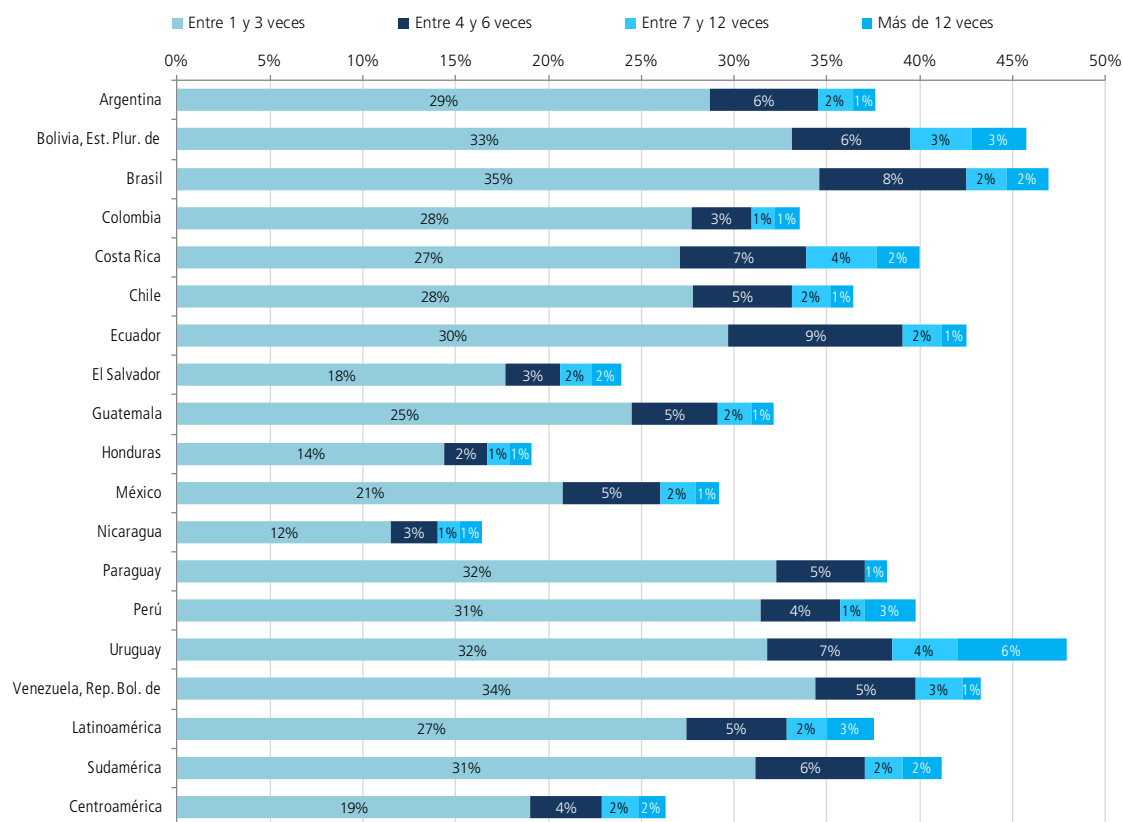
Pregunta: ¿Ha participado en celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos (por ejemplo, un carnaval) en los últimos 12 meses?

En términos de frecuencia de asistencia a celebraciones comunitarias de eventos culturales en los últimos doce meses, destacan países como Uruguay, Brasil y Bolivia con porcentajes superiores al 45%.

En el caso de Uruguay, los datos son similares a los recogidos en el apartado anterior sobre frecuencia de asistencia a lugares patrimoniales. En todos los casos, los uruguayos aparecen como el país con mayor asistencia y participación a este tipo de celebraciones y eventos (ver gráfico 10).

Capítulo 5. Gráfico 10

Porcentaje de personas que asistieron a celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos en los últimos 12 meses, por país y frecuencia de visita
Año 2013, datos por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Ha participado en celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos (por ejemplo, un carnaval) en los últimos 12 meses?

Participación en celebraciones comunitarias en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico

Género

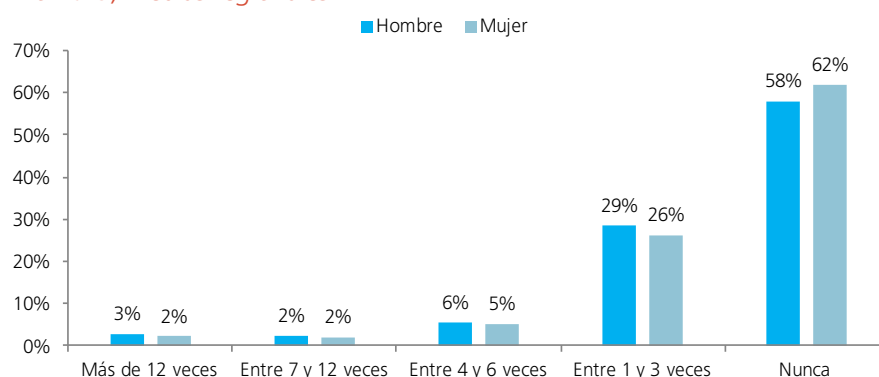
En general, los porcentajes de respuesta muestran diferencias significativas en cuanto a la frecuencia de no asistencia a este tipo de celebraciones culturales. Mientras que el 58% de los hombres indicaron no haber asistido a este tipo de eventos culturales nunca o casi nunca, el porcentaje de mujeres aumenta al 62%.

Cuando se analiza la frecuencia de asistencia entre aquellos que afirman haber participado alguna vez en este tipo de actividades, las diferencias por género no son elevadas, aunque puede apreciarse una ligera tendencia a una mayor participación en el caso de los hombres frente a las mujeres (ver gráfico 11).

Capítulo 5. Gráfico 11

Porcentaje de personas que asistieron a celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos en los últimos 12 meses, por frecuencia de visita y género

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

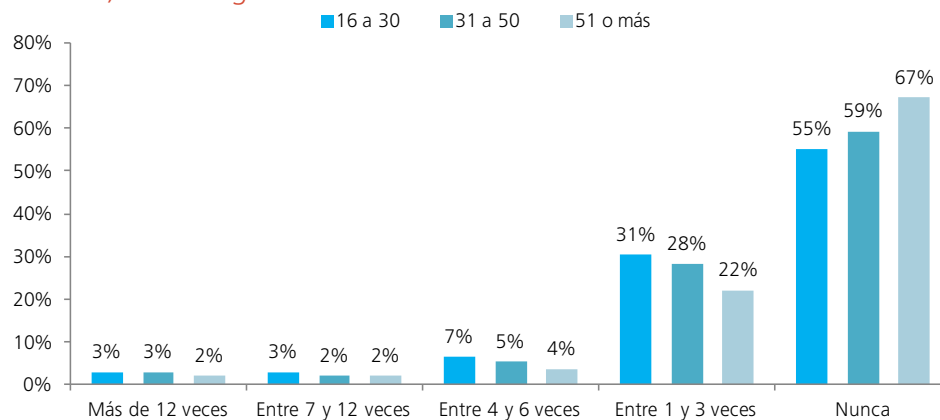
Pregunta. ¿Ha participado en celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos (por ejemplo, un carnaval) en los últimos 12 meses?

Edad

A medida que aumenta la edad de los encuestados, disminuye la asistencia a este tipo de celebraciones comunitarias. Más de la mitad de los encuestados mayores de 51 años (67%) admitió no haber asistido nunca a este tipo de eventos culturales o comunitarios, frente al 59% de las personas con una edad comprendida entre los 31 y los 50 años y el 55% de los jóvenes. De igual forma, se observa cómo la frecuencia de participación aumenta según se reduce la edad del encuestado, aunque las diferencias entre grupos etarios no son elevadas (ver gráfico 12).

Capítulo 5. Gráfico 12

Porcentaje de personas que asistieron a celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos en los últimos 12 meses, por frecuencia de visita y grupo de edad
Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

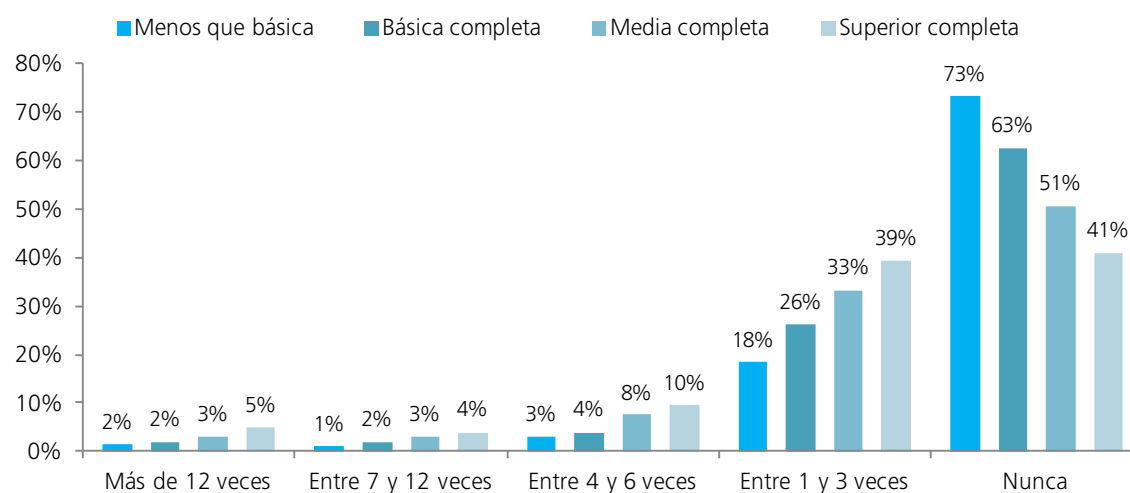
Pregunta. ¿Ha participado en celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos (por ejemplo, un carnaval) en los últimos 12 meses?

Nivel Educativo

La asistencia a celebraciones comunitarias de tipo histórico o cultural está estrechamente relacionada con el nivel educativo del encuestado. La tendencia es clara al mostrar que según aumenta el nivel de formación, se reduce el porcentaje de no asistencia, a la vez que se observa cómo aumenta la frecuencia de participación. Así, por ejemplo, mientras que un 73% de quienes no han logrado finalizar los estudios básicos indican no haber asistido nunca a este tipo de actividad, el porcentaje va reduciéndose hasta llegar a un 41% entre aquellos que tienen estudios superiores.

Capítulo 5. Gráfico 13

Porcentaje de personas que asistieron a celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos en los últimos 12 meses, por frecuencia de visita y nivel educativo



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Ha participado en celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos (por ejemplo, un carnaval) en los últimos 12 meses?

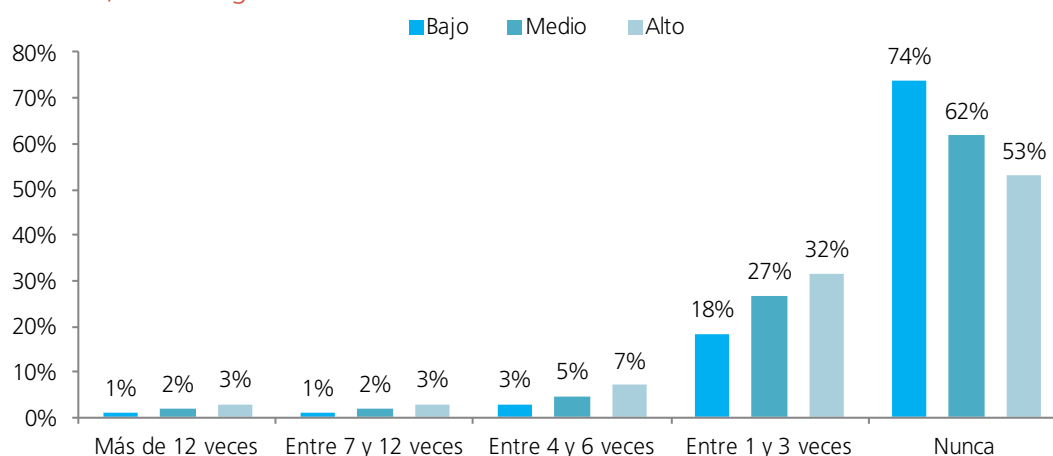
Nivel socioeconómico

Por último, se ha querido analizar la influencia del contexto socioeconómico sobre la participación en eventos culturales. Los datos recogidos en la encuesta muestran que un 74% de las personas con un nivel socioeconómico bajo afirma no haber participado nunca en este tipo de actividad. Este porcentaje se va reduciendo progresivamente según mejora el contexto, llegando a un 53% entre los encuestados de niveles socioeconómicos elevados (ver gráfico 14).

Capítulo 5. Gráfico 14

Porcentaje de personas que asistieron a celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos en los últimos 12 meses, por frecuencia de visita y nivel socioeconómico

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. ¿Ha participado en celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos (por ejemplo, un carnaval) en los últimos 12 meses?

SÍNTESIS

Casi en la misma proporción, alrededor del 60% de los latinoamericanos, admitió no haber participado nunca tanto del patrimonio material como del inmaterial de sus respectivos países. De haberlo hecho, la respuesta escogida en mayor proporción para la asistencia a festividades comunitarias y para la visita a lugares patrimoniales fue "Entre 1 y 3 veces" (un 27% de la población).

Ecuador, México, Costa Rica y Uruguay con porcentajes superiores al 42% son los países con mayor índice de asistencia a parques históricos, culturales o lugares del patrimonio. Mientras que Uruguay, Brasil y Bolivia suman los mayores porcentajes (superiores al 45%) de asistencia a celebraciones comunitarias de eventos culturales o históricos.

Los índices de asistencia más bajos para ambos casos se encuentran en Centroamérica, donde más de las tres cuartas partes de su población no había visitado un lugar patrimonial o participado de algún tipo de celebración comunitaria de tipo cultural.

Proporcionalmente los hombres participan más que las mujeres del patrimonio material e inmaterial, al igual que los jóvenes con respecto a los otros grupos de edad.

El nivel de formación es una de las principales barreras que dificulta la participación a buena parte de la población con estudios básicos o menos que básicos de las actividades culturales ligadas al patrimonio material e inmaterial. El caso es más llamativo en la asistencia a parques históricos o lugares patrimoniales, donde casi el 80% de la población con estudios menos que básicos y el 64% de las personas con estudios básicos dijo no haber asistido “Nunca”.

La asistencia a lugares patrimoniales o la participación en eventos comunitarios de tipo cultural está reservado mayoritariamente a los niveles socioeconómicos medios y altos. La mitad de las personas de clase alta y en una proporción algo menor los de clase media habían participado de este tipo de prácticas culturales en los últimos 12 meses, mientras que el 74% de las personas con un nivel socioeconómico bajo no habían acudido nunca a celebraciones comunitarias y el 80% nunca había visitado un parque histórico o lugar del patrimonio.

Capítulo 6

Percepciones sociales sobre la cultura

En este último capítulo se recogen las percepciones que los latinoamericanos tienen respecto a dos cuestiones fundamentales: el acceso a la cultura y el reconocimiento de la cultura de los pueblos originarios. Se establecen por tanto dos partes diferenciadas dentro del mismo capítulo.

La primera parte se centra en analizar las percepciones pasadas y a las expectativas futuras que los latinoamericanos tienen en relación a las posibilidades de acceso a la cultura en sus respectivos países.

El derecho a la cultura se expresa con rotundidad en el primer párrafo del Artículo 27 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos: "Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten". Comprende en su definición dos dimensiones: una de acceso y otra de participación.

Está en el deber de los Estados tomar medidas tanto legislativas como técnicas, administrativas, económicas y financieras, para democratizar el acceso a los bienes y servicios culturales a fin de que todos los individuos puedan ejercitar libremente su derecho a la cultura.

La segunda parte recoge una valoración sobre los avances en el reconocimiento de la cultura de los pueblos originarios de cada país durante últimos 10 años. Siendo conscientes de la complejidad que albergaba esta pregunta, no podíamos desatender la importancia que tiene el

cuidado de la cultura de los pueblos originarios para el conjunto de la cultura en Latinoamérica y para responder a los principios de fortalecimiento de la equidad y de la diversidad cultural.

En concreto las preguntas realizadas fueron las siguientes:

- Con respecto a los últimos 10 años, ¿cree usted que ha aumentado o ha disminuido su acceso a la cultura en (país)?
- En los próximos 10 años, ¿cuánto cree Ud. que aumentará o disminuirá el acceso a la cultura en (país)?
- Con respecto al tratamiento de la cultura de los pueblos originarios y/o afro descendientes de su país. Durante los últimos 10 años ¿considera que se ha avanzado en el reconocimiento y puesta en valor de sus derechos, idiomas, tradiciones y formas de expresión cultural?

EL ACCESO A LA CULTURA EN EL PASADO RECIENTE

Datos generales

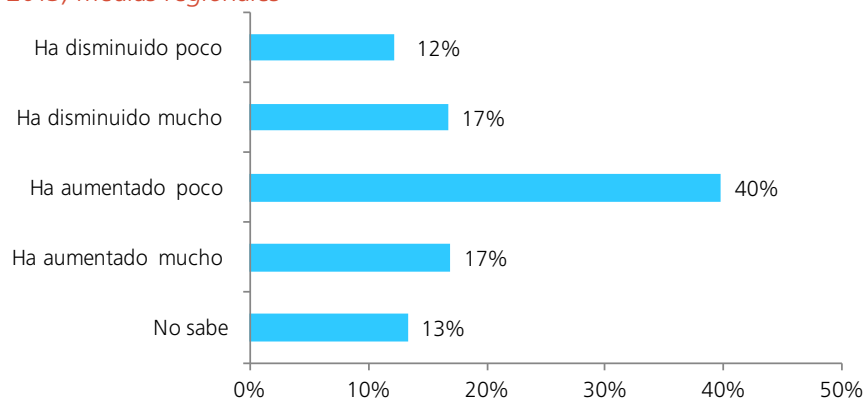
La pregunta formulada fue la siguiente: “en los últimos 10 años ¿ha aumentado o ha disminuido el acceso a la cultura en su país?”

El 57% de los latinoamericanos encuestados consideran que en los últimos 10 años han aumentado las posibilidades de acceder a la cultura en su país. No obstante, la mayoría opina que han aumentado poco (40%) y solo el 17% considera que mucho. El restante 29% afirma que durante los últimos 10 años han disminuido las posibilidades de acceder a la cultura en su país. Llama también la atención que un porcentaje elevado de los encuestados (13%) no sabe qué opinar al respecto.

Capítulo 6. Gráfico 1

Con respecto a los últimos 10 años, ¿cree usted que ha aumentado o ha disminuido su acceso a la cultura en su país?

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013

Pregunta. Con respecto a los últimos 10 años, ¿cree usted que ha aumentado o ha disminuido su acceso a la cultura en (país)?

Porcentajes de respuesta por países

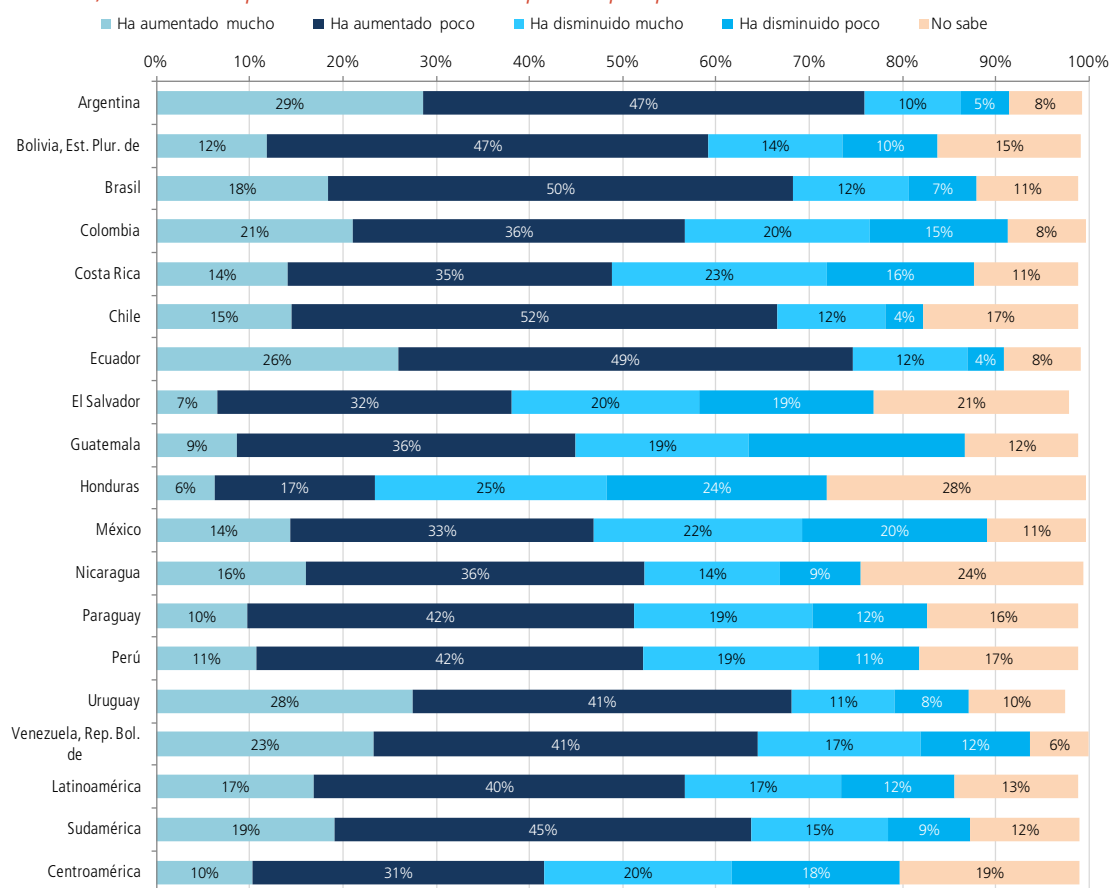
En general, en América Latina los datos regionales indican que es mayor el porcentaje de aquellos que consideran que en sus países ha aumentado el acceso a la cultura. En comparación, los centroamericanos encuestados serían los que tienen una visión más dividida, pues un 41% afirma que ha aumentado, frente al 38% que percibe una reducción en las posibilidades de acceso.

Mucho más optimistas se muestran los sudamericanos, donde el 64% valora como positiva la evolución, frente a un 24% que opina lo contrario. Las visiones más positivas se encuentran en Argentina (76%), Ecuador (75%), Brasil (68%) y Uruguay (68%), donde la población considera, de forma mayoritaria, que el acceso a la cultura en su país ha mejorado con respecto a los últimos 10 años. No obstante, son los encuestados argentinos, uruguayos y ecuatorianos quienes además valoran que este aumento ha sido muy elevado (ver gráfico 2).

Capítulo 6. Gráfico 2

Valoración de la evolución del acceso a la cultura en los últimos 10 años, por país

Año 2013, frecuencias porcentuales de cada respuesta por país



Fuente: Latinobarómetro 2013

Pregunta: Con respecto a los últimos 10 años, ¿cree usted que ha aumentado o ha disminuido su acceso a la cultura en (país)?

Valoración del acceso a la cultura en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico

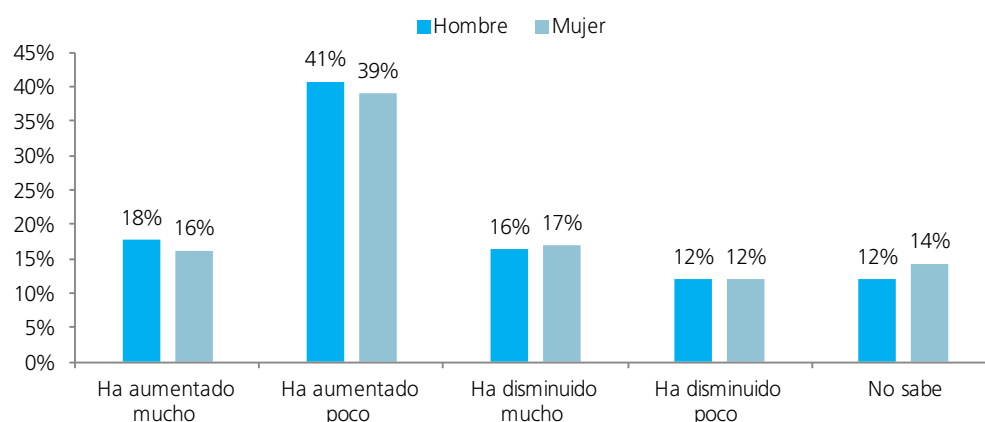
Género

Los mayores porcentajes de respuesta, tanto de hombres como de mujeres, hacen referencia a que el acceso a la cultura ha aumentado poco en los últimos diez años (próximo al 40%, en ambos casos). Por otra parte, también se observa que las opiniones, a pesar de ser muy semejantes entre géneros, son ligeramente más positivas en el caso de los hombres que el de las mujeres. No obstante, las diferencias porcentuales son poco significativas (ver gráfico 3).

Capítulo 6. Gráfico 3

Valoración de la evolución del acceso a la cultura en los últimos 10 años según género

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. Con respecto a los últimos 10 años, ¿cree usted que ha aumentado o ha disminuido su acceso a la cultura en (país)?

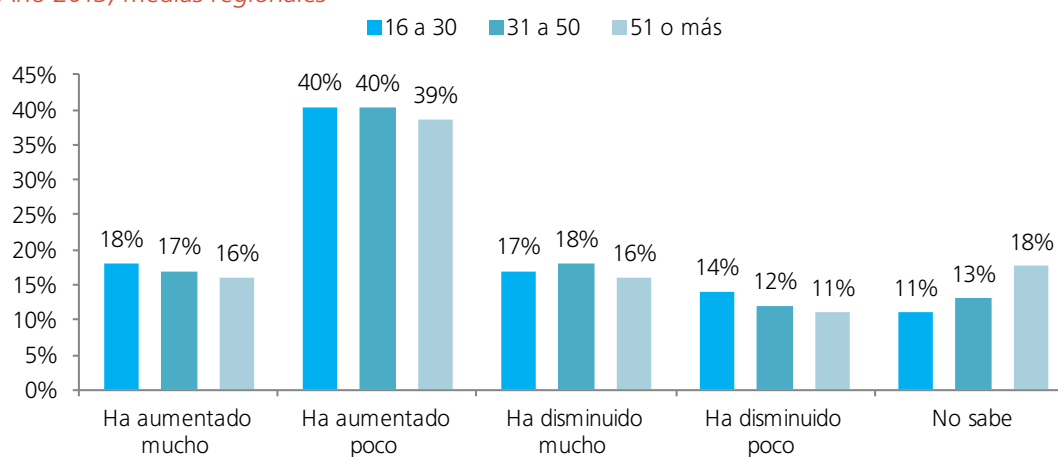
Edad

Cuando se analizan los datos tomando en consideración la edad de los encuestados, en general las opiniones entre los diferentes grupos etarios son muy similares. La mayoría afirma que en la última década el acceso a la cultura ha ido aumentando; no obstante, los mayores porcentajes hacen referencia a que este aumento ha sido pequeño (*"ha aumentado poco"*).

Comparando las respuestas dadas por los tres grupos edad, es posible identificar una ligera mejor valoración del progreso entre los más jóvenes (entre 16 y 30 años). No obstante, los porcentajes son muy similares en todas las alternativas de respuesta, no pudiéndose destacar una tendencia clara de relación en función de la edad (ver gráfico 4).

Capítulo 6. Gráfico 4

Valoración de la evolución del acceso a la cultura en los últimos 10 años por grupo de edad Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. Con respecto a los últimos 10 años, ¿cree usted que ha aumentado o ha disminuido su acceso a la cultura en (país)?

Nivel educativo

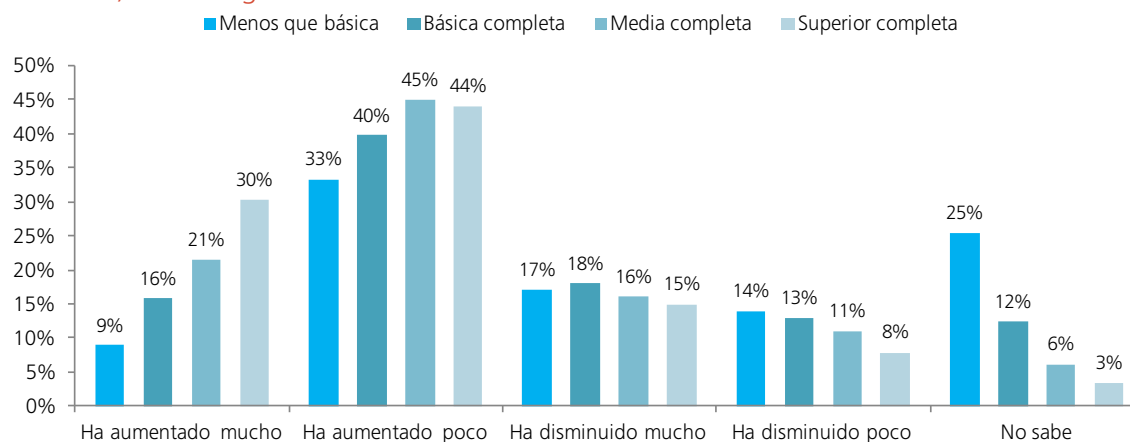
En todos los niveles educativos se observa que la opinión mayoritaria hace referencia a que el acceso a la cultura ha mejorado en los últimos años en sus respectivos países. No obstante, se observan grandes diferencias en función de esta variable. El 30% de los encuestados que tienen estudios superiores consideran que el acceso a la cultura ha aumentado mucho, frente al 16% de quienes tienen estudios básicos y un 9% de aquellos que no lograron finalizar la formación básica.

La misma tendencia se observa al analizar las respuestas de aquellos que consideran que la situación ha empeorado en la última década: las opiniones se vuelven más negativas según se reduce el nivel educativo del encuestado (ver gráfico 5).

Capítulo 6. Gráfico 5

Valoración de la evolución del acceso a la cultura en los últimos 10 años por nivel educativo

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. Con respecto a los últimos 10 años, ¿cree usted que ha aumentado o ha disminuido su acceso a la cultura en (país)?

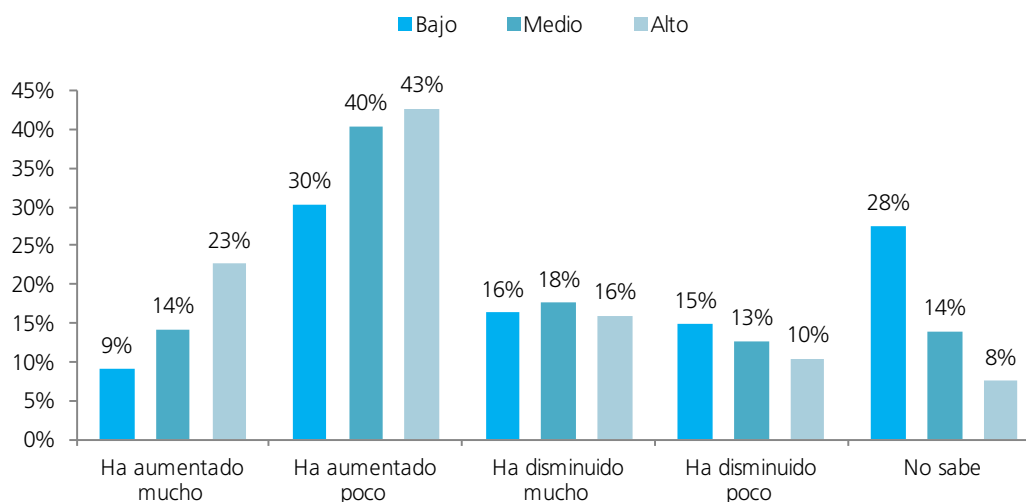
Nivel Socioeconómico

Por último, se analizan las opiniones de los encuestados tomando en consideración el contexto socioeconómico. En todos los casos, tal y como se observa en la gráfica siguiente, la percepción sobre cómo ha evolucionado el acceso a la cultura en la región en los últimos años es mayoritariamente positiva. No obstante, estas opiniones varían de manera significativa en función del contexto socioeconómico. Esto es, mientras que un 23% de aquellos que pertenecen a niveles altos considera que ha aumentado mucho el acceso a los recursos culturales, solo el 9% de los niveles bajos lo considera así. Llama la atención también que un 28% de los encuestados que pertenecen a contextos bajos no han sabido qué opinar al respecto cuando se les ha preguntado sobre esta cuestión. Este porcentaje es solo de un 8% entre aquellos de niveles socioeconómicos altos (ver gráfico 6).

Capítulo 6. Gráfico 6

Valoración de la evolución del acceso a la cultura en los últimos 10 años por nivel socioeconómico

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. Con respecto a los últimos 10 años, ¿cree usted que ha aumentado o ha disminuido su acceso a la cultura en (país)?

EXPECTATIVAS SOBRE EL ACCESO A LA CULTURA

Datos generales

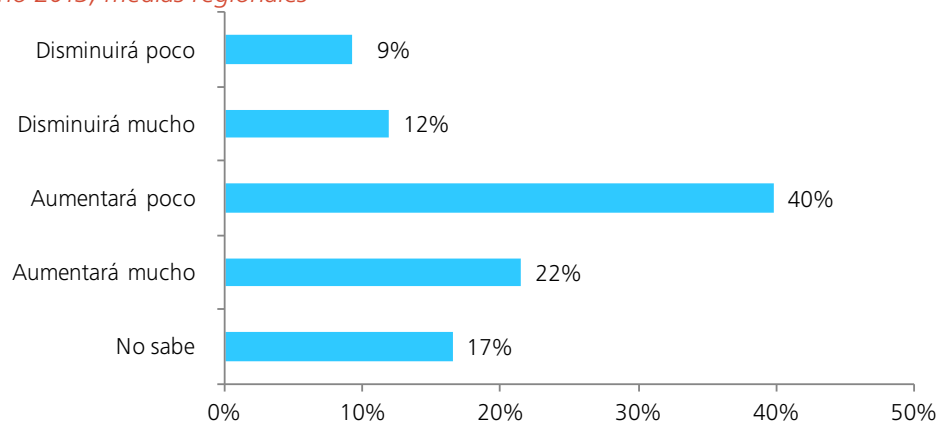
La pregunta formulada para conocer las expectativas futuras sobre el acceso a la cultura fue la siguiente: “En los próximos diez años ¿cuánto cree que aumentará o disminuirá el acceso a la cultura en su país?”

En general, la opinión de los encuestados puede considerarse optimista, siendo mayor el porcentaje de los que consideran que en el futuro aumentará el acceso a la cultura en su país. No obstante, son valoraciones moderadas ya que el 40% afirma que este incremento será reducido. Al igual que en el apartado anterior, el porcentaje de aquellos que no saben cómo será esta evolución es elevado, de un 17% (ver gráfico 7).

Capítulo 6. Gráfico 7

En los próximos 10 años ¿cuánto cree que aumentará o disminuirá el acceso a la cultura en su país?

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. En los próximos diez años ¿cuánto cree que aumentará o disminuirá el acceso a la cultura en su país?

Porcentajes de respuesta por país

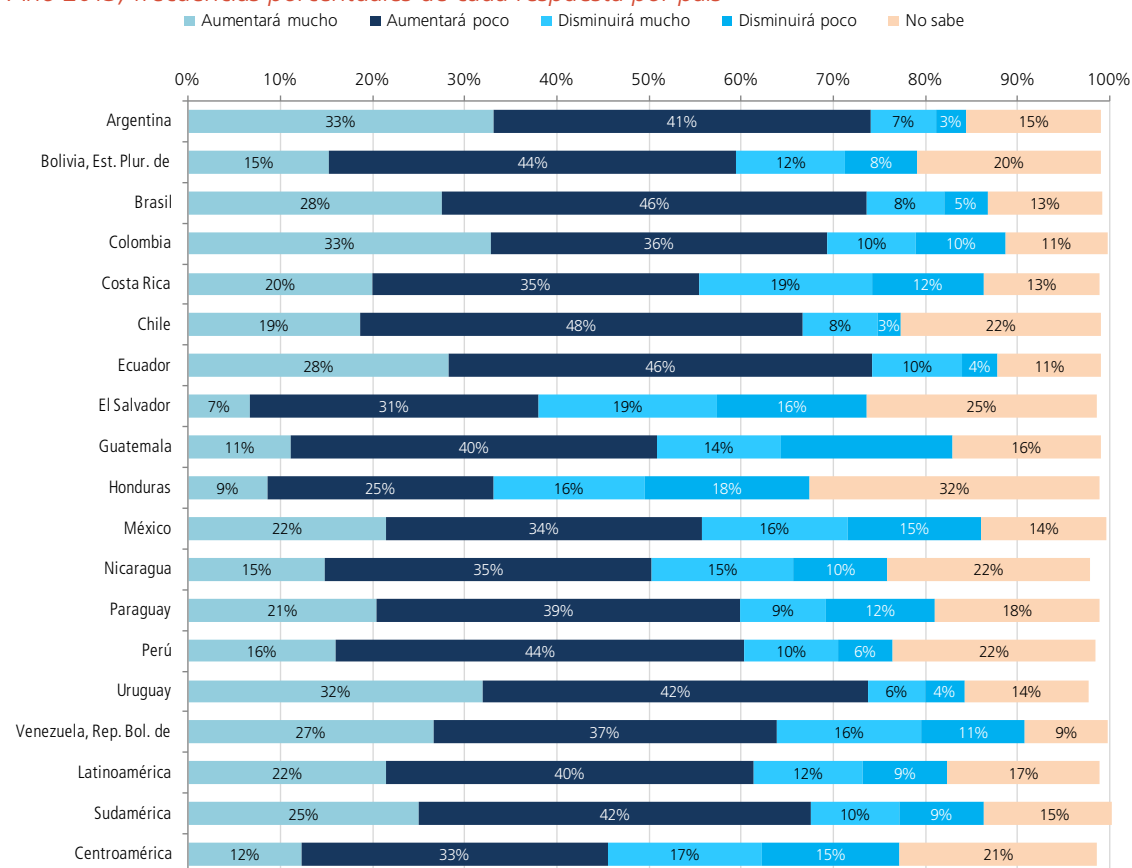
Al igual que en el apartado anterior, la población encuestada de Ecuador, Argentina, Uruguay y Brasil es la más optimista en cuanto al futuro del acceso a la cultura en su país. Casi las tres cuartas partes de su población consideran que aumentará en los próximos 10 años.

En general, tomando los promedios de respuesta, nuevamente se observa que Centromérica presenta los mayores porcentajes de personas con opiniones menos favorables acerca del futuro. Por el contrario, los países sudamericanos se posicionan con unos promedios más positivos, por encima incluso de la media regional (ver gráfico 8).

Capítulo 6. Gráfico 8

Valoración de la evolución del acceso a la cultura en los próximos 10 años, por país

Año 2013, frecuencias porcentuales de cada respuesta por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

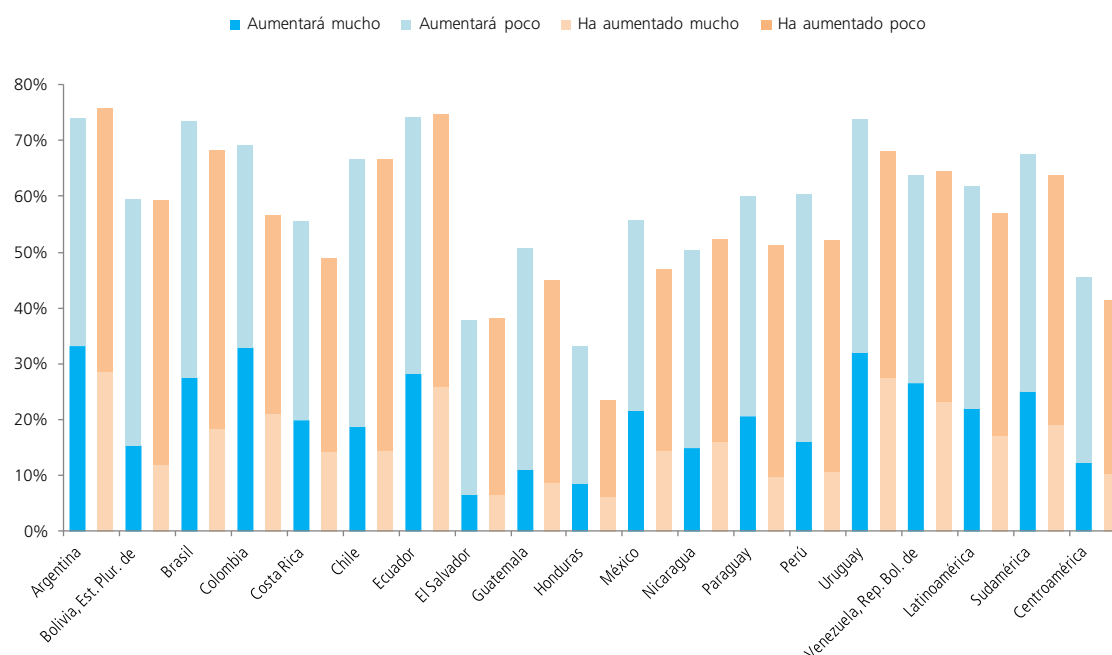
Pregunta. En los próximos diez años ¿cuánto cree que aumentará o disminuirá el acceso a la cultura en su país?

En el gráfico siguiente se muestra una comparación entre la percepción de aumento en el acceso a la cultura durante los últimos 10 años y las expectativas para los 10 años siguientes (ver gráfico 9).

Capítulo 6. Gráfico 9

Comparación de las valoraciones de la evolución del acceso a cultura: pasado y futuro

Año 2013, frecuencias porcentuales de respuesta por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. En los próximos diez años ¿cuánto cree que aumentará o disminuirá el acceso a la cultura en su país?

En la mayoría de los países, las expectativas de un futuro aumento de las posibilidades de acceso a la cultura son superiores al aumento percibido durante los últimos 10 años.

Hay que destacar nuevamente que los ecuatorianos, argentinos, uruguayos y brasileños tienen una percepción muy positiva del acceso a la cultura en sus respectivos países, tanto con respecto a lo conseguido durante los últimos 10 años, como a las perspectivas de futuro. Ellos muestran los mayores porcentajes de población que percibe un aumento en ambas situaciones.

Expectativas sobre el acceso a la cultura en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico

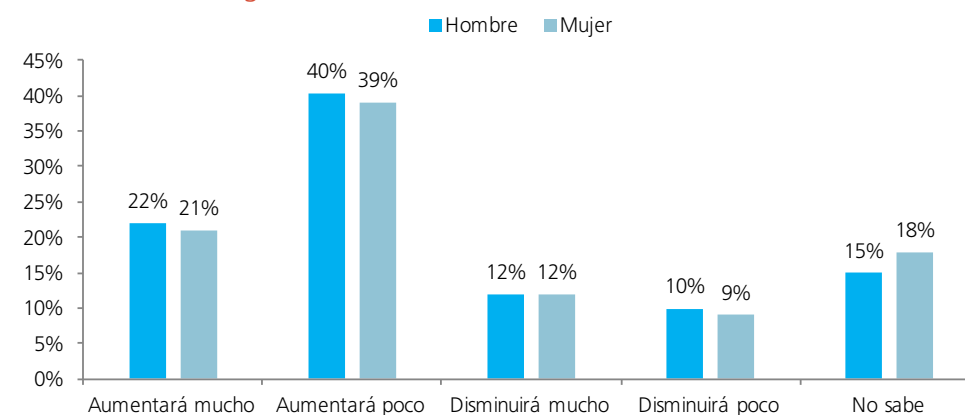
Género

Cuando se analizan las respuestas tomando en consideración el género del encuestado, no se aprecian casi diferencias. Tanto hombres como mujeres consideran en su mayoría que el acceso a la cultura aumentará durante los próximos 10 años, aunque principalmente este aumento

sea moderado (40% afirman que aumentará poco). En el resto de las categorías de respuesta también los porcentajes son muy similares, entre hombres y mujeres (ver gráfico 10).

Capítulo 6. Gráfico 10

Valoración de la evolución del acceso a la cultura en los próximos 10 años por género Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

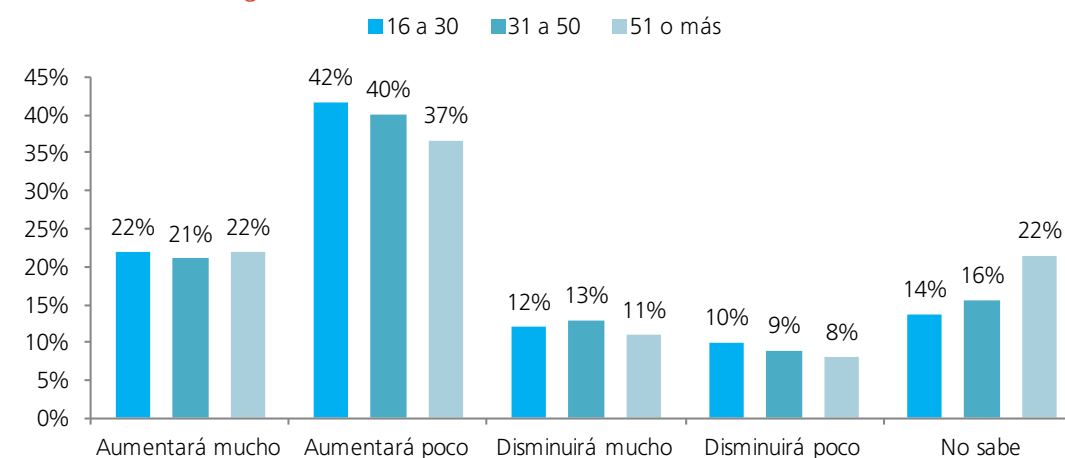
Pregunta. En los próximos diez años ¿cuánto cree que aumentará o disminuirá el acceso a la cultura en su país?

Edad

Atendiendo a la edad de los encuestados, en general se observa una valoración mayoritariamente optimista en los diferentes grupos etarios. No es posible encontrar una tendencia clara en las respuestas, si bien es posible identificar una ligera opinión más positiva sobre el futuro entre los más jóvenes. No obstante, las diferencias son escasas entre los diferentes grupos de edad (ver gráfico 11).

Capítulo 6. Gráfico 11

Valoración de la evolución del acceso a la cultura en los próximos 10 años por grupo de edad Año 2013, medias regionales

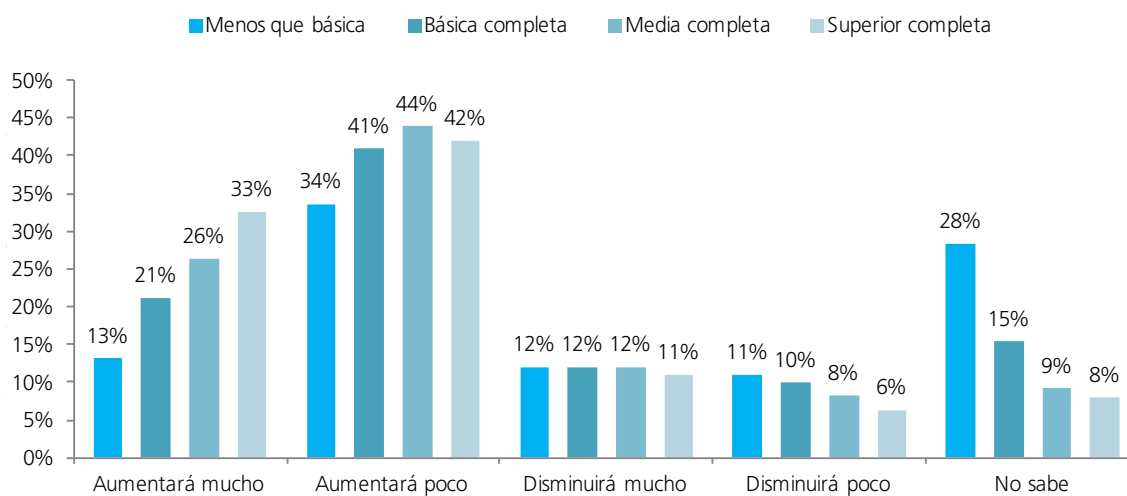


Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. En los próximos diez años ¿cuánto cree que aumentará o disminuirá el acceso a la cultura en su país?

Nivel educativo

En relación al nivel educativo, se observa una tendencia clara en las respuestas. A medida que aumenta el nivel de formación de los encuestados, son mayores las expectativas positivas acerca del aumento en el acceso a la cultura para el futuro.



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. En los próximos diez años ¿cuánto cree que aumentará o disminuirá el acceso a la cultura en su país?

Nivel Socioeconómico

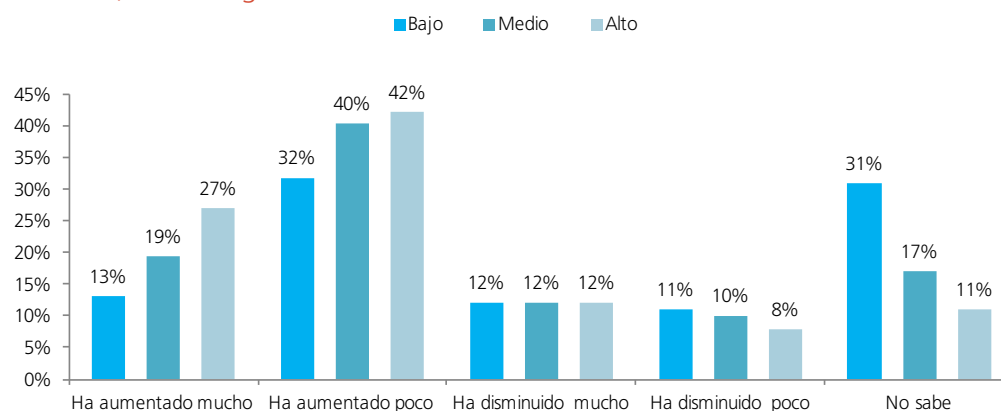
Los datos muestran que el 69% de las personas de nivel socioeconómico alto consideran que el acceso a la cultura aumentará en los próximos 10 años, frente al 59% de aquellos que pertenecen a clases medias y al 45% de los de clases bajas. Menores son las diferencias, en función del contexto, cuando se analizan las opiniones de aquellos que consideran que en el futuro las posibilidades de acceso disminuirán (en todos los casos están próximos al 20%). Esto es, en general, existen unas expectativas positivas acerca del futuro, aunque son mucho más positivas entre aquellos que pertenecen a contextos socioeconómicos más favorables.

Cabe que destacar que, igual que en apartado anterior, se encuentra un alto porcentaje de personas de nivel socioeconómico bajo (31%) que afirma no saber qué contestar al respecto (ver gráfico 13).

Capítulo 6. Gráfico 13

Valoración de la evolución del acceso a la cultura en los próximos 10 años por nivel socioeconómico

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. En los próximos diez años ¿cuánto cree que aumentará o disminuirá el acceso a la cultura en su país?

TRATAMIENTO DE LA CULTURA DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS

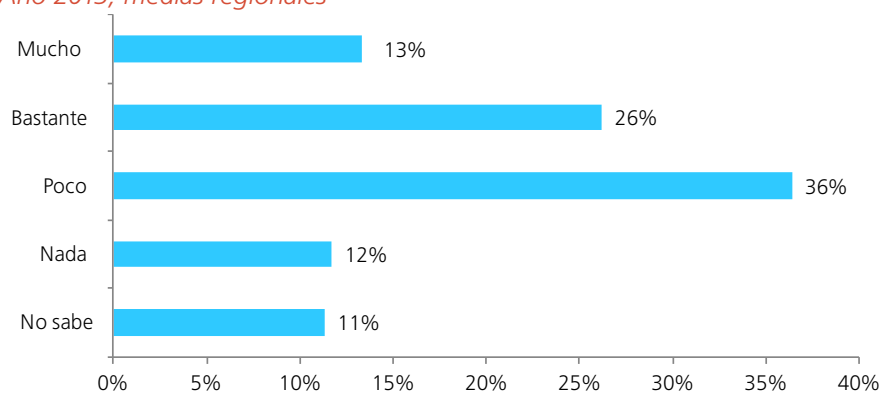
Datos generales

Cuando se preguntó acerca del tratamiento de la cultura de los pueblos originarios sobre su evolución en los últimos años, las respuestas en su mayoría mostraron una situación poco favorable. Aunque un 26% de los encuestados afirma que se ha mejorado bastante, la mayoría, con un 36%, considera que es poco lo logrado en la última década. Cercano al 12% estarían aquellos que definen como muy bueno el reconocimiento que se ha conseguido de estos pueblos originarios, pero es el mismo porcentaje de aquellos que indican que no se ha logrado nada al respecto (ver gráfico 14).

Capítulo 6. Gráfico 14

Con respecto al tratamiento de la cultura de los pueblos originarios, durante los últimos diez años, ¿considera que se ha avanzado en su reconocimiento?

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro N= 20204

Pregunta. Con respecto al tratamiento de la cultura de los pueblos originarios durante los últimos diez años, ¿considera que se ha avanzado en su reconocimiento?

Porcentajes de respuesta por países

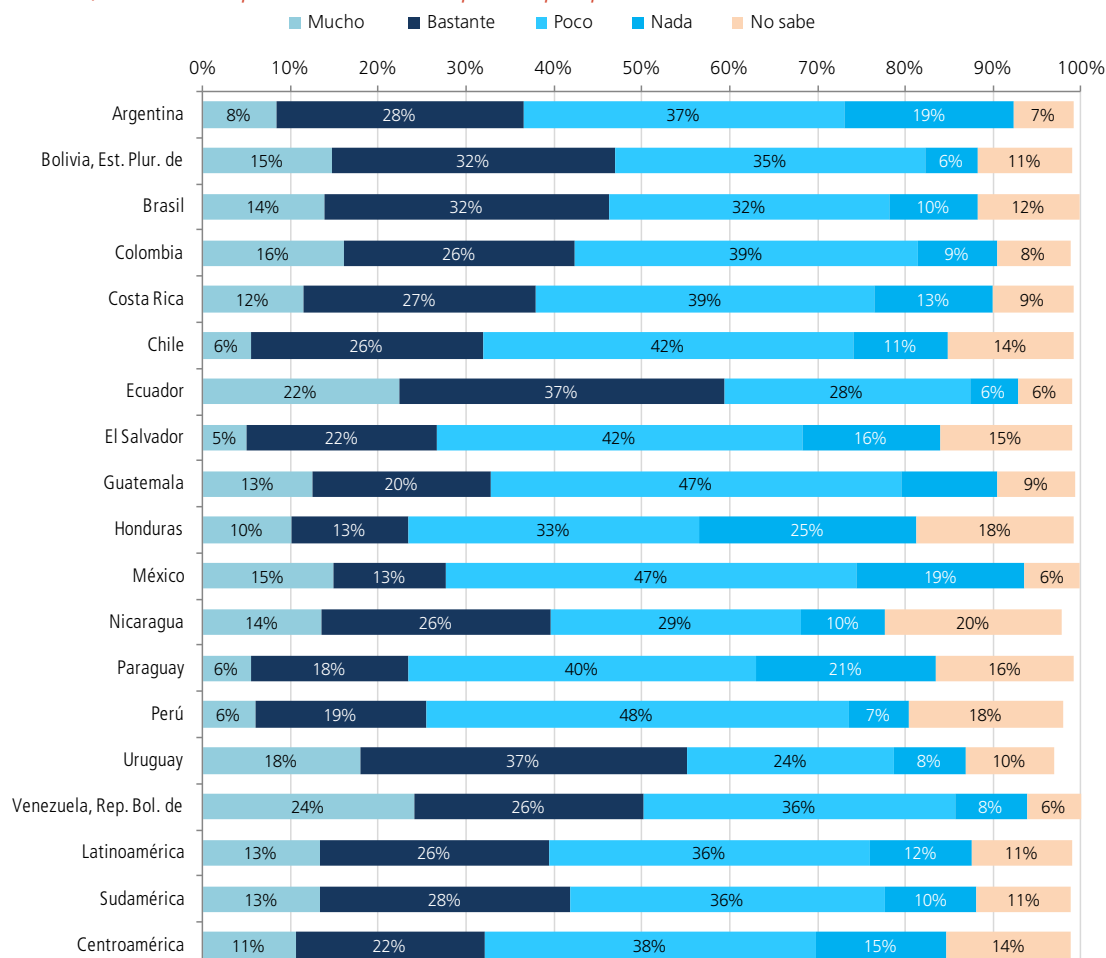
Se puede observar en el siguiente gráfico que Ecuador y Uruguay muestran las percepciones de avance más positivas. Los dos países presentan los mayores porcentajes de población que dice haber progresado bastante y mucho en el reconocimiento de la cultura de los pueblos originarios en sus respectivos países. Les sigue Venezuela, con un 50% de población encuestada que valora como positivo el avance en la última década. A continuación se sitúan Bolivia y Brasil, con un porcentaje de la población con valoración positiva cercano al 50%.

En general, las percepciones de avance en el reconocimiento de la cultura de los pueblos originarios son superiores en Sudamérica, donde el promedio entre las opciones de “mucho” y “bastante” suma el 42% mientras que en Centroamérica no supera el 31%.

Capítulo 6. Gráfico 15

Valoración del avance logrado en el reconocimiento de la cultura de los pueblos originarios en los últimos 10 años, por país

Año 2013, frecuencias porcentuales de respuesta por país



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. Con respecto al tratamiento de la cultura de los pueblos originarios durante los últimos diez años, ¿considera que se ha avanzado en su reconocimiento?

Tratamiento de la cultura de los pueblos originarios en función del género, la edad, el nivel educativo y el nivel socioeconómico

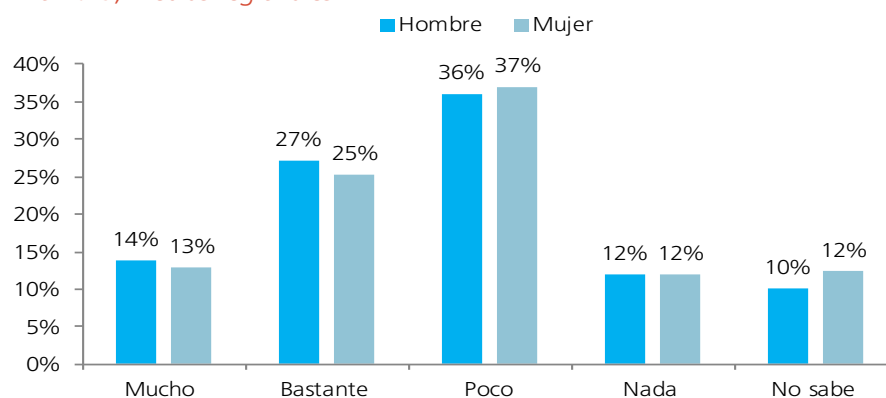
Género

Apenas se muestran diferencias entre las percepciones de hombres y mujeres sobre los avances logrados en el reconocimiento de los pueblos originarios. En general, en ambos grupos las valoraciones mayoritarias hacen referencia a que se ha avanzado poco en esta materia en los últimos diez años (ver gráfico 16).

Capítulo 6. Gráfico 16

Valoración del avance logrado en el reconocimiento de la cultura de los pueblos originarios en los últimos 10 años, por género

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. Con respecto al tratamiento de la cultura de los pueblos originarios durante los últimos diez años, ¿considera que se ha avanzado en su reconocimiento?

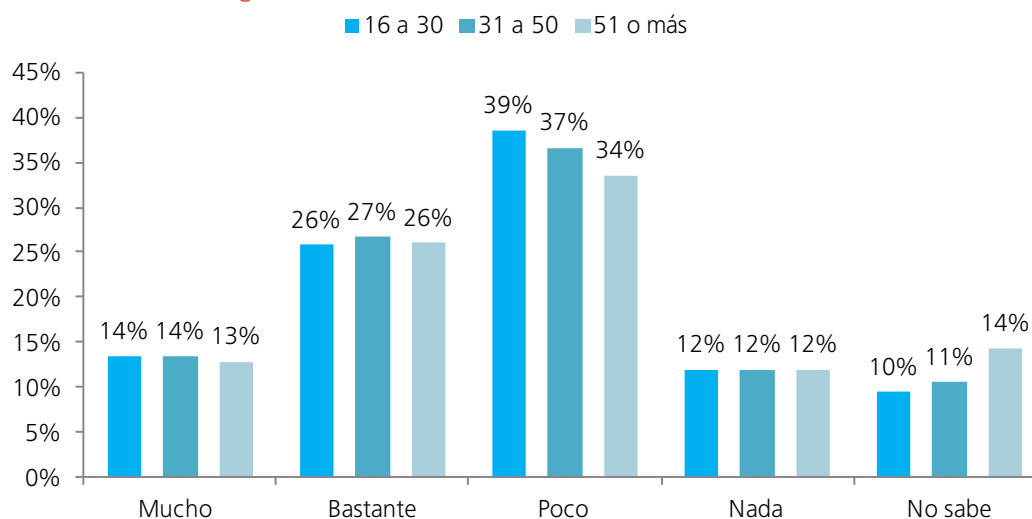
Edad

Al igual que al analizar las respuestas en función del género del encuestado, en esta ocasión tampoco es posible encontrar una tendencia clara en relación a la edad del entrevistado. Si bien podría considerarse que los más jóvenes tienen una visión ligeramente más positiva sobre los logros alcanzados en el reconocimiento de los pueblos originarios, los datos no permiten destacar claras diferencias en función de la variable edad (ver gráfico 17).

Capítulo 6. Gráfico 17

Valoración del avance logrado en el reconocimiento de la cultura de los pueblos originarios en los últimos 10 años, por grupo de edad

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. Con respecto al tratamiento de la cultura de los pueblos originarios durante los últimos diez años, ¿considera que se ha avanzado en su reconocimiento?

Nivel Educativo

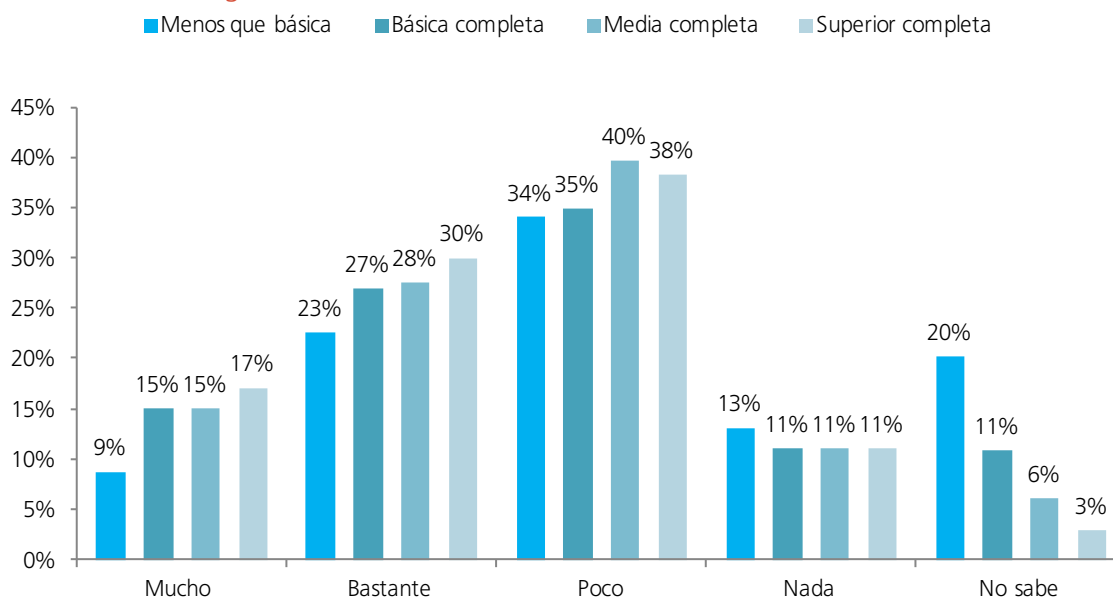
Al analizar las respuestas tomando en consideración el nivel educativo, los datos muestran que aquellos que tienen una mayor formación dan opiniones más favorables respecto a los avances logrados en el reconocimiento cultural de los pueblos originarios. Mientras que el 47% de los encuestados con formación superior consideran que se ha evolucionado bastante y mucho, este porcentaje se reduce a un 32% entre aquellos que no tienen estudios básicos.

Sin embargo, al analizar las opiniones menos favorables (no haber avanzado nada o poco en la última década), las diferencias en función del nivel educativo desaparecen. Llama la atención, de nuevo, el alto porcentaje de aquellos que no cuentan con estudios básicos y que afirman no saber qué responder ante esta cuestión (20%) (ver gráfico 18)

Capítulo 6. Gráfico 18

Valoración del avance logrado en el reconocimiento de la cultura de los pueblos originarios en los últimos 10 años, por nivel educativo

Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

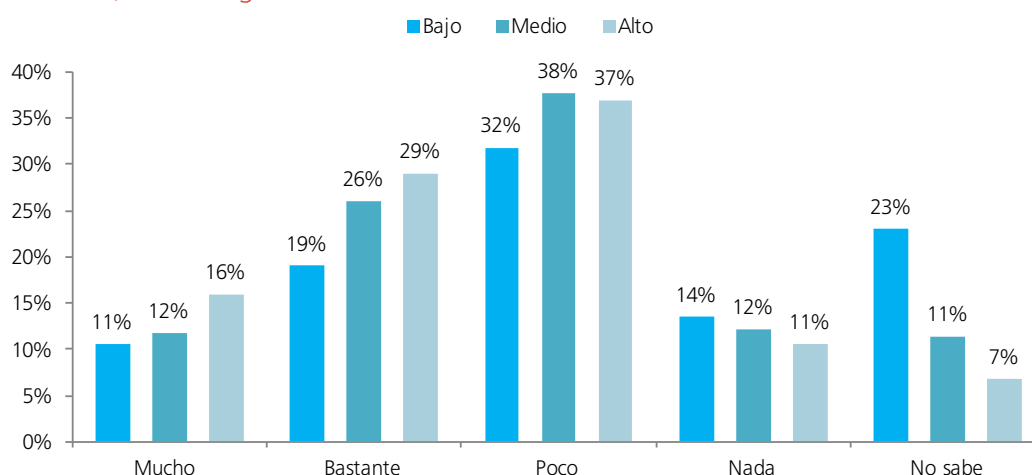
Pregunta. Con respecto al tratamiento de la cultura de los pueblos originarios durante los últimos diez años, ¿considera que se ha avanzado en su reconocimiento?

Nivel socioeconómico

Por último, cuando se presentan los datos tomando en consideración el contexto socioeconómico, en general se observa que el porcentaje de personas que opinan que no se ha avanzado nada aumenta según desciende el nivel socioeconómico. En todos los contextos la mayoría señaló que era poco el avance logrado en el reconocimiento de la cultura de los pueblos originarios. Las opiniones más favorables se sitúan de nuevo entre aquellos que pertenecen a contextos socioeconómicos más elevados (ver gráfico 19).

Capítulo 6. Gráfico 19

Valoración del avance logrado en el reconocimiento de la cultura de los pueblos originarios en los últimos 10 años, por nivel socioeconómico Año 2013, medias regionales



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Pregunta. Con respecto al tratamiento de la cultura de los pueblos originarios durante los últimos diez años, ¿considera que se ha avanzado en su reconocimiento?

SÍNTESIS

Acceso a la cultura

En términos generales, durante los últimos 10 años se ha percibido un aumento en las posibilidades de acceso a la cultura, y las expectativas siguen siendo de aumento para los próximos 10 años. En este sentido estas percepciones y expectativas son altas para el caso de países como Ecuador, Argentina, Brasil y Uruguay, pero no así para buena parte de los países centroamericanos.

Además, estas concepciones sobre el pasado y expectativas sobre el futuro dependen de la edad, el nivel económico y educativo.

El 23% de las personas con un nivel socioeconómico alto y el 30% de los estudios superiores, opinaron que se había avanzado mucho en el acceso a la cultura durante los últimos 10 años, mientras que solamente el 9% de las personas con nivel socioeconómico bajo y estudios

menos que básicos contestó de esta manera. Diferencias similares se observan en las expectativas futuras.

Como se ha demostrado en capítulos anteriores, existen barreras de acceso que impiden participar a determinados estratos de la población en un buen número de actividades culturales, ello explica que sean precisamente los mayores de 51 años, las mujeres o las personas de menor poder adquisitivo y bajo nivel de estudios las que ofrezcan una valoración más crítica de lo conseguido hasta el momento y unas expectativas más pesimistas de avance en el acceso a la cultura en los próximos 10 años.

Reconocimiento de la cultura de los pueblos originarios

Se puede decir que se ha avanzado en el reconocimiento de la cultura de los pueblos originarios, pero se ha avanzado poco (37%). Esa es la percepción de la mayoría de los latinoamericanos. No obstante, encontramos las visiones más positivas en Ecuador y Uruguay y de nuevo las posturas más críticas en Centroamérica.

Nuevamente estas percepciones varían en función de la edad, el nivel educativo y socioeconómico. La desagregación de los datos por nivel socioeconómico arrojó las principales variaciones y los resultados más interesantes. El 29% de las personas con un nivel alto opinó que se había avanzado “bastante”, en el reconocimiento de la cultura de los pueblos originarios, frente al 26% de los que cuentan con un nivel medio y el 19% de los que integran el nivel bajo. Lo que demuestran los datos es que las medidas para avanzar en el reconocimiento de la cultura de estos pueblos, si se han hecho, han sido percibidas en menor grado por los estratos más bajos de la población, y es bastante probable que exista una mayor vinculación entre la población con menor nivel socioeconómico y las personas que forman parte de los pueblos originarios y afrodescendientes

CONCLUSIONES

Introducción

Por primera vez, hasta donde conocemos, se realiza un estudio en la gran mayoría de los países latinoamericanos sobre los hábitos y las prácticas culturales de los ciudadanos de la región. Existen magníficos estudios de este tipo referidos a países concretos –México, Colombia, Argentina, España, por hacer referencia a algunos de los más citados–, pero ninguno abarca la totalidad de la región latinoamericana y cada uno de ellos tiene peculiaridades que dificultan las comparaciones entre sí. A la hora de diseñar el cuestionario de este estudio regional hemos procurado que, en la medida de lo posible, pudiesen establecerse luego comparaciones con esos estudios nacionales.

Conocer con mayor detalle las prácticas culturales de los ciudadanos que viven en este espacio nos ayudará a evaluar mejor nuestras políticas culturales, a imaginar hasta qué punto es rica y variada la producción cultural a la que acceden y nos hará conscientes de que nuestros creadores y productores tienen un ancho campo para crecer y desarrollar su talento y su imaginación, dado que el estudio refleja que existen todavía importantes posibilidades de mejora y crecimiento de la vida cultural de nuestros ciudadanos.

Para poder evaluar en qué medida el nivel de las prácticas y los hábitos culturales de los ciudadanos de nuestra región pueden considerarse más o menos aceptables, hemos tratado de comparar con datos de otras regiones del mundo. Tarea no exenta de dificultad a la hora encontrar datos iguales en otras regiones, si bien es Europa la que más información nos ofrece en este sentido. Aunque en algunos casos hemos tomado como punto de comparación los datos de un país concreto.

La amplitud territorial del estudio y el tamaño de la población nos ha obligado, por razones de coste, a limitar el tipo de prácticas estudiadas y tratar de medir las dimensiones más significativas de cada práctica, dejando para posteriores investigaciones la posibilidad de profundizar en todas las que sin duda hubiesen tenido interés.

Como el lector ha podido comprobar en la lectura del informe, la información obtenida se ha organizado en seis ámbitos principales: participación en eventos artísticos y culturales; música y vídeo; libros y lectura; medios de comunicación; patrimonio material e inmaterial, y percepciones sociales sobre la cultura. Dentro del ámbito de medios de comunicación hemos tratado de investigar la incidencia de las TIC en las prácticas culturales de los ciudadanos de la región, pues se ha considerado un aspecto insoslayable en cualquier estudio de este tipo. Tanto si se trata de los procesos creativos, de los soportes en los que se distribuyen los productos culturales, de los canales de difusión o de los sistemas de acceso y venta, todo está hoy día afectado

de alguna manera por las TIC. Y, en consecuencia, hemos tratado de medir algunos aspectos básicos de la incidencia de esta revolución tecnológica en los hábitos y prácticas culturales. De todas formas, es quizás en este aspecto dónde, como decíamos en páginas anteriores, ha sido imposible estudiar el fenómeno en toda su amplitud, dado que este no era un estudio especializado en esa problemática.

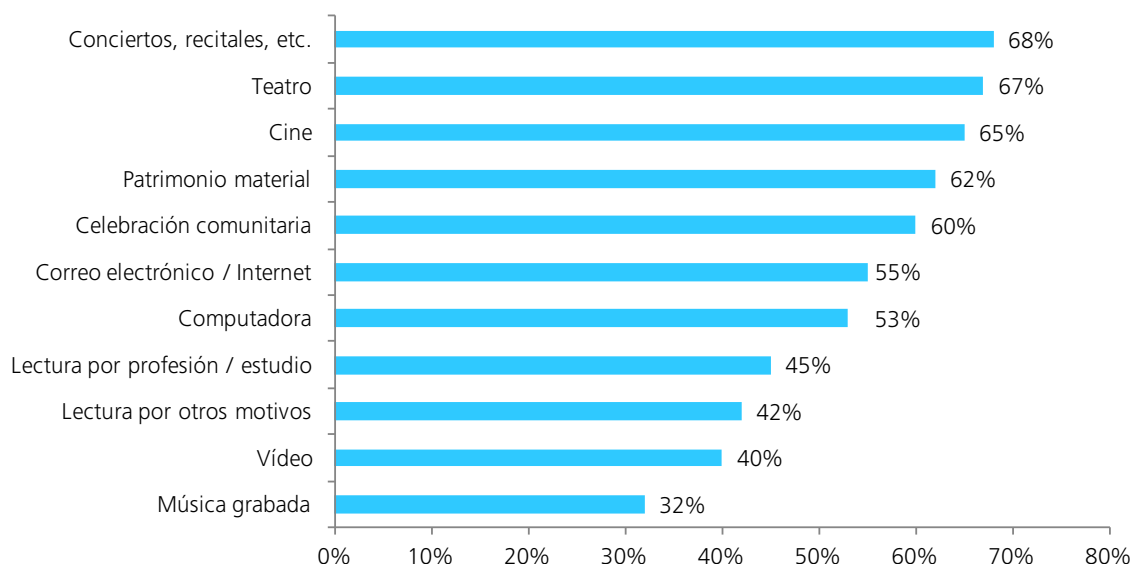
Nivel de frecuencia de las diferentes prácticas culturales

La práctica totalidad de la población oye radio y visiona la televisión. Son, sin duda las prácticas más extendidas. Las diferencias de género, edad, nivel de estudio y nivel socioeconómico no son en este caso especialmente significativas, aunque existen. El número de horas semanales destinadas a estas prácticas pudiera parecer elevado, pero está en línea con lo que sucede en otras regiones del mundo.

En relación con el resto de prácticas culturales que hemos investigado, y con el fin de ofrecer una visión sintética de lo que hemos ido pormenorizando en el análisis de las páginas precedentes, hemos sintetizado la información en el gráfico 1 que nos da una visión de conjunto de los que no participan de ninguna manera en las distintas prácticas culturales estudiadas. Ello nos permite, por comparación, hacernos una cierta idea del nivel de arraigo que las diferentes prácticas culturales tienen en la población.

Conclusiones. Gráfico 1.

Porcentaje de personas que no han accedido «nunca o casi nunca» a esta actividad cultural



Fuente: Latinobarómetro 2013.

Como puede observarse, las actividades culturales más frecuentadas son la audición de música, el video y la lectura. Son prácticas que pueden realizarse en múltiples contextos (hogar, desplazamientos), de forma individual o en grupo, con total libertad de horarios. Y por lo general, tienen un cierto carácter gratuito, en el sentido de que no es necesario el pago de una entrada cada vez que uno realiza dicha práctica, aunque en algunos casos si pueda suponer un cierto desembolso inicial.

En el extremo contrario, se sitúan la asistencia a conciertos, al teatro o al cine. Son prácticas que requieren la asistencia a un evento, en lugar y a unas horas determinados, y, por lo general, el pago de una entrada. Estas características nos llevan a pensar que no es solo el contenido de la práctica el que marca la frecuencia de su consumo. También las formas de distribución y de acceso a esos contenidos parecen tener una influencia importante.

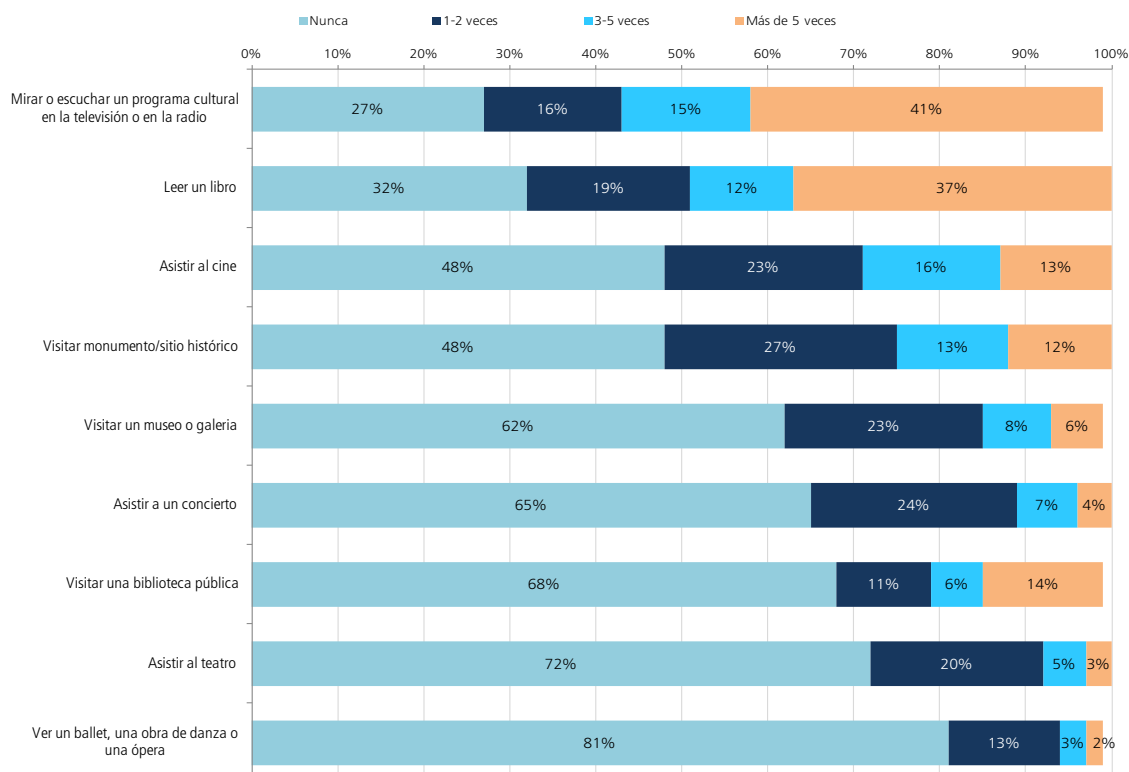
En una zona intermedia se sitúan dos prácticas relacionadas con las nuevas tecnologías de la comunicación: el uso de la computadora y el correo electrónico e Internet.

Hay dos actividades que están muy extendidas entre los ciudadanos: escuchar radio y ver televisión. Las diferencias de género, edad, nivel de estudios y nivel socioeconómico se reducen en estos casos al mínimo.

Como decíamos al principio de estas conclusiones, no disponemos de datos totalmente homogéneos que nos permitan una comparación detallada con otras regiones del mundo. La siguiente información con datos de Europa puede servirnos parcialmente de referencia (ver gráfico 2).

Conclusiones. Gráfico 2

Europa: porcentaje de personas que participaron en cada práctica cultural en los últimos 12 meses, según la frecuencia de participación



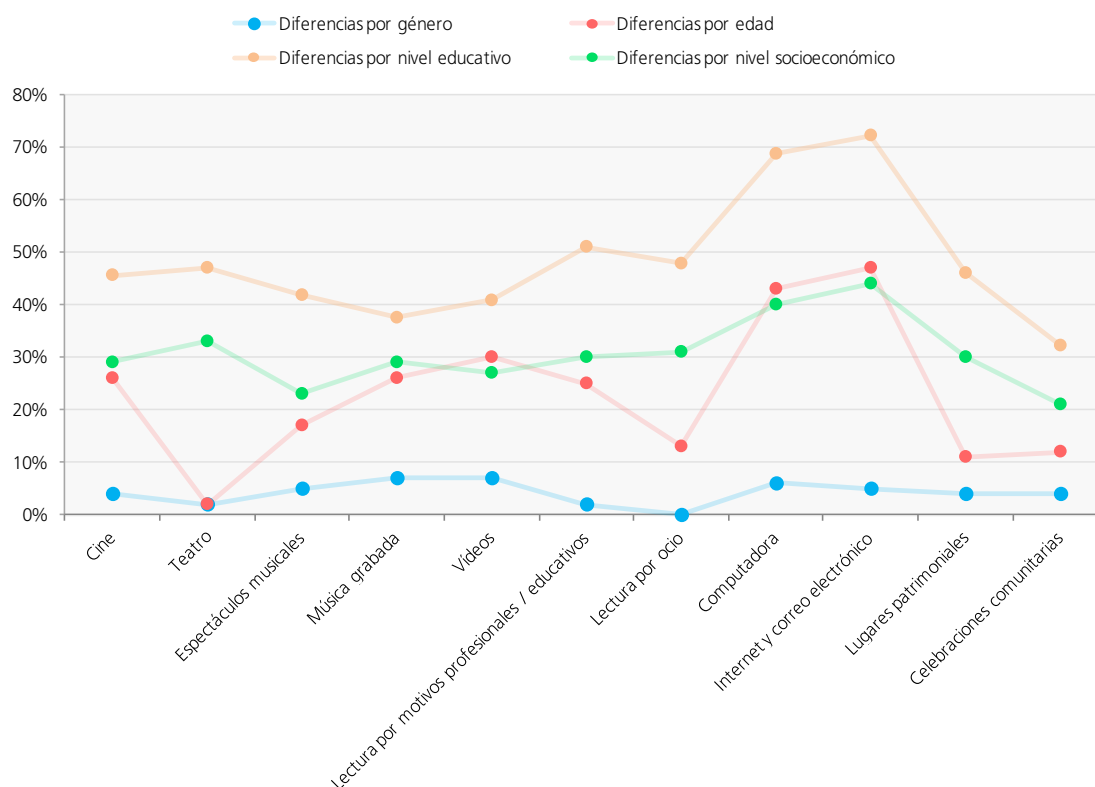
Fuente: Eurobarometer (2013). *Cultural access and participation. Report Special Eurobarometer 399 / Wave EB79.2 – TNS Opinion & Social*. En http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf

En él se mide un listado de prácticas no totalmente coincidente con el nuestro, pero puede observarse una cierta confluencia en el nivel de frecuencia de algunas de las prácticas que se han medido en los dos estudios.

Así, mientras en Europa nos encontramos con un 32 % de ciudadanos que no han leído un libro en los últimos doce meses, en América Latina este porcentaje es de 42%. La no asistencia al teatro en Europa alcanza al 72% de la población y en América Latina al 67%, y la no asistencia conciertos se sitúa en un 65 % en Europa y un 68% en América Latina.

Conclusiones. Gráfico 3

Brechas según variables de género, edad, nivel educativo y nivel socioeconómico



Notas:

- *Diferencias por género:* diferencia entre el % de mujeres que “nunca” o “casi nunca” participan en cada práctica cultural y el % de hombres que no lo hacen.
- *Diferencias por edad:* diferencia entre el % de personas de “51 o más” años que “nunca” o “casi nunca” participan en cada práctica cultural y el % de personas de “16 a 30” años que no lo hacen.
- *Diferencias por nivel educativo:* diferencia entre el % de personas que “nunca” o “casi nunca” participan en cada práctica cultural con nivel educativo “Menos que básica” y el % de personas con nivel educativo “Superior Completa” que no lo hacen.
- *Diferencias por nivel socioeconómico:* diferencia entre el % de personas que “nunca” o “casi nunca” participan en cada práctica cultural con nivel socioeconómico “Bajo” y el % de personas con nivel socioeconómico “Alto” que no lo hacen.

Fuente: elaboración propia a partir de Latinobarómetro 2013.

La incidencia de estas variables es importante en casi todas las prácticas estudiadas, salvo en la radio y la televisión, donde apenas se encuentran diferencias. Las variables que mayor peso tienen, con gran diferencia sobre las demás, son el nivel socioeconómico y, sobre todo, el nivel educativo. La incidencia de esta variable es tan acusada que aun siendo un resultado previsible, llama la atención por su cuantía y porque afecta a todas las prácticas de manera generalizada, aunque sea el uso de la computadora y de Internet las prácticas más afectadas por esta variable.

La edad marca también una cierta diferencia, más acentuada como era de esperar en lo que se refiere al uso de la computadora e Internet. Sin embargo, si nos referimos a la lectura como ocio o a la asistencia al teatro, o a la visita a lugares patrimoniales, la diferencia de frecuencia entre los jóvenes y los mayores es significativamente menor que en otras prácticas culturales.

La variable género marca diferencias de frecuencia mucho menores que las otras tres variables en casi todas las prácticas estudiadas. Las diferencias por razones de género llegan a ser prácticamente inexistentes en lo que se refiere a lectura por motivos de ocio, a celebraciones comunitarias y a visitas a lugares patrimoniales.

En este estudio realizado en colaboración con Latinobarómetro hemos tratado de cuantificar en qué medida los ciudadanos de la región desarrollan una serie de prácticas culturales, conscientes de la fuerza de la cultura para el desarrollo personal de todos los ciudadanos y para su inclusión social.

Junto con un nivel medio que podríamos calificar de razonable, dado el grado de desarrollo económico y social de la región, como ya hemos comentado antes, el grado de disfrute de los bienes culturales se encuentra tremendamente condicionado por las variables de educación, edad y nivel socioeconómico.

La influencia de estas variables puede ser modificada por políticas públicas que faciliten el acceso a los bienes culturales por parte de todos y promuevan la existencia de una oferta plural y de fácil acceso. Sin duda la educación aparece una vez más como la palanca más decisiva para transformar esta realidad. Pero no es desde luego la única.

El desarrollo de la oferta cultural necesita un gran esfuerzo de la inversión pública en este campo. Por ello, sigue teniendo todo el sentido el acuerdo de la X Conferencia Iberoamericana de Cultura (Valparaíso, Chile 2007) de destinar de forma progresiva al fomento de la cultura un mínimo del 1% del presupuesto general de cada Estado. Cómo se muestra en otro estudio realizado por la OEI en colaboración con CEPAL cinco años después de este acuerdo, estamos muy lejos de haber conseguido este objetivo. La mayoría de los países se encuentran por debajo del 0,5% y solo dos países: Portugal con el 1,21% y Cuba con el 1,04% superan el 1% del gasto público.

Pero además, el desarrollo de la oferta cultural puede ser fruto de la colaboración público-privada. Para ello es necesario que los gobiernos establezcan las condiciones legales y los estímulos económicos y fiscales, que promuevan esta colaboración de acuerdo con las tradiciones en cada país y con las demandas sociales. Hay que tener en cuenta, por otra parte, que las industrias creativas y culturales guardan todavía un potencial importante para contribuir al desarrollo económico de la región.

Pocas regiones del mundo pueden sentirse tan orgullosas como la nuestra de tener una identidad tan definida y con tanta proyección en el resto del mundo. Parece lógico que tratemos de potenciar esta realidad de la que sólo pueden derivarse beneficios de todo tipo para nuestros ciudadanos y para nuestros países.

Nuestros ciudadanos así lo esperan, ya que el 51% se muestra confiado en que las posibilidades de acceso y disfrute de los bienes culturales mejorará en alguna medida en el futuro, frente al 22% que tiene una visión más pesimista de lo que este futuro nos deparará. La respuesta positiva a estas expectativas será una expresión del valor que los poderes públicos atribuyan a la participación de sus ciudadanos en sus tradiciones culturales y en la invención de nuevas formas de expresión cultural.

Como se señalaba en la presentación del informe, el apoyo a las culturas vivas comunitarias puede convertirse en una estrategia privilegiada para democratizar el acceso a la cultura, para animar a la participación de amplios sectores culturales alejados de los modelos tradicionales y para establecer un vínculo entre las expresiones culturales y la sensibilidad colectiva. A veces el acceso a la cultura no es solo un problema de escasa oferta cultural. Es también entender que es el pueblo el que hace la cultura y que es preciso tomar lo que la gente ya hace y potenciarlo. Sobre todo es necesario construir puntos de apoyo para facilitar el desarrollo de las expresiones culturales que permitan revivir las raíces y las identidades compartidas.

