



DANE
Para tomar decisiones

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

**Departamento Administrativo
Nacional de Estadística
(DANE)**

Encuesta de Consumo Cultural 2014

**Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos
ECC**

**Dirección de Metodología y Producción Estadística
(DIMPE)**

Mayo 2014



TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN	3
1 INDICACIONES CLAVES	4
1.1 EL DANE: LA ENTIDAD QUE LIDERA EL PROCESO ESTADÍSTICO EN EL PAÍS	5
1.2 OBJETIVOS Y ALCANCES DE LA ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2014	5
1.3 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA ENCUESTA	6
2 CONCEPTOS Y DEFINICIONES CLAVES PARA NUESTRO VIAJE	9
2.1 EDIFICACIÓN	9
2.2 VIVIENDA	10
2.2.1 Tipos de vivienda (o unidades de vivienda)	11
2.2.2 Otros tipos de vivienda	12
2.2.3 Viviendas en estructuras no destinadas para habitación	13
2.3 HOGAR	13
2.4 CONFORMACIÓN DEL HOGAR	15
3 CASOS FRECUENTES A CONSIDERAR SOBRE LOS HOGARES, ¿QUÉ HACER?	17
3.1 CONCEPTOS ASOCIADOS A LAS PRÁCTICAS DE CONSUMO CULTURAL	19
4 ESQUEMAS, ACTORES Y ORGANIZACIÓN DE NUESTRO PERSONAL EN CAMPO	21
4.1 ROLES EN EL EQUIPO DE TRABAJO	22
4.2 LABORES ESPECÍFICAS DE LOS ENCUESTADORES	25
4.3 ELEMENTOS BÁSICOS PARA EL TRABAJO DEL ENCUESTADOR	26
4.4 SUGERENCIAS PARA EL BUEN DESARROLLO DE LA ENTREVISTA	27
4.5 ¿QUÉ HACER DURANTE LA ENTREVISTA?	30
4.5.1 ¿Y si alguna persona se niega a entregar información?	31
4.5.2 Factores que influyen en la colaboración del encuestado	32
4.5.3 Aspectos que pueden distorsionar las respuestas	33
5 ETAPAS DE ESTA ENCUESTA	34
5.1 Etapas de trabajo	34
5.2 CONTROL DE COBERTURA Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	34
5.2.1 Formatos utilizados en la encuesta durante el recuento y la recolección	35
5.3 LA ENCUESTA COMO UN PROCESO DE APRENDIZAJE CONTINUO	36
5.3.1 Luego de la inducción en sedes y subsedes	36
5.3.2 Durante las jornadas del recuento y la recolección	37
5.3.3 Al finalizar la recolección	38
6 ORIENTACIONES GENERALES	39
6.1 ESTRUCTURA DEL FORMULARIO	39
6.2 LOS TIPOS DE INFORMANTES DE NUESTRA TRAVESÍA	42
6.3 CONSIDERACIONES PARA NO PERDERNOS	43
6.4 LOS PERIODOS DE REFERENCIA	43



7	CAPÍTULOS A. IDENTIFICACIÓN Y B. DATOS DE LA VIVIENDA	46
7.1	CAPÍTULO A. IDENTIFICACIÓN Y CONTROL DE CALIDAD DE LA ENCUESTA	46
7.1.1	Componente Identificación	46
7.1.2	Componente Control de calidad de la encuesta	53
7.2	CAPÍTULO B. DATOS DE LA VIVIENDA	54
8	CAPÍTULO C. REGISTRO DE PERSONAS	58
9	CAPÍTULO D. CARACTERÍSTICAS GENERALES	63
10	CAPÍTULO E. FUERZA DE TRABAJO	73
11	CAPÍTULO F. INGRESOS	77
12	CAPÍTULO G. ASISTENCIA A PRESENTACIONES Y ESPECTÁCULOS CULTURALES	78
12.1	☛ CASOS Y DUDAS MÁS FRECUENTES. ¿QUÉ HACER?	80
12.2	SOBRE ASISTENCIA Y FRECUENCIA - PREGUNTAS 1, 4, 7 Y 10	81
12.3	ACERCA DE LAS RAZONES DE NO ASISTENCIA - PREGUNTAS 2, 5, 8 Y 11	82
12.4	SOBRE PAGOS POR ENTRADAS A PRESENTACIONES Y ESPECTÁCULOS - PREGUNTAS 3, 6, 9 Y 12	84
13	CAPÍTULO H - PUBLICACIONES Y AUDIOVISUALES	88
13.1	PUBLICACIONES	89
13.1.1	Acerca de la lectura de publicaciones - Preguntas 1, 9 y 14	90
13.1.2	Sobre las razones de no lectura de publicaciones - Preguntas 2, 10 y 15	91
13.1.3	☛ Casos y dudas más frecuentes: ¿qué hacer?	93
13.1.4	Acerca del acceso a publicaciones - Preguntas 6, 12 y 17	100
13.1.5	Sobre el pago por la compra de publicaciones (libros, periódicos y revistas) – Preguntas 7, 13 y 18	103
13.1.6	Acerca de la lectura digital	104
13.2	AUDIOVISUALES	108
13.2.1	Acerca del cine, del video y el videojuego	108
13.2.2	Sobre el consumo de televisión, radio y música grabada – Preguntas 32, 37 y 41	121
14	CAPÍTULO I. ASISTENCIA A ESPACIOS CULTURALES	128
14.1	ACERCA DE LA ASISTENCIA A ESPACIOS CULTURALES – PREGUNTAS 1, 5, 7, 9, 11 Y 13	130
14.2	SOBRE LAS RAZONES DE NO ASISTENCIA A ESPACIOS CULTURALES – PREGUNTAS 2, 6, 8, 10, 12 Y 14	132
15	CAPÍTULO J. FORMACIÓN Y PRÁCTICA CULTURAL	134



DANE
Para tomar decisiones

Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos **Encuesta de Consumo Cultural** **ECC - 2014**

PRESENTACIÓN

El DANE presenta la Encuesta de Consumo Cultural 2014, la cual se viene realizando cada dos años con el propósito de garantizar la sostenibilidad en la entrega de resultados y lograr así su posicionamiento como fuente esencial en las agendas estratégicas y de desarrollo del país.







Es importante destacar que la Encuesta de Consumo Cultural se viene desarrollando con una periodicidad bienal (2010-2012). Para la aplicación 2014 la encuesta cuenta con 97 preguntas con las que se espera obtener información sobre las prácticas culturales de la población de 5 años y más.

Esta encuesta es una forma de acercarnos al conocimiento de las preferencias y tendencias de consumo cultural, y nos permite conocer los niveles de accesibilidad de las personas a las ofertas culturales existentes, con los cuales es posible identificar los grados de democratización de la cultura en el marco de un país pluriétnico y multicultural como el nuestro. A continuación presentamos el manual de diligenciamiento y conceptos básicos, documento que nos mostrará las preguntas, los conceptos, así como las recomendaciones, sugerencias y tips para lograr con éxito el desarrollo de la encuesta.



1 INDICACIONES CLAVES

Con el objetivo de hacer de este manual, una guía clara que permita en campo resolver las dudas e inquietudes que pueden surgir, presentamos a continuación algunos elementos y herramientas que nos permitirán entender con claridad a qué nos referimos en cada caso cuando abordamos ciertas temáticas y preguntas.

Señales esenciales para no perdernos 		
Aspectos	Símbolo	Descripción
Conceptos claves		Es la descripción clara y concreta del concepto que encierra una pregunta o variable específica, y que le da razón de ser a ésta.
Objetivo		Lo que se espera obtener con el desarrollo o puesta en marcha de un capítulo (batería de preguntas sobre un tema) o de una pregunta (interrogante asociado a una categoría y variable).
Pasos a seguir		Es la enumeración paso a paso de las prácticas que se aconsejan para lograr hacer de la mejor manera una pregunta o interrogante. También se considera este aspecto, cuando es necesario describir punto por punto el diligenciamiento de la información en el dispositivo móvil de captura donde se encuentra el aplicativo de la encuesta.
Tener en cuenta		Son el conjunto de recomendaciones que los grupos de la encuesta efectúan, considerando la experiencia obtenida por años de trabajo. Estas sugerencias pueden referirse a técnicas específicas para la recolección, como a elementos analíticos que le permiten al encuestador entender mejor su labor.
Ejemplos... ¡para entendernos!		Se incluyen en este caso hechos ficticios o reales que explican, contextualizan y dan alcance a los conceptos y procedimientos que están incluidos en el presente manual.



DANE
Para tomar decisiones

Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural ECC - 2014

1.1 EL DANE: LA ENTIDAD QUE LIDERA EL PROCESO ESTADÍSTICO EN EL PAÍS

Según el Código de Buenas Prácticas adoptado por el DANE como derrotero filosófico y programático, “la actividad estadística nacional debe ser planificada y ejecutada en un marco participativo entre entidades, teniendo en cuenta los requerimientos de información del país”. En este sentido, el DANE como ente coordinador del Sistema Estadístico Nacional (SEN) tiene la responsabilidad de producir información estadística, con el acompañamiento de las diferentes entidades y representantes de los diversos sectores, a fin de diseñar y poner en marcha operaciones estadísticas acordes con las necesidades y exigencias del país.

Esta retadora labor, sin embargo, no es posible sin la vinculación y el interés de todos los actores que hacen parte de la cadena de producción de información, pues es en la medida de su integración y participación que se incrementan los niveles de calidad exigidos en cada etapa. Con ello, es posible ofrecer cifras bajo un estándar de alta calidad, garantizado en los diferentes procesos de generación de la información. Por ello, se convoca y elige el personal idóneo (profesionales y técnicos) para realizar dichas tareas con las exigencias de eficiencia y eficacia requeridas por la entidad.

El presente manual se constituye en una herramienta pedagógica como de consulta para quienes participan en el proceso de recolección, por ello está escrito y pensado para que en diversos momentos y situaciones pueda ser usado como material de referencia.

Agradecemos su interés por participar en este interesante proyecto, el cual luego de 7 años se ha convertido en un instrumento estratégico de medición para el sector cultural.

1.2 OBJETIVOS Y ALCANCES DE LA ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL 2014

En comparación con los años anteriores, la operación estadística mantiene las mismas categorías y variables de estudio, a fin de lograr la comparabilidad de los fenómenos asociados a los consumos culturales de la población de 5 años y más que reside en Colombia.

La información que se produce permite caracterizar las tendencias y gustos de los residentes en Colombia, generar indicadores que alimentan los diseños de políticas públicas en curso, así como los sistemas de seguimiento y monitoreo a los lineamientos, planes, programas y proyectos vigentes en el sector cultural.



Objetivo general de la Encuesta de Consumo Cultural 2014

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



Objetivos específicos

- a) Determinar los usos y preferencias que respecto a bienes, servicios y espacios culturales hacen los residentes en Colombia de 5 años y más.
- b) Identificar las razones de no asistencia y uso de bienes, servicios y espacios culturales.
- c) Establecer el gasto total que hacen las personas de 12 años y más en algunos bienes y servicios ofertados por el sector cultural.
- d) Identificar algunas prácticas culturales que hacen los ciudadanos asociadas a la realización de actividades culturales y a la formación en las áreas relacionadas.
- e) Producir información oficial sobre el tema cultural para la gestión pública.

1.3 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA ENCUESTA

Población objetivo

Corresponde a la población civil no institucional de 5 años y más, residente en las cabeceras municipales del territorio nacional.

Unidades de observación

Están constituidas por:

- Las viviendas.
- Los hogares.
- Las personas de 5 años y más de las cabeceras municipales del territorio nacional.



Conceptos claves:

Las unidades de observación son aquellos conjuntos de elementos que componen el universo de estudio con una característica específica.

Muestra de la encuesta

La Encuesta de Consumo Cultural 2014 se aplicará en las cabeceras municipales de 117 municipios en 29 departamentos (en las ciudades capitales se incluyen las áreas metropolitanas). Es importante destacar que para el 2014 se trabajarán grupos de segmentos, previamente identificados en DANE Central.

Para mayor conocimiento sobre los aspectos generales de la muestra, los invitamos a leer el Manual de Recuento.



Periodo de recolección

El operativo en campo se efectuará en el segundo semestre de 2014, en las cabeceras municipales de los 117 municipios elegidos en la muestra.

Periodo de referencia

En la Encuesta de Consumo Cultural los periodos de referencia se asocian a diferentes momentos de tiempo, con base en los hábitos de consumo que tienen las personas respecto a los diferentes bienes y servicios.

En el caso de las publicaciones como libros y revistas, el periodo de referencia de la actividad son los últimos 12 meses. Para los consumos de audiovisuales como televisión, radio y música grabada, el periodo es la última semana. En la asistencia a presentaciones y espectáculos culturales, se indaga por los últimos 12 meses.

Método de recolección

El método utilizado es el barrido, el cual consiste en que cada equipo de trabajo (el supervisor y su grupo de encuestadores) se ubica en un segmento, y no pasa a otro hasta que estén totalmente trabajadas las viviendas que lo conforman.

Medio de recolección

El instrumento en el cual se captura la información es en el dispositivo móvil de captura el cual es operado por el encuestador(a).

Tipo de informantes

La aplicación de la encuesta se realiza a través de dos tipos de informantes:

- ✓ A través de **informante directo** para las personas de 12 años y más, es decir, que cada persona del hogar de 12 años y más entrega la información acerca de sus hábitos y prácticas de consumo cultural y ningún otro miembro la da por él o ella.
- ✓ En el caso de los menores de edad entre los 5 y 11 años, la información es suministrada por los padres o acudientes, pero con la presencia de los niños y las niñas para validar la información entregada. **En este caso la técnica es informante idóneo.**



DANE
Para tomar decisiones

Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos
Encuesta de Consumo Cultural
ECC - 2014

¡PARA NO OLVIDAR!

Solo en condiciones extremas por inseguridad o daño de la máquina se usará el formulario en papel.

Todos los formularios en papel que sean utilizados para la recolección de información deben devolverse al DANE CENTRAL relacionando:

- (1) Cantidad de formularios recibidos de DANE Central para el operativo.***
- (2) Número de formularios digitados y/o usados.***
- (3) Cantidad de formularios sobrantes en blanco.***

CUANDO SEA NECESARIO USAR EL FORMULARIO EN PAPEL, PREVIAMENTE DEBE CONSULTARSE CON EL SUPERVISOR Y CONCERTAR EN QUÉ PERIODO DIGITAR LA INFORMACIÓN QUE SE ENCUENTRA EN PAPEL.

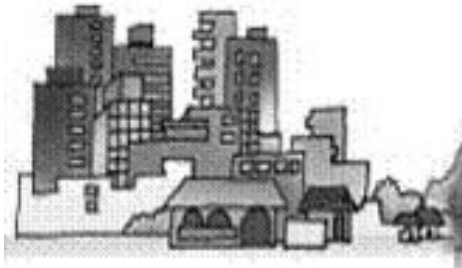


2 CONCEPTOS Y DEFINICIONES CLAVES PARA NUESTRO VIAJE

En este segundo capítulo, encontraremos un conjunto de conceptos básicos que nos permitirán estar entrenados para asumir, con conocimiento y agilidad, todas las actividades de recolección en campo.

A continuación se describe una serie de conceptos y definiciones que se trabajan desde el recuento:

2.1 EDIFICACIÓN



Podemos considerar como edificaciones: una casa, un edificio, un estadio, un inquilinato, un centro comercial, un cuartel, una vivienda construida con latas y materiales de desecho, un lote cerrado con muros destinado a parqueadero, entre otras.



Conceptos claves: Es toda construcción independiente y separada, compuesta por una o más unidades o espacios. La condición de la edificación debe ser:

Independiente porque tiene acceso desde la vía pública, caminos, senderos o espacios de circulación común.

Separada porque generalmente tiene paredes que la delimitan y diferencian de otras construcciones.

La edificación puede tener varias entradas y está generalmente cubierta por un techo.

Estas unidades o espacios pueden tener diferentes usos, y para esta **ENCUESTA SÓLO INTERESAN LAS QUE SEAN UTILIZADAS COMO VIVIENDA, ES DECIR, QUE SEAN DESTINADAS PARA SER HABITADAS POR PERSONAS.**



Una casa



Un edificio



Una iglesia



Un centro comercial

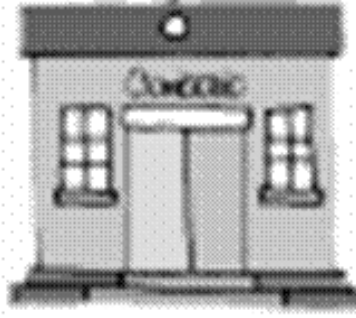
Dentro de un segmento pueden encontrarse estructuras no residenciales como iglesias, bodegas, fábricas, hospitales, etc., en las cuales hay personas viviendo, tales como el celador con su fami-



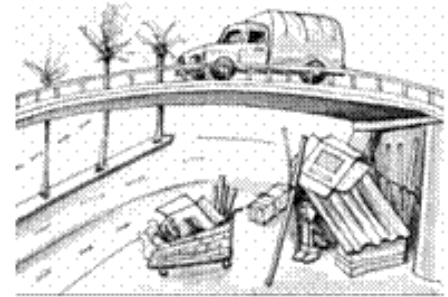
lia. Si este lugar es su residencia habitual, los cuartos ocupados por ellos deben ser considerados como viviendas y ellos constituyen hogares particulares.



Un hotel

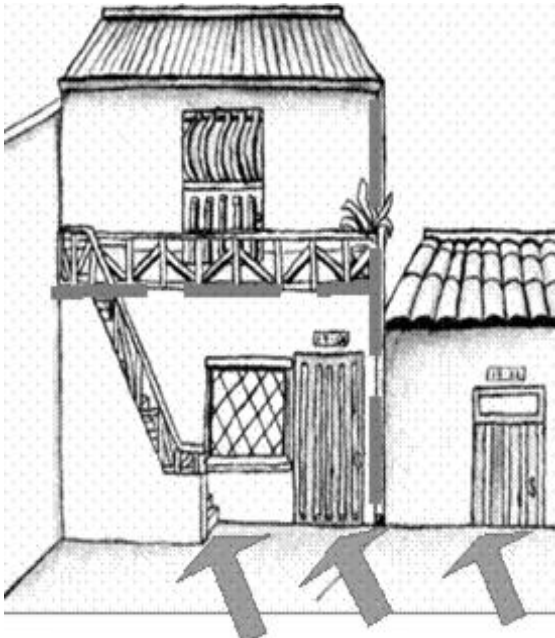


Una cárcel



Una vivienda construida con latas y material de desecho

2.2 VIVIENDA



Conceptos claves: Es una unidad o espacio independiente y separado con áreas de uso exclusivo, habitado o destinado a ser habitado por una o más personas. Se caracteriza por ser:

***Independiente** porque tiene acceso directo desde la vía pública, caminos, senderos o espacios de circulación común y las personas que la habitan pueden entrar y salir de ella sin pasar por áreas de uso exclusivo de otra vivienda, como la sala, el comedor, la cocina, las habitaciones para dormir, cuartos de estudio y cuartos de costura.

***Separada** porque tiene muros, paredes, tapias u otro tipo de separación fija que permite diferenciarla de otras unidades o espacios.



Tener en cuenta:

Las viviendas que son exclusivamente para uso recreacional y en las cuales nadie reside permanentemente, no deben investigarse pues se consideran como viviendas vacantes. Igualmente sucede cuando la vivienda sólo es ocupada los fines de semana y el resto del tiempo permanece sola.

2.2.1 Tipos de vivienda (o unidades de vivienda)

Casa:

Es una edificación formada por una sola unidad de vivienda, con acceso directo desde la vía pública. El servicio sanitario y la cocina pueden estar o no dentro de ella.



Apartamento:

Es una unidad de vivienda que hace parte de una edificación mayor **en la cual, generalmente, hay otras unidades de vivienda** y *dispone de servicios sanitarios y cocina en su interior*. Tiene acceso desde la vía pública a través de pasillos, corredores, escaleras o ascensores.



Ejemplos... ¡para entendernos!

Son viviendas también:

- Las viviendas de bloques multifamiliares
- Las unidades que están en lo que anteriormente era una casa que se reformó para construir varias unidades de vivienda, **siempre y cuando cuenten con servicios de sanitario y cocina en su interior.**



2.2.2 Otros tipos de vivienda

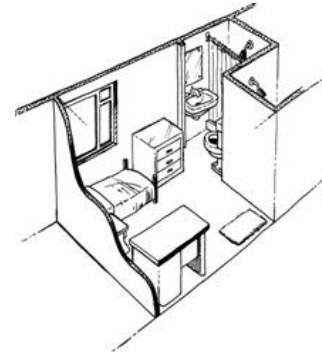
Otra vivienda:

Son espacios adaptados para vivienda, donde en el momento de la encuesta, habitan personas. Generalmente carecen de servicio sanitario y cocina. Son ejemplos de estas viviendas: carpa, vagón, embarcación, cueva, refugio natural, puentes, contenedores, casetas.



Cuarto(s) en otro tipo de estructura

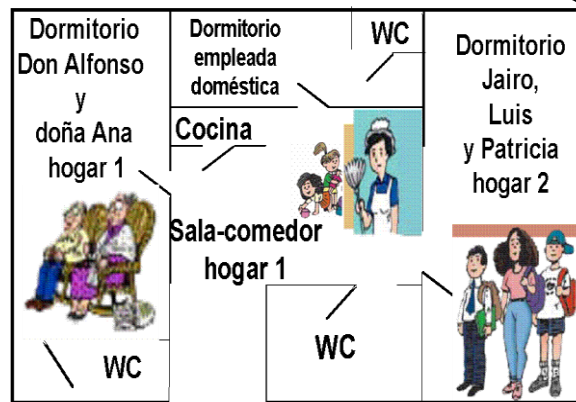
Es un espacio cerrado, separado con paredes que forma parte de una edificación o construcción mayor, con una puerta que tiene acceso independiente. En general carecen de servicio sanitario o cocina en su interior, o como máximo dispone de uno de estos dos servicios. Pertenecen a esta categoría un local con servicios, habitado por uno o más hogares, un garaje adaptado para vivir.



Cuarto(s) de inquilinato:

Es una edificación adaptada o transformada en la cual se encuentran varias viviendas que comparten servicios y con una entrada común desde la calle.

Cada vivienda ocupa generalmente un cuarto o más de uno. Los servicios no son exclusivos y en la mayoría de los casos están ubicados en el patio, solar o corredores. La cocina puede ser compartida o no existir.



25 - 14

Calle 53



Vivienda indígena



Es la edificación conformada por una sola unidad, cuyo uso es el de vivienda, construida según las costumbres de cada grupo étnico conservando la estructura tradicional. De acuerdo con el grupo étnico y la región, reciben diferentes nombres como maloca, bohío, tambo, choza o casa.

2.2.3 Viviendas en estructuras no destinadas para habitación

Incluye las edificaciones que no han sido construidas para alojar personas, pero que al momento del recuento están habitadas por una o varias personas que comen y duermen allí, por ejemplo el celador con su familia, que reside en fábricas, oficinas, almacenes, etc. En estos casos se debe indagar para precisar si realmente se trata de viviendas ocupadas.

En los Lugares Especiales de Alojamiento (LEA) (hospitales, sanatorios, internados, prisiones, cuarteles, etc.) en los que vive colectivamente un grupo de personas participando en común de los servicios sanitarios, comedores, dormitorios, etc., **desde el recuento se debe indagar por la existencia de viviendas particulares.**

2.3 HOGAR

Es una persona o grupo de personas, parientes o no, que ocupan la totalidad o parte de una vivienda; atienden necesidades básicas con cargo a un presupuesto común y generalmente comparten las comidas. Se constituyen, además, como un hogar las personas que se asocian para vivir bajo el mismo techo aunque no compartan las comidas.

En una vivienda pueden encontrarse varios hogares si existen grupos de personas que viven en una parte de la vivienda y preparan sus comidas por separado. También pueden estar conformados por personas no parientes, como tres (3) amigos que se asocian para compartir el lugar de alojamiento.

Los empleados del servicio doméstico y sus familiares, los trabajadores y sus familiares, forman parte del hogar siempre y cuando duerman en la misma vivienda donde trabajan.

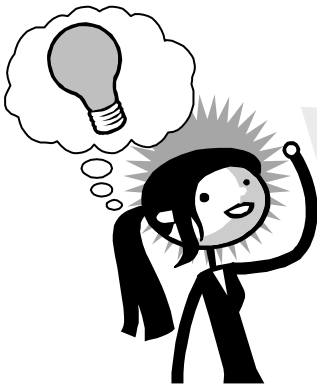


Tener en cuenta:

- ▶ No se debe confundir el concepto de hogar con el de familia, pues el hogar lo conforman quienes viven en una vivienda y comparten al menos una de las comidas, sean parientes o no.



- ▶ El concepto de familia implica lazos de consanguinidad entre sus componentes y pueden constituir para efectos del recuento “varios hogares”, si algunos de ellos, viven en otras viviendas. Esto es importante dado que en dos viviendas contiguas pueden vivir padres y en la otra los hijos casados (el entrevistador puede tender a considerarlo un solo hogar, cuando no es así).
- ▶ En una vivienda pueden encontrarse varios hogares, cuando los grupos de personas viven en una parte de la vivienda y preparan sus comidas por separado.
- ▶ En la vivienda pueden existir hogares conformados por inquilinos e inquilinas, por el hogar principal más huéspedes, más pensionistas, más trabajadores(as). Para diferenciarlos se deben tener en cuenta los siguientes criterios:



Inquilino(a): Es aquella persona que tiene en arriendo uno o varios cuartos en la vivienda y hace sus comidas aparte. **Los hogares constituidos por inquilinos se deben considerar como hogares independientes.**

Pensionista: La persona que paga por el derecho a la vivienda y los alimentos.

Los pensionistas se consideran miembros del hogar cuando su número es menor o igual a cinco (5). Si se encuentran seis (6) o más de ellos se debe encuestar solamente el hogar principal.

Trabajador(a): es la persona que reside en la vivienda y presta algún servicio laboral como obrero, jornalero o empleado reside en la vivienda y presta sus servicios en la explotación o producción que tiene algún miembro del hogar. Se consideran miembros del hogar cuando su número es menor o igual a cinco (5). Si se encuentran seis (6) o más trabajadores solo se encuesta el hogar principal.



Tener en cuenta:

- ▶ La persona para ser un pensionista debe pagar por su estadía y alimentación, bien sea en especie, dinero o responsabilizándose de algún gasto del hogar **como forma de pago** por dicha estadía y alimentación.
- ▶ Generalmente una persona se considera como **inquilino** cuando posee sus propios enseres y, por lo tanto, cada vez que se muda de la vivienda que habita lo hace con sus pertenencias; mientras que el **pensionista** paga solamente por el derecho a la vivienda y los



alimentos y no cuenta con ningún bien, y es el dueño del hogar en el que habita quien le proporciona algunos inmuebles para su comodidad.

- ▶ Los niños y niñas asignados al **cuidado del hogar** dentro del **Programa de Madres Sustitutas**, se deben considerar como pensionistas y miembros del hogar, si su número es menor o igual a cinco (5). Si son más de 5, sólo se encuesta el hogar principal.

2.4 CONFORMACIÓN DEL HOGAR

El hogar lo constituyen:

- ▶ Los residentes habituales (familiares o no).
- ▶ Las personas que residen habitualmente en el hogar pero que están ausentes **por un tiempo menor a seis (6) meses** por razones de trabajo, salud o porque están de vacaciones en otro sitio y no tienen residencia en otro lugar.
- ▶ Las personas que no tengan residencia habitual en otra parte, se consideran residentes habituales del hogar encuestado. Ejemplos: marinos mercantes, los agentes viajeros, etc.
- ▶ Los pensionistas y trabajadores (si su número es menor o igual a 5)
- ▶ Los empleados domésticos y sus hijos se consideran miembros del hogar donde trabajan en los siguientes casos:
 - Cuando duermen en la misma vivienda para la cual trabajan (empleados domésticos internos).
 - Permanecen la mayor parte del tiempo en su trabajo (ejemplo: trabajan de lunes a viernes y retornan a donde sus familiares los fines de semana).
- ▶ Los bachilleres que están prestando el servicio militar obligatorio en la Policía Nacional y los guardas bachilleres penitenciarios que regresan a sus hogares en la noche se consideran miembros del hogar.



Tener en cuenta:

Los empleados domésticos y sus hijos **no se consideran miembros del hogar** donde trabajan, cuando:

- Trabajan a distintos hogares (cuenta propia).
- Trabajan a un solo hogar pero regresan diariamente a su hogar.

En estos casos, los empleados domésticos se incluirán en el hogar donde residen.



Conceptos claves:

- **Jefe(a) de hogar:** Se considera jefe de hogar a la persona que por su edad, por ser el principal sostén económico de la familia o por otras razones, es reconocido por los demás integrantes como la cabeza del grupo.



Puede ser hombre o mujer. En algunos casos, puede ser un menor de edad quien asume la jefatura del hogar. Por ello cuando se solicite la información del hogar, puede en este caso darla el menor de edad quien es jefe/a del hogar.

- **Residente habitual del hogar:** Es la persona que vive permanentemente o la mayor parte del tiempo en una vivienda aunque en el momento de la entrevista se encuentre ausente.

También son residentes habituales en un hogar, porque no tienen residencia habitual en otra parte:

- Las personas que se encuentran ausentes por motivos especiales como: vacaciones, cursos de capacitación, viajes de negocio; ***siempre y cuando la ausencia sea de 6 meses o menos.***
- Los agentes viajeros, marinos mercantes.
- Las personas secuestradas sin importar el tiempo de ausencia.
- Los enfermos internados en hospitales o clínicas sin importar el tiempo de ausencia.
- Las personas desplazadas, sin importar el tiempo de permanencia en el hogar que se está entrevistando.
- Las personas detenidas temporalmente en inspecciones de policía.
- Los que prestan el servicio militar en la policía y duermen en sus respectivos hogares.
- Las personas que se desplazan hacia otras ciudades o municipios por motivos de trabajo y por corto tiempo (hasta 6 meses) pero que tienen la seguridad de volver a sus respectivos hogares.

- **Residente no habitual del hogar:** no se considera bajo esta categoría:

- Las personas que por razones de estudio trabajo u otro motivo, permanecen la mayor parte del tiempo en un sitio diferente de aquel donde reside su hogar. Éstas se deben considerar residentes habituales del sitio donde desarrollan estas actividades, aunque viajen con regularidad (fines de semana, cada 15 días o mensualmente, por ejemplo) a visitar su hogar.
- Las personas que en el momento de la encuesta están pagando condenas en cárceles, prestando servicio militar en cuarteles del ejército, la fuerza aérea o en la armada nacional, internados de estudio, asilos, conventos o monasterios, son residentes de dichos lugares o instituciones.

Si se presenta el caso de personas que por razones de estudio, trabajo u otro motivo ***permanecen exactamente la mitad del tiempo en dos sitios diferentes, se deben considerar residentes habituales del sitio donde reside su hogar;*** probablemente donde se encuentren personas que de alguna manera tengan lazos de consanguinidad con la persona. Asimismo, si esta persona tiene el mismo grado de consanguinidad con los dos hogares entonces debe ser registrada en el hogar en que se encuentre al momento de aplicar la encuesta.



3 CASOS FRECUENTES A CONSIDERAR SOBRE LOS HOGARES, ¿QUÉ HACER?

Cuando los residentes habituales son personas con discapacidades o problemas mentales:

Situación: de las personas con discapacidades o problemas mentales, ¿cómo es posible obtener información para esta encuesta?

Rta/: Se propone utilizar **el método del informante idóneo para obtener así la información**. En algunos casos las personas no pueden hablar, pero sus familiares sí tienen un grado de conocimiento de sus hábitos y prácticas

En los hogares conformados por personas sordomudas, se acepta que la información sea proporcionada por cualquier familiar independientemente de la edad y el lugar de residencia, bajo la técnica de informante idóneo.

Se sugiere que al momento de suministrar la información la persona como el informante idóneo estén presentes para validar los datos entregados. Es importante anotar esta situación en las observaciones.

Cuando una persona permanece el mismo tiempo en dos sitios diferentes:

Situación: Si se presenta el caso de personas que por razones de estudio, trabajo u otro motivo **permanecen exactamente la mitad del tiempo en dos sitios diferentes, se deben considerar residentes habituales del sitio donde reside su hogar**, probablemente donde se encuentren personas que de alguna manera tengan lazos de consanguinidad con la persona.

Rta/: Si esta persona tiene el mismo grado de consanguinidad con los dos hogares entonces debe ser registrada en el hogar en que se encuentre al momento de aplicar la encuesta.



Ejemplos... ¡para entendernos!

Karen es madre de Malena quien es la jefa del hogar, pero en el momento de llegar a la residencia, ella manifiesta que está 15 días en el hogar de Malena, y otros 15 días en el hogar de su otro hijo, Antonio, y desde tiempo atrás viene haciéndolo de esta manera. Dado que esta persona permanece el mismo tiempo en ambos hogares entonces se le debe aplicar la encuesta en el hogar en que se encuentre en el momento.



Cuando algún miembro del hogar está hospitalizado o viajó fuera de la ciudad o el país de residencia:

Situación 1: En un hogar en donde uno de los miembros se encuentra hospitalizado desde hace un mes y no tiene salida del centro asistencial por todos estos días, ¿qué se debe hacer?

Situación 2: El jefe(a) de un hogar viajó a Venezuela y regresa dentro de 20 a 30 días, ¿qué se puede hacer en estos casos?

Situación 3: Un señor residente habitual está por fuera del país y solo regresará en dos meses. ¿Qué se hace en este caso? ¿Se consiguen los datos con informante idóneo para él colocando la respectiva observación? ¿Se haría lo mismo para el miembro que está hospitalizado en la situación 1?

Respuesta para los tres casos reseñados: dado que todas son personas que hacen parte del hogar, es decir, son residentes habituales (**teniendo en cuenta las características descritas en las páginas anteriores**) pero no regresan en el periodo en el cual se efectúa el operativo, se les incluye en el hogar y **en el resultado de encuesta para la persona se diligencia Ausente Temporal (AT)**. Recordemos que en ninguno de estos casos se puede usar el informante idóneo, es decir, que otra persona del hogar dé la información por él o ella.

Sobre la constitución de los hogares / caso de una persona que es detenida por la Policía:

Situación: Se llega a un hogar y la madre nos dice que su hijo de 18 años el día anterior fue arrestado por la Policía como medida cautelar mientras investigan un caso en particular. ¿Esa persona de 18 años hace parte del hogar o no? Es importante aclarar que a la madre no le dicen cuanto tiempo dura la investigación.

Rta/: En este caso la persona Sí hace parte del hogar teniendo en cuenta las características de los residentes habituales así: “son residentes habituales las personas detenidas temporalmente en inspecciones de policía”.

Sobre la constitución de los hogares / caso de niño que se lo lleva el ICBF:

Situación: Se llega a un hogar y la madre nos dice que su hijo el día anterior, el ICBF se lo llevó bajo protección como medida cautelar mientras investigan si se lo devuelven a la madre o se lo quitan. ¿Ese niño hace parte del hogar o no? Es importante aclarar que a la madre no le dicen cuanto tiempo dura el proceso de investigativo.

Rta/: En este caso, recordemos la definición de residente habitual del hogar: “es la persona que vive permanentemente o la mayor parte del tiempo en una vivienda aunque en el momento de la entrevista se encuentre ausente”.

Es importante resaltar que si es un niño o niña entre los 5 y los 11 años, la información de la encuesta se obtiene a través de la madre, padre y/o acudiente como informante idóneo.



Si es un menor de edad entre los 12 y 17 años, no es posible recoger la información, pues el informante es directo en consonancia con lo que plantea la metodología de la operación estadística.

Se debe tener en cuenta en este caso que los menores sí hacen parte del hogar y son residentes habituales, pero es probable que no regresan en el periodo en el cual se efectúa el operativo; se deben incluir en el listado de personas que conforman el hogar, en el resultado de encuesta para la persona se diligencia **Ausente Temporal (AT)** y en las observaciones se explica la situación.

Cuando las personas encuestadas no hablan español

Situación: Es el caso de una persona Wayuu que vive en una zona rural cerca de Bogotá, y que no habla español. ¿Qué hacer en estas situaciones?

Rta/: Se recomienda en estos casos utilizar la técnica del informante idóneo, es decir, una persona familiar o acudiente que sepa el idioma y sirva de traductor en estos casos. Por ejemplo, el hijo de la señora quien sabe español y Wayuunaiki (lengua indígena), lo que lo valida como informante idóneo.

3.1 CONCEPTOS ASOCIADOS A LAS PRÁCTICAS DE CONSUMO CULTURAL

Acceso a bienes y servicios culturales: en la sociedad circulan diversos bienes y servicios culturales producidos por entidades tanto públicas como privadas que constituyen una oferta cultural para los ciudadanos, en ese sentido el acceso hace referencia a la consecución u obtención de estas producciones sea de forma gratuita o paga por parte los ciudadanos. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:220)

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

Bienes y servicios culturales: producciones culturales diferentes, ya que mientras los primeros son duraderos (permanecen en el tiempo) y posibilitan su adquisición como propiedad por quien los consume, los segundos sólo pueden apropiarse en su momento de ejecución (no permanecen en el tiempo) y, en consecuencia, no pueden ser propiedad de quien los consume.

Entre los bienes se encuentran, por ejemplo, los libros, los periódicos, la radio y la música grabada. Como servicios culturales están el teatro (entendido como puesta en escena en vivo), la asistencia a cine o un taller de artes plásticas. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:222)

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



DANE
Para tomar decisiones

Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos

Encuesta de Consumo Cultural ECC - 2014

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

Prácticas de Consumo Cultural: prácticas ligadas a procesos de circulación y apropiación de bienes y servicios culturales (oferta cultural), donde los ciudadanos de alguna manera reciben, reinterpretan y re-significan los sentidos y mensajes que se materializan en bienes y servicios culturales. (Federación Andaluza de Municipios, 2009:234)

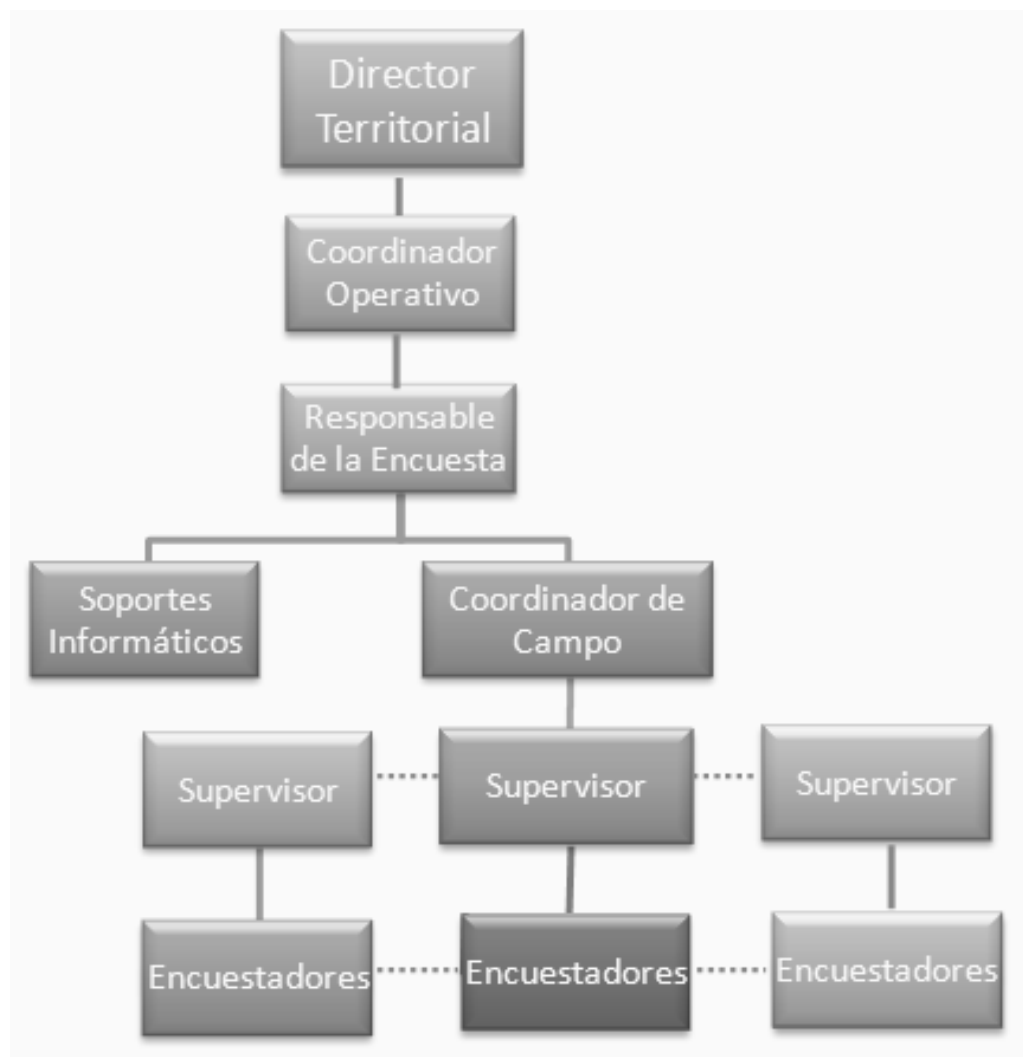
Presentaciones y espectáculos culturales: actividades realizadas por individuos, grupos y/o entidades tanto públicas como privadas, con el propósito de promover la circulación de propuestas y producciones vinculadas con una o varias prácticas culturales. En este grupo se incluyen las ferias y exposiciones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

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



4 ESQUEMAS, ACTORES Y ORGANIZACIÓN DE NUESTRO PERSONAL EN CAMPO

La organización del operativo de campo busca responder eficientemente a los requerimientos técnicos, conceptuales y metodológicos propios de la investigación en el tiempo establecido. En tal sentido, el DANE utilizará la infraestructura de sus seis (6) Direcciones Territoriales en las cuales, con base en las directrices del Grupo de Producción y Logística, se adelantará el trabajo de campo bajo el siguiente esquema operativo:



Para el cubrimiento de la muestra en cada municipio, los segmentos seleccionados se deben distribuir previamente entre los diferentes grupos en forma equitativa. A su vez, el grupo, en cabeza del supervisor, debe conformar rutas de trabajo organizando los segmentos entregados en un



determinado orden para su recolección, dentro del tiempo establecido y, especialmente, según la ubicación dentro de los municipios.

El grupo, dependiendo del número de segmentos a encuestar, cuenta con un determinado número de días para la realización del trabajo en su totalidad: recuento de edificaciones, viviendas y hogares, selección de la muestra, recolección, supervisión, control de calidad y envío diario archivos totalmente depurados con los correspondientes formatos y demás materiales diligenciados.

Es importante resaltar que en cada ciudad capital donde se aplique la encuesta, habrá un Coordinador de Campo y una persona de la planta del DANE que refuerza esta labor en la parte de coordinación del proceso operativo.

Los grupos de trabajo están conformados por un (1) supervisor, dos (2) o tres (3) encuestadores y un sensibilizador. Es necesario aclarar que en el caso de los encuestadores, el número por grupo varía según la muestra que se tenga por municipio.

Para el rol de sensibilizador, éste únicamente se establece para los grupos que van a estar en las ciudades capitales tales como Bogotá, Medellín y Cali. En las demás capitales y municipios, las obligaciones del sensibilizador las asume cada supervisor.

4.1 ROLES EN EL EQUIPO DE TRABAJO



Conceptos claves:

- **Coordinador general de la encuesta:** encargado de la dirección técnica y operativa de la encuesta en cada una de las 24 sedes y subsedes del DANE. Para esta actividad se encuentra un funcionario de planta responsable en cada una de las Direcciones Territoriales.
- **Asistente Técnico:** En el ámbito regional es el responsable de la organización operativa de la encuesta, de él dependen los grupos de trabajo adscritos a su Dirección Territorial con quienes debe mantener comunicación permanente.

Funciones:

- ▶ Manejo de la muestra, asignación de Medidas de Tamaño (MT) en segmentos recontados, selección de viviendas a encuestar.
- ▶ Suministrar a cada uno de los supervisores el material, los Dispositivos Móviles de Captura y los elementos necesarios para la ejecución del trabajo de campo, explicando cuales de los elementos deben ser devueltos a fin de que se hagan responsables de ellos y los reintegren una vez finalizada la encuesta.
- ▶ Garantizar con el Coordinador(a) de Campo que todo el personal que participa en el operativo, porte el carné que lo acredite como funcionario o contratista del DANE.
- ▶ Dictar la inducción y el reentrenamiento al personal seleccionado para el recuento y la recolección.
- ▶ Atender las consultas de los supervisores y solucionar las que estén a su alcance. Debe llevar una hoja de ruta para cada uno de ellos.



Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos

Encuesta de Consumo Cultural ECC- 2014

- ▶ Redireccionar al equipo de Producción y Logística de DANE Central las consultas necesarias sobre aspectos metodológicos, operativos y muestrales. Una vez se respondan las dudas y comentarios, socializarlas al supervisor, a fin de que pueda tomar decisiones certeras y efectivas acerca de las diferentes situaciones que surgen en campo.
- ▶ Las consultas relacionadas con la muestra deberán formularse a DIMPE (Equipo de Metodología Estadística), con copia al Grupo de Producción y Logística.

Las siguientes funciones se deben tener en cuenta al realizar la encuesta para cabeceras municipales

- ✓ Elaborar para la firma del Director Territorial, las cartas que serán enviadas a los alcaldes anunciando la realización de la encuesta en su municipio. Dicha comunicación debe contener la fecha de realización de la encuesta, los nombres de las personas responsables y el objetivo de la misma.

En el caso de la Encuesta de Consumo Cultural ya existe una comunicación previamente diseñada para que pueda ser utilizada en las diferentes sedes y subsedes con la información necesaria sobre la encuesta.

Desde DANE Central se diseñan las notificaciones al hogar (para usar en el proceso de recuento), así como los folletos ilustrativos para los hogares que finalmente fueron seleccionados para aplicar la encuesta, con la información básica de ésta y los datos de contacto necesarios.

- ✓ Coordinar con el Director Territorial, la difusión de la encuesta y sus objetivos, a través de notificaciones y folletos informativos, por las cadenas radiales locales, en las zonas donde sea necesario.

- ✓ Dada la importancia que tiene el manejo de la muestra, es necesario que la recolección se cumpla tal como está prevista para cada ruta. Se debe elaborar un cronograma de actividades para cada supervisor, indicando la fecha en la cual debe visitar cada municipio y el tiempo que durará efectuando la recolección de información, con el fin de dar estricto cumplimiento a los periodos de recolección y facilitar la supervisión técnica.
- ✓ Este cronograma de actividades debe ser enviado al grupo de Producción y Logística antes de iniciar el operativo, para verificar que esté acorde con las instrucciones dadas en cada una de las rutas. Esto también sirve para que en caso de supervisión por parte del DANE Central, la persona encargada de dicho seguimiento encuentre de manera ágil y en la fecha prevista a cada uno de los grupos.
- ✓ El Coordinador en Campo debe verificar que el vehículo contratado tenga capacidad para 6 personas (excluyendo al conductor) y espacio suficiente para los objetos personales y el material que se debe desplazar a cada municipio. Es importante que los vehículos que se contraten para el operativo, estén identificados con la credencial del DANE, en las zonas donde sea conveniente.



- **Coordinador de campo:** su trabajo está articulado con las directrices del coordinador general de la encuesta y tiene como función la asignación de las cargas de trabajo y el control en campo de los grupos de supervisores y encuestadores para lograr el manejo del operativo en cada municipio seleccionado.
- **Supervisores (as):** controlan el trabajo de campo en las áreas que le asigne el Coordinador de Campo y asumen la responsabilidad de garantizar dentro del proceso de recolección, la calidad y cobertura de la información obtenida por los diferentes grupos de trabajo.

De acuerdo con la muestra asignada en cada municipio, la persona encargada de la supervisión puede tener a cargo mínimo dos (2) o máximo cuatro (4) encuestadores/as. Ellos garantizan dentro del proceso de recolección, la calidad y cobertura de la información obtenida por los diferentes grupos de trabajo.

- **Encuestadores:** son las personas encargadas de obtener la información requerida tanto en la fase de recuento como en la aplicación de las encuestas en profundidad, utilizando los DMC.

La labor del encuestador es exigente y requiere de un conocimiento preciso de los conceptos y normas que rigen la encuesta, y de un compromiso orientado a lograr la cobertura y los niveles de calidad propuestos.

El trabajo en la parte operativa, correspondiente a la recolección, presenta dificultades, porque en ocasiones se deben visitar zonas de difícil acceso y/o con problemáticas en su ejecución. Por eso es necesario, que el encuestador asuma su labor teniendo pleno conocimiento de la responsabilidad que adquiere dentro de una investigación tan importante para la planificación del desarrollo del país.

- **Soporte de sistemas:** esta persona depende directamente del coordinador general de la encuesta y es el encargado de realizar las actividades de manejo de la información recolectada y su posterior cargue en el aplicativo establecido para tal fin, teniendo en cuenta los procesos de seguridad, transferencia y resguardo de información (back up) de la información.
- **Sensibilizadores:** dependen directamente del Coordinador General de la Encuesta y son los encargados de visitar todas las viviendas-hogares para informarles del objeto de su trabajo durante un tiempo en el municipio, así como, el objetivo de la encuesta, además de coordinar la fecha de visita a cada uno de los hogares seleccionados para aplicar el instrumento de la encuesta.

Nuestro trabajo es uno de los más trascendentales y de nuestro compromiso, desempeño y sentido de cooperación depende en gran medida que la información tenga la cobertura, calidad y precisión requeridas.



4.2 LABORES ESPECÍFICAS DE LOS ENCUESTADORES

- ▶ Asistir al curso de inducción, aprobar y dominar los conceptos temáticos y operativos impartidos en el taller y estar atento a las instrucciones que se impartan.
- ▶ Estudiar las normas y conceptos dados en el presente manual.
- ▶ Presentarse puntualmente al centro de operaciones que se le indique.
- ▶ Recibir del supervisor o jefe de grupo los materiales necesarios para la encuesta y verificar que estén completos y en buen estado.
- ▶ Encuestar a todos los hogares de las viviendas que le asigne el supervisor, en su debido tiempo.
- ▶ Asegurar la calidad y el correcto diligenciamiento de los formularios de la encuesta en los dispositivos móviles de captura o en los formatos análogos, si así es requerido.
- ▶ Establecer citas con los informantes directos y cumplir con éstas estrictamente.
- ▶ Leer las preguntas tal como están en el DMC y/o en los formularios físicos para asegurar que en todas partes se haga la misma pregunta.
- ▶ Hacer las correcciones, verificaciones o reentrevistas que el supervisor le ordene, regresando a la vivienda si es necesario.
- ▶ Responsabilizarse y velar por la conservación del material a su cargo.
- ▶ Durante el trabajo de campo llevar consigo y utilizar el Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos, para solventar así cualquier comentario o duda.
- ▶ Informar al supervisor sobre los problemas que encuentre en la realización de su trabajo.
- ▶ No mostrar la información que se recoge en esta encuesta a personas ajenas a su trabajo.
- ▶ No discutir con los informantes ni hacerles preguntas ajenas a la encuesta.
- ▶ Revisar la encuesta terminada pero **NO CERRARLA**. El supervisor una vez revisada hará las indicaciones pertinentes de rechazo o aceptación.
- ▶ Realizar frecuentemente la copia de seguridad de la información capturada en los dispositivos móviles de captura (DMC).
- ▶ Portar los elementos de identificación durante el tiempo del proceso de recolección.
- ▶ Presentar los informes parciales y finales sobre las actividades desarrolladas.
- ▶ Entregar al supervisor el material sobrante (para el caso de los formularios en limpio), así como aquellos que fueron diligenciados, pues deberán ser enviados al DANE Central.
- ▶ Con base en las actividades proyectadas, estar disponible para salir de la ciudad.
- ▶ No podremos destruir o negarnos a entregar al supervisor los formularios u otros documentos de la encuesta.



Tener en cuenta:

- ▶ Si existen dudas, preguntemos. No hay que tener temor. **El no saber es la mejor oportunidad para aprender** 😊
- ▶ En el ejercicio de nuestra labor NO podemos alterar la información suministrada por las personas encuestadas. Por consiguiente no se admite que se borre o anule la información ya consignada, salvo en los casos que el encuestador detecte algún error o inconsistencia cuando esté entrevistando al hogar, o cuando en la revisión que se haga en la oficina y bajo control del supervisor se detecte algún error o equivocación.
- ▶ Portar siempre todos los elementos de identificación en campo, para que la comunidad nos identifique como parte del equipo del DANE.
- ▶ No olvidemos que al terminar todo el proceso, debemos entregar los bienes y recursos suministrados por el DANE para la realización de nuestro trabajo.

Es importante recordar que los datos suministrados a través de esta encuesta son estrictamente confidenciales y en ningún caso tienen fines fiscales ni pueden utilizarse como prueba judicial (Artículo 5, Ley 79 de 1993).

Por ello se constituyen en una base para obtener información actualizada, oportuna y de calidad sobre las prácticas que hacen las personas en cuanto al acceso y apropiación que hacen las personas de bienes, servicios y espacios ofertados por el sector cultural.

4.3 ELEMENTOS BÁSICOS PARA EL TRABAJO DEL ENCUESTADOR

El(a) supervisor(a) nos entrega los equipos y elementos para el desarrollo de nuestra labor. Debemos verificar cada uno de ellos para conocer su estado y establecer la cantidad que tenemos a cargo, saber con claridad cuáles son de carácter devolutivo una vez concluyamos la recolección de la información. Siempre informemos al supervisor(a) cualquier anomalía que encontremos en los equipos y elementos, los cuales son:

- ▶ **La identificación como encuestador/a del DANE (carné institucional el cual debe devolverse).**
- ▶ **La cartografía correspondiente.**
- ▶ **La notificación para el hogar (en el caso del recuento) y el folleto a color para los hogares seleccionados para aplicar la encuesta.**



DANE
Para tomar decisiones

Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos

Encuesta de Consumo Cultural ECC - 2014

- ▶ ***El Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos es necesario llevarlo siempre para resolver cualquier duda que se tenga en campo, así como los manuales de recuento y lineamientos operativos.***
- ▶ ***Los dispositivos móviles de captura (DMC), tarjetas SD y punteros (devolutivos).***
- ▶ ***Cargadores de baterías (devolutivos).***

4.4 SUGERENCIAS PARA EL BUEN DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

Completa honestidad: Al comenzar una entrevista, usted debemos explicar claramente al encuestado el propósito de la encuesta, los objetivos que se persiguen y la entidad responsable de la misma.

Saber con quién está conversando: Es clave darle a la persona encuestada nuestro nombre y el de la entidad para la cual estamos haciendo la encuesta.

Debemos suministrarle al encuestado un nombre y un número telefónico de manera que, si él lo desea, pueda llamar a confirmar la autenticidad de la encuesta y de la entidad que la está desarrollando.

Presentación personal: Nuestra apariencia física es la primera y única imagen que queda en la persona entrevistada sobre la seriedad de la investigación y de la entidad que la realiza. En consecuencia, es clave que seamos pulcros, sin descuidos ni excesos, ni sobreactuados ni muy tímidos.

Forma de expresarnos: La terminología utilizada debe ser la más comprensible para el entrevistado, es decir, que no sea ni presuntuosa o sofisticada ni saturada de dichos (expresiones locales o regionales) o términos modernos (que no puedan identificar de manera clara). Cualquiera de los extremos puede generar antipatía hacia el encuestador.

Identificación: Hagámoslo como encuestador de la Encuesta de Consumo Cultural que realiza el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), mostrando nuestra credencial o carné. Éste se debe portar en un lugar visible en la blusa, camisa o buzo. En caso de pérdida presente la denuncia respectiva e infórmele al supervisor para tramitar en el menor tiempo posible uno nuevo.



Ejemplos... ¡para entendernos!

Y si saludamos así:

“Buenos días, soy Santiago Romero. Encuestador de la Encuesta de Consumo Cultural. El objetivo de la encuesta es caracterizar las prácticas culturales asociadas al consumo cultural de la población de 5 años y más.

¿Es claro para el encuestado?

¿Sería la mejor forma?

¿Cómo podríamos ser claros y contundentes con nuestra explicación?

Actitud: Es importante que seamos amables. Ser muy tímidos o mostrarnos autoritarios y agresivos puede ser contraproducente. Seamos conscientes de que las personas poseen distintas características culturales y diferentes reacciones y actitudes ante las situaciones.

Mostrémonos seguros sobre el conocimiento y la comprensión del cuestionario y de la investigación. Si dado el caso, las personas nos hacen preguntas más complejas o tienen dudas muy especializadas, no tengamos temor de decir que no tenemos conocimiento sobre ello y socialicemos con el/a supervisor/a la situación para que sea discutida con el equipo de DANE Central.

Utilicemos un tono de voz adecuado, ni muy alto ni muy bajo y mantengámoslo así durante la entrevista. ***No discutamos con los entrevistados, ni formulemos preguntas ajenas a las consignadas en el cuestionario. Ello podría ser agresivo y afectar en gran medida la posibilidad de que contesten la encuesta.***

Privacidad: Cualquier observador que nos acompañe deberá portar su carné de identificación. Es responsabilidad de nosotros los encuestadores, explicar antes de iniciar la encuesta, porqué el observador está con nosotros. Recordemos que las personas encuestadas tienen el derecho de proteger su privacidad.

Saludo: Presentémonos con amabilidad e informemos que estamos trabajando como encuestador(a) de la investigación que sobre prácticas de consumo cultural realiza el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).



Ejemplos... ¡para entendernos!

Y qué tal si nos presentamos así:

“Buenos días...eh.... Ay perdón, se me olvidó... Ah sí, yo vengo del DANE.

¿Sabe qué es el DANE?

El que hace encuestas por todas partes (no miro los ojos de la persona).

Bueno, yo estoy en una de esas. ¿Usted sí tiene tiempo o vengo luego?”

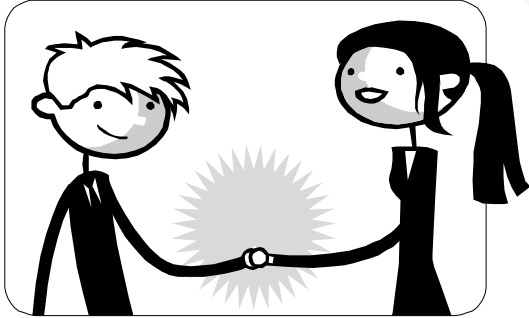
¿Qué podría pensar la persona encuestada con esta actitud?



DANE
Para tomar decisiones

Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos Encuesta de Consumo Cultural ECC- 2014

*¿Es la mejor para ofrecerle confianza a la persona?
¿Con esta actitud garantizamos obtener la encuesta?*



Muy buenos días señor(a):

Mi nombre es Eva García, soy encuestadora de la Encuesta de Consumo Cultural que realiza el DANE (mostremos nuestra identificación para generar mayor credibilidad).

Por favor, solicito su atención para responder las siguientes preguntas...

Presentémonos como se sugiere y expongamos claramente el objetivo de la investigación. No olvidemos que esta encuesta se hace con el fin de caracterizar las prácticas culturales asociadas al consumo cultural de la población de 5 años y más

Explicación de la encuesta: Muchos encuestados quieren saber cómo fueron seleccionados, porqué su participación es importante, quién tendrá acceso a la información que está suministrando y cuánto tiempo tomará la entrevista. Debemos entonces estar preparados para responder estas inquietudes con la seguridad que nos da el conocimiento del tema de la encuesta.

Estemos preparados para añadir: Una explicación acerca de la selección aleatoria por medio de métodos estadísticos. Expliquémosle al entrevistado que fue seleccionado por azar y no por un conocimiento previo. Usted puede convencerlo de que sus respuestas son importantes porque ellas representan también las de otras personas. Insista en la confidencialidad. Cuénteles al entrevistado que sus respuestas serán sumadas con las de otros y usadas sólo para producir tablas estadísticas de forma agregada y no individual. Busque la forma de dar ejemplos de los posibles usos que se harán de esos resultados.

Aunque las cartas de presentación de las encuestas pueden ser enviadas con anticipación, los entrevistados algunas veces no las leen, así que debemos estar preparados para presentar la encuesta.

Cierre de la encuesta: Una vez terminada la entrevista, despedámonos con cordialidad. Agradecemos a nombre del DANE la colaboración prestada y el tiempo dedicado al suministro de la información, indicando al encuestado que, de ser necesario, volvería al hogar para complementar la información que se requiera.



4.5 ¿QUÉ HACER DURANTE LA ENTREVISTA?

Primero, llamar al hogar y ubicar al jefe(a) de hogar¹ o a su pareja o cónyuge. Si éstos no se encuentran, solicitar amablemente la presencia de otra persona de 18 años o más que pueda entregar información sobre el hogar.

Durante el diligenciamiento, recuerde que es norma obligatoria leer textualmente la pregunta, tal como aparece en el formulario. Cuando la persona que suministra la información no comprenda la pregunta, el encuestador podrá utilizar la técnica del sondeo para explicar el contenido de la pregunta o aclarar la respuesta si es necesario, pero sin cambiar su sentido, ni inducir la respuesta.

Es necesario seguir estrictamente el orden y la forma de hacer las preguntas del formulario, es decir, respetar los flujos establecidos y las instrucciones de cada capítulo. Recuerde que cualquier modificación alterará la uniformidad de la información o podría ocasionar omisión de la misma.



Pasos a seguir:

- ▶ Mantener un ritmo constante y normal en la encuesta, ni muy lento ni muy rápido.
- ▶ Mostrar seguridad en el manejo del tema ante la persona encuestada.
- ▶ Leer las preguntas pronunciando con claridad cada palabra sin modificar su texto, para hacerlo en forma correcta y de la misma manera a todos los individuos. Si por agilidad o por comodidad se cambia alguna frase, es posible que se esté indagando por un tema diferente o se esté haciendo el trabajo desde una perspectiva diferente a la proyectada. ***Es importante respetar la lógica como fueron creadas las preguntas, pues responden a una labor investigativa previa.***
- ▶ Ser comprensivo y diligente si la persona encuestada no nos entiende alguna pregunta. En este caso, podemos repetir la pregunta más despacio, explicar algún término o sondear las dudas, para facilitarle a la persona la comprensión del tema por el cual se le está indagando.
- ▶ Demos el tiempo suficiente a la persona para pensar sus respuestas, procurando que no se desvíe del tema.
- ▶ Solicitar y digitar los datos en el mismo orden en que los va mostrando el DMC. Si por cuestiones de seguridad y/o fuerza mayor se aplica la encuesta en formulario en papel, no olvidar que debe pasarse toda la información al dispositivo móvil de captura (DMC) y entregar al supervisor el formulario utilizado para la recolección de la encuesta el cual será enviado posteriormente al DANE CENTRAL.

¹ Se considera **jefe(a) del hogar**, a la persona que por su edad, por ser el principal sostén económico de la familia o por otras razones, es reconocido por sus miembros como tal. Puede ser hombre o mujer.



Antes de comenzar cada capítulo, hagamos una breve introducción a la persona encuestada de acuerdo con el tema que vamos a abordar. Esto nos permite ubicarla en las preguntas que se van a realizar.

En los DMC aparecen algunos clips que al tocarlos, despliegan información complementaria de la pregunta de la cual derivan. **USEMOS ESTE MECANISMO SI HEMOS OLVIDADO EL ALCANCE O EL TEMA POR EL CUAL INDAGA EL INTERROGANTE.**



Ejemplos... ¡para entendernos!
Qué tal si...

- ✗ Admitimos información de las personas que no son aceptadas de acuerdo con las indicaciones dadas en el presente manual.
- ✗ Hacemos comentarios o generamos discusiones políticas, religiosas, íntimas o de otro tipo en el hogar.
- ✗ Deducimos o sugerimos respuestas sin darnos cuenta, leyendo solo algunas alternativas, haciendo énfasis especial en alguna de ellas, o formulando una pregunta de manera afirmativa (ejemplo: “son casados, ¿verdad?”)
- ✗ Mostramos sorpresa o desagrado ante las respuestas que recibimos.
- ✗ Perdemos la calma durante la entrevista.
- ✗ Iniciamos una entrevista de forma forzada.
- ✗ Vamos acompañados de amigos o familiares, personas ajenas al equipo de investigación para hacer la encuesta.

¿Son técnicas correctas como encuestador(a)?

¿Estaríamos haciendo bien nuestro trabajo?

¿Podría esto afectar de alguna manera la recolección de la información?

Con el fin de aclarar una respuesta confusa, incompleta, irrelevante (que no guarda relación con la pregunta) o cuando se sospecha que la información no es verídica, tratemos de precisar a la persona encuestada con preguntas relacionadas que podemos considerar adecuadas.

4.5.1 ¿Y si alguna persona se niega a entregar información?

Ante todo, guardemos la calma y la tranquilidad. Si alguna persona muestra resistencia a entregar la información, es mejor no discutir con él/ella. Tratemos de ser persuasivos para que cooperen. Recordemos algunos importantes argumentos para ayudar a cambiar la actitud:

- ▶ Si usted cree que no es el momento adecuado, dígame cuándo y a qué horas me puede atender. Con gusto vendré cuando usted disponga.
- ▶ La información que produce esta investigación es útil para el país en general, para la ciudad y para su comunidad en particular. Más adelante encontraremos algunos argumentos claves y sustanciales para efectuar esta exposición.



- ▶ Toda la información suministrada es confidencial (Ley 79/93, artículo 5º). En ningún caso el DANE publica resultados individuales (es decir, haciendo referencia particular a alguna de nuestras fuentes), toda la información es agregada. Se puede mencionar que el DANE recoge información de todo tipo y que, a lo largo de su historia, no se ha presentado ningún caso en que se haya incumplido con el compromiso de guardar la reserva estadística, es decir, respetar los datos personales de las personas que se encuestan.
- ▶ El desarrollo de estas investigaciones no causa ningún perjuicio, ni va en detrimento de la persona encuestada, ni puede ser utilizada con fines fiscales ni como pruebas judiciales.

No obstante lo anterior, si la persona se niega a dar la información, marquemos el motivo de suspensión de la encuesta de acuerdo con las indicaciones del programa de captura en el DMC (resultado de la encuesta).

4.5.2 Factores que influyen en la colaboración del encuestado

Mientras nos preparamos para las entrevistas, es muy útil estudiar los factores que pueden influir en la cooperación que ofrezca la persona encuestada. Estos aspectos operan durante toda la entrevista, pero son críticos en el momento de comenzarla a través de su presentación.

- ✓ **El deseo del encuestado de ser útil.** Al comienzo de una encuesta la mayoría de los encuestados se mostrarán atentos y muchos querrán ayudar. Para encuestas cortas, esto será suficiente. Para encuestas más largas, que requieran más tiempo por parte del entrevistado, debemos apelar a otros elementos positivos sobre esta investigación para mantener su interés en ella.
- ✓ **La sensación de que la encuesta es útil y sus resultados serán benéficos.** La mayoría de las entrevistas exitosas se logran cuando la persona encuestada se ha convencido de que la encuesta es importante y que los resultados que ésta arroja serán útiles. Una presentación bien sustentada deja ver la importancia y los beneficios potenciales.
- ✓ **El interés en el tema.** Un resultado particular puede ser de interés para un grupo específico que tenga las mismas características (por ejemplo, los padres que llevan a sus hijos a diferentes tipos de actividades culturales durante el fin de semana). Sea prudente, no deje que el entrevistado se entusiasme y sea él quien guíe la entrevista.
- ✓ **Un sentido del deber.** Muchos ciudadanos entienden la importancia que tienen las encuestas para orientar las políticas del Gobierno. Este factor puede influir en el grado de cooperación. Por ejemplo, una encuesta sobre un tema que sea de interés para el entrevistado puede motivar su respuesta.



4.5.3 Aspectos que pueden distorsionar las respuestas

- × **La sensación de que la entrevista será una pérdida de tiempo.** Nuestra responsabilidad como encuestadores es la de atender cualquier inquietud que la persona encuestada tenga sobre la encuesta. El tiempo es valioso y por ello debemos convencer a la persona de que su participación **ES ESTRATÉGICA Y VÁLIDA PARA NUESTRO PAÍS.**
- × **La sensación de que el tema de la encuesta es irrelevante.** Las personas encuestadoras pueden llegar a sentir que su participación no es importante debido a que el tema de la encuesta no les concierne o que no están calificados para responder. Para contrarrestar esto, utilicemos ejemplos en donde mostremos que la información que ellos pueden aportar es necesaria para el éxito de la encuesta.
- × **La sensación de que están obligados y no tienen otra salida.** Esta sensación lleva a respuestas pobres y apresuradas. Pero usted puede contrarrestar esto, si hace una buena presentación de la encuesta y le hace sentir a la persona que todas sus respuestas (sean las que sean) son supremamente valiosas.



5 ETAPAS DE ESTA ENCUESTA

5.1 ETAPAS DE TRABAJO

a) Realización del recuento y la sensibilización: el personal operativo en cada municipio invita y motiva a las personas que conforman los hogares de las viviendas del segmento seleccionado, a colaborar activamente en la entrega de la información que requiere la encuesta. Los encuestadores(as) hacemos la lista de todos los hogares que habitan en cada uno de los segmentos seleccionados.

b) Selección de la muestra de hogares para la encuesta: Una vez realizado el *recuento*, mediante procedimientos estadísticos elegimos los hogares a los que se les va aplicar la entrevista. El listado de hogares seleccionados se genera en campo de tal manera que pueda ser rápida y efectiva la recolección de la muestra.

c) Aplicación de la encuesta a los hogares seleccionados: Se entrevista directamente (informante directo) a cada una de las personas de 12 años y más que conforman el hogar seleccionado; en el caso de los menores entre los 5 y 11 años, la información es suministrada con la presencia de los padres o acudientes (informante idóneo) y se captura la información a través del DMC para todos los miembros del hogar de 5 años y más.

d) Control de calidad de la información: El supervisor mediante el acompañamiento al encuestador o por reentrevistas (visitas de verificación), examina y corrige la calidad de la información que capturan cada uno de los encuestadores. Asimismo, se realizan encuentros y reuniones de retroalimentación para verificar que los temas y la forma de tratarlos tengan una misma orientación.

e) Envío de la información al DANE central: Luego de capturar la información, día a día los soportes de sistemas entregan vía Internet los datos recolectados para hacer a diario la inspección necesaria.

5.2 CONTROL DE COBERTURA Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN

El propósito es obtener la mayor cobertura posible en cada segmento. Podemos llegar al 100% si tenemos todas las entrevistas completas en todos los hogares de la muestra. Para lograr una buena cobertura es esencial que aunemos esfuerzos para obtener la información completa de las personas de cada hogar. **Es importante que hagamos las visitas que sean necesarias al hogar para conseguir todos los datos de sus miembros.**

- En aquellos hogares donde no podamos realizar la entrevista completa la primera vez, concertemos una cita en un día y hora adecuados para la persona encuestada y obtener así la información que esperamos.



- Cuando hallemos la condición **NADIE EN EL HOGAR**, es necesario visitar el hogar en diferentes momentos para tratar de encontrar la persona que pueda dar la información. Podemos averiguar con los vecinos a qué hora encontramos a las personas de estos hogares.
- En caso de **RECHAZO**, el supervisor/a visita el hogar y trata de convencer a las personas para que suministren la información.
- Prestemos atención cuando estemos reportando muchos casos de no respuesta (como rechazos, entrevistas incompletas, ocupados, ausentes temporales, etc.). **ANALICEMOS NUESTRA TÉCNICA DE ENTREVISTA, PREGUNTÉMOSLE A OTROS COMPAÑEROS CÓMO LOGRAN HACERLO Y QUÉ TIPO DE ESTRATEGIAS USAN PARA SER EFICIENTES EN LA CONSECUCCIÓN DE LA INFORMACIÓN. Posiblemente otros tienen un saber al respecto que yo puedo aprender y aprovechar.**
- Si el problema es serio, acudamos al supervisor/a y en un segundo momento al coordinador/a de campo para resolver la situación.



Tener en cuenta: No olvidemos que el coordinador de campo es también responsable de este proceso. Debemos consultarle los casos cuando:

- ▶ Las direcciones seleccionadas no corresponden al número de la manzana según la cartografía, porque la dirección pertenece a otra manzana de la misma sección o porque la dirección no pertenece a ninguna manzana de la sección.
- ▶ No es posible ubicar el segmento en el terreno por demolición comprobada de las viviendas o por cambio de nomenclatura en las direcciones.
- ▶ El segmento está en una unidad de vivienda de conjunto cerrado y los celadores no permiten el acceso a las viviendas.
- ▶ La cartografía no coincide con la identificación del segmento.

5.2.1 Formatos utilizados en la encuesta durante el recuento y la recolección

Carpeta de muestra: Se entrega una carpeta por cada segmento, la cual contiene:

- ✓ Un mapa el cual tiene señalizada las manzanas que pertenecen al segmento a trabajar.
- ✓ Un listado de viviendas seleccionadas donde se encuentran sistematizadas las direcciones de los hogares elegidos a visitar en cada uno de los segmentos (manzanas).
- ✓ Los formatos de control de recuento que se realizaron en la etapa previa.
- ✓ Hoja de croquis.



En cada carpeta se encuentran impresos los siguientes datos de identificación del segmento:

- ✓ Territorial
- ✓ Departamento
- ✓ Municipio
- ✓ Sector
- ✓ Sección
- ✓ Manzana
- ✓ Segmento

Listado de recuento de unidades estadísticas: Es el resultado del recuento efectuado antes de comenzar con las encuestas. En él aparecen registradas todas las unidades para seleccionar la muestra.

Listado de viviendas seleccionadas: En este formato se encuentran las viviendas seleccionadas para aplicar la encuesta.

Formato de control de visitas pendientes: Al diligenciar esta matriz se hace visible el número de visitas pendientes por realizar, así como la agenda posible de trabajo para lograr completar la información de estos hogares.

5.3 LA ENCUESTA COMO UN PROCESO DE APRENDIZAJE CONTINUO



Socializar con nuestros compañeros las dudas e inquietudes, es hacer posible el debate y la comprensión grupal y unificada de los conceptos de la encuesta.

Participar en este tipo de procesos en campo, implica el poder disfrutar de una experiencia única de trabajo, en la cual gracias al trabajo vivencial, se pueden recoger una serie de aprendizajes y lecciones que mejorarán día a día nuestra labor en campo.

En nuestras diferentes salidas a campo, viviremos experiencias positivas como negativas que enriquecerán nuestra labor, retarán nuestro conocimiento y nos invitarán cada vez más a trabajar en equipo. Por ello, recomendamos:

5.3.1 Luego de la inducción en sedes y subsedes

- Solicitemos un turno en los computadores de la sede o subsede, para que nos podamos familiarizar con el aplicativo de recuento en web. Roteamos la experiencia con los demás compañeros, para que, una vez salgamos a campo, tengamos un mayor conocimiento del aplicativo y sepamos cómo digitar y validar la información.



Un ejercicio interesante es aplicar la encuesta entre los miembros del equipo, para que todos pasen por la experiencia de ser entrevistados. Y conocer así las preguntas, los fraseos, el tipo de flujos y validaciones dados.



- Familiaricémonos el uso del dispositivo móvil de captura, de su lápiz óptico y con las todas las opciones que tiene para su manejo.
- Luego de hacer prácticas individuales con el formulario, encontrémonos con los compañeros y el supervisor a cargo para compartir dudas y resolverlas manera conjunta. El escuchar la experiencia de los otros, amplía mis conocimientos sobre el uso del aplicativo.
- Una vez terminado el recuento, solicitemos al soporte de sistemas que cargue en el DMC el programa de la encuesta para hacer las respectivas prácticas individuales y en grupo.
- **No olvidemos las ayudas que existen en la máquina para hacer mejor nuestro trabajo. Son breves explicaciones sobre temas o procedimientos para llevar a cabo en las preguntas de la encuesta. Siempre las encontramos en un clip que va en el costado izquierdo de las preguntas.**

5.3.2 Durante las jornadas del recuento y la recolección

- ▶ Al iniciar la jornada, solicitemos al supervisor(a) instrucciones claras de trabajo. Hagamos saber nuestras dudas y solicitemos la realización de reuniones de grupo a fin de que las respuestas sean recogidas por todos los miembros del equipo.
- ▶ Por lo menos una vez a la semana, es importante que el equipo evalúe de manera conjunta:
 - 1- El tiempo en el que se desarrolla la encuesta (para analizar rendimientos).
 - 2- Las habilidades adquiridas en el manejo del DMC.
 - 3- Las preguntas más difíciles o que son complejas para las personas encuestadas.
 - 4- Estrategias usadas en campo para afrontar dificultades de todo tipo (desplazamientos, accesos, disminución de rechazos en un hogar, ritmo de las encuestas, revisitas).
 - 5- Las dudas sobre los flujos y la lógica de las preguntas de cada capítulo. A ello se sumarían las argumentaciones usadas para defender y sustentar frente a las personas encuestadas la investigación.
 - 6- Formas de preguntar o introducir capítulos. En este caso, a pesar de que existen directrices similares, puede existir la tendencia a realizar las preguntas según como son entendidas por el encuestador.

En el DANE Central el equipo de la Encuesta de Consumo Cultural estará atento a los comentarios, dudas y recomendaciones que hagan los diferentes equipos de campo.



Todas las opiniones que ustedes expresan, nutren el trabajo de reflexión que se ejecuta en el DANE Central, además de hacer posible hacer ajustes y mejoras año a año.



5.3.3 Al finalizar la recolección

Días antes de terminar el trabajo en campo, es importante que los equipos se reúnan, debatan sobre la experiencia de la encuesta en todos sus ámbitos (lo técnico, lo administrativo, lo conceptual, las labores en los barrios) y concluyan de manera colectiva sobre:

1) Principales dificultades y fortalezas con relación a:

- ✓ El trabajo en zona.
- ✓ Manejo y estado del dispositivo móvil de captura.
- ✓ Los capítulos y conceptos de la encuesta.
- ✓ El trabajo en equipo y el rendimiento colectivo.
- ✓ El nivel de respuesta del DANE Central frente a las dudas y comentarios.
- ✓ Las diferentes formas en que la encuesta fue recibida por la gente en campo.
- ✓ El apoyo de las entidades locales para el desarrollo del proyecto como Alcaldías, Juntas de Acción Comunal, Policía, entre otros.

2) Recomendaciones para el equipo del DANE Central con respecto a:

- ✓ Desarrollo temático (estructura del formulario, flujos, validaciones y conceptos asociados).
- ✓ Organización y tiempo del operativo en campo.
- ✓ El rendimiento, facilidad y flexibilidad del programa de captura de la encuesta, así como del nuevo aplicativo web.

Los balances e informes que ustedes hacen, nutren la mirada nacional sobre el proyecto y dan cuenta de lo ocurrido en campo. Estas situaciones explican y dan contexto a la argumentación sobre los datos de la investigación y a las actividades mismas de la encuesta.

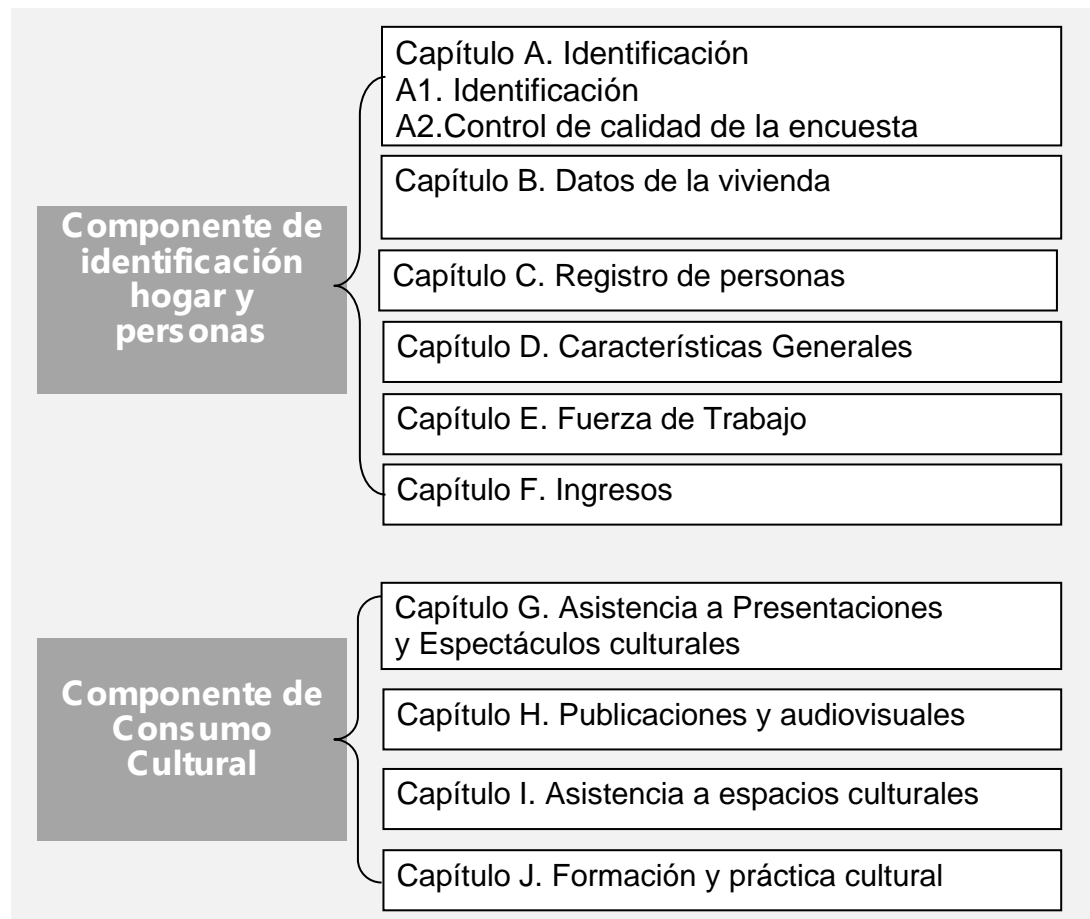


6 ORIENTACIONES GENERALES

En este capítulo identificaremos la estructura general de nuestro formulario y los informantes de la encuesta.

6.1 ESTRUCTURA DEL FORMULARIO

La Encuesta de Consumo Cultural 2014 está compuesta por 10 capítulos enumerados de la letra A. a la J., así:





CAPITULOS	OBJETIVOS	No. PREGUNTAS
Capítulo B. Datos de la vivienda	Caracterizar las viviendas y los hogares a través de variables socio-económicas, de condición de la vivienda, acceso servicios públicos domiciliario y tenencia de bienes y servicios.	2 preguntas
Capítulo C. Registro de personas	Registrar a todas las personas que conforman el hogar.	7 preguntas
Capítulo D. Características generales	Conocer las características básicas de los encuestados para obtener perfiles socio-demográficos.	8 preguntas
Capítulo E. Fuerza de trabajo	Conocer la actividad principal que realiza la persona al momento de efectuar la encuesta.	1 pregunta
Capítulo F. Ingresos	Indagar por los ingresos mensuales aproximados de las personas de 12 años y más que componen el hogar.	1 pregunta
Capítulo G. Asistencia a Presentaciones y espectáculos culturales	Caracterizar asistencia, gasto y razones de no asistencia a presentaciones y espectáculos culturales en los últimos 12 meses.	13 preguntas
Capítulo H. Publicaciones y audiovisuales	Indagar por la asistencia (servicios culturales) y uso (bienes culturales), frecuencias, tipos de acceso y razones de no uso/asistencia de bienes y servicios culturales.	46 preguntas



Capítulo I. Asistencia a espacios culturales

Determinar asistencia, frecuencia de visitas y razones de no asistencia a espacios culturales.

14 preguntas

Capítulo J. Formación y práctica cultural

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

5 preguntas

A los niños y las niñas se les aplican sólo las preguntas asociadas con las prácticas de consumo y que se responden de manera dicotómica: Sí/No. A los niños NO SE LES INTERROGA por razones de no consumo, ni por gastos ni por tipos de acceso a bienes y servicios culturales.



6.2 LOS TIPOS DE INFORMANTES DE NUESTRA TRAVESÍA

El formulario en total consta de 97 preguntas para el jefe (a) del hogar, 88 preguntas para personas de 12 años y más y 32 preguntas para los niños y niñas de 5 a 11 años, las cuales están divididas en 10 capítulos. En cada caso, según la estructura del formulario, los informantes por capítulo son los siguientes:

CAPITULOS	INFORMANTE
A. Identificación y control de calidad de la encuesta	Informante jefe(a) del hogar o Cónyuge o persona de 12 años y más.
B. Datos de la vivienda y del hogar	Informante jefe(a) del hogar o cónyuge o persona de 12 años y más.
C. Registro de personas	Informante jefe(a) del hogar o cónyuge o persona de 12 años y más.
D. Características generales	Informante directo persona de 12 años y más. Informante idóneo para niños y niñas entre los 5 y 11 años.
E. Fuerza de trabajo	Todas las personas de 12 años y más.
F. Ingresos	Todas las personas de 12 años y más.
G. Capítulo de Asistencia a Presentaciones y Espectáculos Culturales	Informante directo persona de 12 años y más. Informante idóneo para niños y niñas entre los 5 y 11 años.
H. Capítulo de Publicaciones y Audiovisuales	Informante directo persona de 12 años y más. Informante idóneo para niños y niñas entre los 5 y 11 años.
I. Capítulo de Asistencia a Espacios Culturales	Informante directo persona de 12 años y más. Informante idóneo para niños y niñas entre los 5 y 11 años.
J. Capítulo de Formación y Práctica	Informante directo persona de 12 años y más. Informante idóneo para niños y niñas entre los 5 y 11 años.



Tener en cuenta:

- ▶ Para los capítulos A. Identificación y B. Datos de la vivienda, en ningún caso debe suministrar la información el empleado (a) del servicio doméstico, pensionistas, vecinos o menores de edad, **excepto cuando el menor de edad sea el jefe/a del hogar o cónyuge.**



- ▶ Es importante tener en cuenta que las preguntas para niños y niñas entre los 5 y 11 años son menos en comparación con las que se le realizan a las personas de 12 años y más. **ESTAR MUY PENDIENTES PARA NO PERDER LA LÓGICA DE ESTAS DOS POBLACIONES Y NO CONFUNDIR PREGUNTAS.**



Conceptos claves: el informante idóneo es una de las personas del hogar que dada su posición en el grupo familiar, puede contestar las preguntas sobre uno de sus miembros. Para el caso se asumen como informantes idóneos los padres y/o acudientes de los menores entre los 5 y 11 años.

SIN EMBARGO, DADO QUE ESTA ENCUESTA INDAGA POR LAS PRÁCTICAS DE CADA UNO DE LOS MIEMBROS DEL HOGAR, ES IMPORTANTE QUE EL NIÑO O LA NIÑA ESTÉN PRESENTES AL MOMENTO DE REALIZAR LA ENCUESTA PARA CORROBORAR LA INFORMACIÓN QUE SE SUMINISTRA.



Tener en cuenta:

- ▶ En los hogares conformados por personas sordomudas, se acepta que la información sea proporcionada por cualquier familiar independientemente de la edad y el lugar de residencia. Es importante que anotemos esta situación en las observaciones al final del DMC.
- ▶ Si en un hogar son los abuelos quienes mantienen y crían al menor, son ellos quienes deben estar presentes cuando el menor entre los 5 y 11 años vaya a contestar las preguntas de la encuesta.

6.3 CONSIDERACIONES PARA NO PERDERNOS

- ✓ Dado que algunas preguntas incluyen varios componentes, es importante que mantengamos una máxima concentración que nos permita seguir los saltos o flujos de una pregunta a otra sin perder la lógica del formulario.
- ✓ Para evitar confusiones, atendamos las definiciones incluidas en el manual de diligenciamiento y conceptos básicos. En el DMC aparece un clip, el cual despliega descripciones o informaciones relevantes sobre la pregunta que se está desarrollando, para que el encuestador no se pierda.
- ✓ Leamos todas las opciones de respuesta para no limitar las posibilidades de la persona encuestada, así haya enunciado su alternativa antes de que termine de leer las opciones.

6.4 LOS PERIODOS DE REFERENCIA

Los periodos son los lapsos de tiempo por los cuales se pregunta en la encuesta. Es decir, que las prácticas y actividades por las que se indaga, no tienen un mismo periodo de realización, o dado



el tipo de práctica y hábito, el periodo cambia para lograr así abarcar las frecuencias en las que dichas acciones se efectúan en la cotidianidad de las personas.

A continuación encontraremos la relación de los principales periodos de referencia que explora la Encuesta de Consumo Cultural año 2014:

Periodos de referencia	¿En qué capítulos aparece?
<p>ÚLTIMOS 12 MESES: Hace referencia a los doce meses calendario inmediatamente anterior al mes en que se desarrolla la encuesta.</p> <p><i>Ejemplo:</i> si la encuesta se efectúa en septiembre, los últimos 12 meses corresponden al periodo septiembre de 2013 a agosto de 2014.</p>	<p>G-Asistencia a Presentaciones y Espectáculos.</p> <p>H-Publicaciones y Audiovisuales (lectura de libros y revistas, cine colombiano, asistencia a cine).</p> <p>I-Asistencia a Espacios Culturales.</p> <p>J-Formación y Práctica.</p>
<p>ÚLTIMOS 3 MESES: Se consideran los tres meses calendario inmediatamente anteriores a la realización de la encuesta.</p> <p>Si ésta se realiza en septiembre de 2014 los últimos 3 meses comprenden junio, julio y agosto de 2014.</p>	<p>J-Formación y Práctica (consumo de internet).</p>
<p>ÚLTIMO MES: Hace referencia al mes calendario inmediatamente anterior al mes en el que se aplica la encuesta.</p> <p>Si la encuesta se efectúa en septiembre, el último mes corresponde a agosto de 2014.</p>	<p>H-Publicaciones y Audiovisuales (lectura de periódicos, consumo de videos y de videojuegos).</p>
<p>ÚLTIMA SEMANA: Es la semana calendario (lunes a domingo) inmediatamente anterior a la semana en la que se efectúa la entrevista.</p> <p><i>Ejemplo:</i> Si la encuesta se efectúa el miércoles 10 de septiembre, la última semana hace referencia a los días transcurridos entre el lunes 1 de septiembre y el domingo 7 de septiembre.</p>	<p>E-Fuerza de trabajo</p> <p>H-Publicaciones y Audiovisuales (consumo de televisión, radio y música grabada).</p>



DANE
Para tomar decisiones

Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos

Encuesta de Consumo Cultural ECC - 2014



Tener en cuenta:

- ▶ Se puede dar la situación de que en un hogar hay varias personas las cuales reportaron periodos de referencia distintos, dado que rindieron información en momentos diferentes (unas a finales de agosto y otras a principio de septiembre, por ejemplo).
- ▶ Si ocurre que una persona empezó la encuesta, pero no la pudo terminar ese día o la semana, los periodos de referencia deben considerarse teniendo en cuenta el día en el que se hizo la encuesta por primera vez.



7 CAPÍTULOS A.IDENTIFICACIÓN Y B. DATOS DE LA VIVIENDA

En este punto conoceremos al detalle las especificaciones de cada pregunta capítulo por capítulo, así como lo que cada pregunta significa en el contexto de la investigación.

7.1 CAPÍTULO A. IDENTIFICACIÓN Y CONTROL DE CALIDAD DE LA ENCUESTA



Objetivos generales

- Establecer la ubicación y la localización de los hogares a encuestar.
- Determinar el estado de la encuesta y proporcionar información sobre el trabajo de campo realizado.

7.1.1 Componente Identificación

A.1. IDENTIFICACIÓN	
1. Región:	<input type="text"/> <input type="text"/>
2. Departamento:	<input type="text"/> <input type="text"/>
3. Municipio:	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
4. Clase:	<input type="text"/>
5. Sector:	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
6. Sección:	<input type="text"/> <input type="text"/>
7. Manzana número:	<input type="text"/> <input type="text"/>
8. Segmento número:	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
9. Edificación número:	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
10. Vivienda número:	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
11. Total de hogares de la vivienda:	<input type="text"/> <input type="text"/>
12. Hogar número:	<input type="text"/> <input type="text"/>
13. Total de personas en el hogar:	<input type="text"/> <input type="text"/>
14. Barrio: _____	
15. Dirección de la vivienda: _____	
16. Teléfono: _____	
17. Resultado de la encuesta*	<input type="checkbox"/>



Tener en cuenta:

Las preguntas que conforman este capítulo se deben transcribir tal y como vienen de la muestra.

Pregunta No. 1 - Región


0	1
---	---

El código de la región es de dos dígitos. Para el caso de Bogotá se maneja como región en esta investigación.




Pregunta No. 6 - Sección

0	1
---	---

 **Conceptos claves:** Es una subdivisión cartográfica que equivale aproximadamente a 20 manzanas contiguas y pertenecientes al mismo sector o barrio, en el área urbana. Se identifica con un número de dos dígitos **color azul**; sus límites se indican con línea delgada a trazos.

Pregunta No. 7 – Manzana número

0	1
---	---

 **Conceptos claves:** Es la división cartográfica menor establecida en las áreas urbanas y centros poblados. Corresponde a un lote de terreno, edificado o sin edificar, delimitado por vías de tránsito vehicular o peatonal; es decir delimitado por calles, carreras, avenidas, transversales, diagonales, de carácter público. Se identifica con un número de dos dígitos **color negro**.

Pregunta No. 8 – Segmento número

0	0	0	0
---	---	---	---

Se diligencia la numeración según la muestra.

Pregunta No. 9 – Edificación número

0	1	1
---	---	---

En este caso, se coloca la numeración de la edificación consecutiva que se encuentra en la manzana.

Pregunta No. 10 - Vivienda número

0	0	1
---	---	---

Para los datos de número de vivienda registramos consecutivamente un número de tres dígitos, de acuerdo con el número de viviendas encontradas en la manzana iniciando con el 001.



Pregunta No. 11 – Total de hogares de la vivienda

0	3
---	---



Tener en cuenta:

Para diligenciar la pregunta de total de hogares de la vivienda:

- ▶ Realizar una indagación exhaustiva para tratar de conseguir la información durante las visitas establecidas.
- ▶ Es posible que el número de hogares en la vivienda no coincida con los datos entregados en el recuento. El propósito de esta pregunta es verificar la información suministrada en el recuento y corregirla en caso de que se haya tomado mal.
- ▶ Esta información es una de las variables importantes al momento de realizar la expansión de la muestra y obtener los resultados el ámbito nacional. Si se anotan menos hogares de los que realmente existen en la vivienda, al final se subestima los resultados verdaderos y si se colocan más hogares de los que en realidad son, entonces se estarían sobreestimando los verdaderos valores de la encuesta.

Pregunta No. 12 – Hogar número

0	2
---	---

Corresponde al número de hogar asignado desde el proceso de recuento. Es un dato de dos dígitos.

Pregunta No. 13 – Total de personas en el hogar

0	2
---	---

Registramos en estas casillas el total de personas que constituyen el hogar (quienes comen y duermen en el hogar), personas desde los cero años. Se diligencia un número no mayor a dos dígitos.

Pregunta No. 14 – Barrio

Teniendo en cuenta la información del recuento, se debe escribir el nombre del barrio donde se encuentra ubicada la vivienda a encuestar.



Pregunta No. 15 – Dirección de la vivienda

En esta pregunta se escribe la dirección completa y precisa con la que se identifica la(s) entrada(s) a la edificación y cada una de las unidades que la componen. Las siguientes son las abreviaturas para registrar las direcciones:

Calle	CL
Circular	CIR
Carrera	KR
Avenida*	AV
Transversal	TV
Autopista	AUTOP
Diagonal	DG
Carretera	CART
Lote	LT
Avenida Carrera	AK
Camino	CN
Kilómetro	KM
Bloque	BL
Manzana	MZ
Apartamento	AP
Oficina	OF
Habitación	HB
Circunvalar	CIRCV
Interior	IN
Avenida Calle	AC

* Únicamente se elige ésta opción si no se diferencia entre AC o AK.

Para propiedad horizontal, además, tenga en cuenta:

Torre	TO
Unidad	UN
Bloque	BL
Módulo	MD
Agrupación	AG
Interior	IN
Manzana	MZ
Local	LC
Garaje	GJ
Penthouse	PH



Sótano	ST
Semisótano	SS
Mezzanine	MN
Planta	PL
Bodega	BG
Casa	CA
Entrada	EN
Oficina	OF
Lote	LT
Piso	PS



Tener en cuenta:

Recuerde que las direcciones se deben escribir en su totalidad en letra mayúscula y sin puntos (es decir una forma incorrecta sería “AV.”; la forma correcta es “AV”; No es necesario escribir el carácter N° ó # para indicar el número de la placa. El único carácter especial que debe aparecer en la dirección es guion (-) que separa la placa domiciliaria. Éste no debe tener espacios.



Ejemplos... ¡para entendernos!

KR 76 12-42 Forma Correcta

KR 76 12 - 42 Forma Incorrecta

Si las calles, carreras, avenidas, etc., van seguidas de las palabras NORTE, SUR, ESTE, OESTE, etc., éstas deben escribirse de la siguiente manera:

Norte: **N**, Este: **E**, Oeste: **W**, Sur: **S**

- × KR 76 12-42S Forma Incorrecta
- ✓ **KR 76 12-42 S Forma Correcta**
- × CL 12S 74-71 Forma Incorrecta
- ✓ **CL 12 S 74-71 Forma Correcta**

Como se observa en el ejemplo, se debe escribir la letra inicial de cada palabra y debe estar separada de la vía principal y de la placa. En oeste no debe colocarse la letra O porque puede confundirse con un cero, por eso se digita la letra W.

Otras letras y palabras que acompañan el número de la vía se escriben sin espacios respecto del número de la vía; la palabra BIS se debe escribir completa:

- × KR 34 # 119 b BIS -25 Forma Incorrecta
- ✓ **KR 34 119BBIS -25 Forma Correcta**
- × AV PEPE SIERRA Forma Incorrecta
- ✓ **AV PEPESIERRA Forma Correcta**



Las anteriores abreviaturas son las que deben utilizarse en el registro de las direcciones, el resto de palabras que hagan parte de la dirección deben registrarse sin abreviaturas tal cual aparecen en terreno.

En las edificaciones que posean varias unidades (bien puede ser comercios, viviendas, oficinas, talleres, consultorios, etc.) debe quedar bien identificadas tanto la edificación como la unidad, es decir se debe tener una identificación general (para la edificación) y debe existir una identificación particular (la unidad).

Pregunta No. 16 – Teléfono

3	1	1	4	1	1	2	9	3	1
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

En este caso en el hogar puede existir una conexión telefónica o disponer de un teléfono celular.

- ✓ Anotamos los dígitos que tenga el número telefónico, incluyendo el básico si existe. Ejemplo: en la ciudad de Montería los números inician en 7, este también deberá escribirse.
- ✓ Se pueden incluir números de celulares o radioteléfonos.
- ✓ Según las indicaciones, este campo no debe quedar en blanco.
- ✓ Si no tiene número de teléfono, registramos 9999999.

Pregunta No. 17– Resultado de la encuesta

1

Dependiendo el resultado de la encuesta, este campo se diligencia con alguno de los siguientes códigos:

1. Encuesta Completa
2. Encuesta Incompleta
3. Ocupado
4. Nadie en el Hogar
5. Ausente Temporalmente
6. Rechazo
7. Vacante
8. Otro Motivo



7.1.2 Componente Control de calidad de la encuesta

A.2. CONTROL DE CALIDAD DE LA ENCUESTA					
1. ENCUESTA				2. SUPERVISIÓN DE LA ENCUESTA	
Encuestador: <input type="text"/> <input type="text"/> Nombre y apellidos: _____					
Resultado de la encuesta					
Visita núm.	1	2	3		4
Fecha (día-mes)	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
Hora de inicio (hora-minutos)	a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>	a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>	a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>		a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>
Hora de terminación (hora-minutos)	a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>	a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>	a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>	a.m. <input type="text"/> <input type="text"/> p.m. <input type="text"/> <input type="text"/>	
Resultado*					
				Supervisor <input type="checkbox"/>	
				Nombres y apellidos: _____	
				Observaciones: _____	

En este aparte, se relacionan los códigos como los nombres completos tanto del supervisor/a como del encuestador/a que se encargan del hogar.

- ▶ **Visita núm:** Se diligencia el número de la visita, es decir, el número de veces que el/a encuestador/a ha visitado el hogar.
- ▶ **Fecha:** Se ubica el mes y el día en números.
- ▶ **Duración de la visita:** Se diligencian las horas de inicio como de finalización teniendo en cuenta que se manejan los ciclos de 24 horas. Es decir, que la 1:00 PM equivale a las 13:00 horas.
- ▶ **Resultado:** En este espacio se digita el número que corresponde a las siguientes convenciones sobre el estado de la encuesta:

1) Encuesta completa (EC): Cuando se obtiene toda la información requerida del hogar.

2) Encuesta incompleta (EI): Cuando falta información para alguna persona del hogar. En tal caso programamos una nueva visita para completar la información. Recordemos que en estas encuestas un hogar se considera completo cuando se tienen todos los datos de principio a fin de los miembros de 5 años y más.

3) Ocupado (OC): En el caso de que el informante no atienda al encuestador/a por falta de tiempo, acordamos una nueva cita con la persona.



4) Nadie en el hogar (NH): Se diligencia si no se encuentra a ningún miembro en el hogar, si está solo un menor de edad o quien se encarga del servicio doméstico. En ese caso, averiguamos con los vecinos, por ejemplo, a qué horas se encuentran las personas que podrían darnos los datos.

5) Ausente temporalmente (AT): Cuando las personas que componen el hogar no se encuentran por algún tiempo o durante el proceso de recolección. En estos casos es importante conocer, a través de vecinos por ejemplo, cuando es posible encontrar a los miembros para visitarlos nuevamente.

6) Rechazo (R): Cuando el informante se niega a suministrar los datos. En ese caso como encuestadores/as haremos lo posible por convencer a la persona o buscar la manera de conseguir la información a través de otro miembro del hogar, en casos extremos. Si no es efectivo el trabajo, solicitemos el apoyo del supervisor/a.

7) Vacante (V): Corresponde a la vivienda que en el momento de realizar la encuesta se encuentra desocupada.

8) Otro motivo (O): En las observaciones la persona encargada de la supervisión anota detalles o situaciones importantes que se hayan presentado durante la realización de la encuesta como: inconvenientes de comprensión de preguntas, conceptos, manejo de filtros, interrupciones, entre otros.

7.2 CAPÍTULO B. DATOS DE LA VIVIENDA



Objetivo general

Caracterizar las viviendas y los hogares a través de variables socio-económicas, de condición de la vivienda y acceso servicios públicos domiciliarios.

(ESTE CAPÍTULO ES PARA SER DILIGENCIADO POR EL JEFE(A) DEL HOGAR O SU CÓNYUGE, O UNA PERSONA MAYOR DE 18 AÑOS MIEMBRO DEL HOGAR QUE NO SEA DEL SERVICIO DOMÉSTICO).



Tener en cuenta: Este capítulo debe ser diligenciado sólo para el hogar 01. Si en la vivienda hay más de un hogar, este capítulo debe ser diligenciado por el hogar 01 que preferiblemente debe ser el hogar propietario de la vivienda si es que éste reside allí. Si en algún caso particular resulta imposible entrevistar a este hogar se debe continuar con el siguiente hogar que se encuentre presente, el cual debe asumir el rol del hogar 01.



Pregunta No. 1 – Tipo de vivienda



Objetivo

Conocer el tipo de vivienda en el cual se encuentra el hogar.

Tipo de respuesta: única.



Tener en cuenta:

Cuando existen dos unidades de vivienda en una edificación y éstas se encuentran habitadas por un solo hogar se debe tomar sólo una vivienda según su tipo.

Para tener claras las definiciones al respecto, leamos el capítulo 2. CONCEPTOS Y DEFINICIONES CLAVES APRA NUESTRO VIAJE, del presente manual.

Pregunta No. 2 – ¿Con cuáles de los siguientes servicios cuenta la vivienda?

2. ¿Con cuáles de los siguientes servicios cuenta la vivienda?

Lea las alternativas

- | | | | | | |
|--|----|---|------------------------|----|---|
| | | | Estrato
para tarifa | | |
| a. Energía eléctrica | Sí | <input type="text"/> <input type="text"/> | → <input type="text"/> | No | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| b. Gas natural conectado a red pública | Sí | <input type="text"/> <input type="text"/> | | No | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| c. Alcantarillado | Sí | <input type="text"/> <input type="text"/> | | No | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| d. Recolección de basuras | Sí | <input type="text"/> <input type="text"/> | → <input type="text"/> | No | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| | | | Veces
por semana | | |
| e. Acueducto | Sí | <input type="text"/> <input type="text"/> | | No | <input type="text"/> <input type="text"/> |



Objetivo

Esta pregunta busca indagar por el acceso a los servicios domiciliarios (sean a través de conexiones legales o ilegales).

Tipo de respuesta: única por cada ítem.

Esta pregunta consta de cinco alternativas no excluyentes.

a. Energía eléctrica



Tener en cuenta:

- ▶ La vivienda puede disponer del servicio a través de una conexión legal o ilegal y el servicio puede ser administrado o dirigido por una empresa pública, privada o de propiedad de la comunidad, aunque en el momento de la entrevista no se puedan usar o no estén funcionando.



- ▶ Cuando la vivienda está conectada a una red eléctrica pública o de propiedad de particulares y dispone del servicio marque alternativa **1. Sí**. Cuando la conexión es pirata se considera que la vivienda cuenta con energía eléctrica. Si la vivienda no cuenta con este servicio marque alternativa **2. No**.
- ▶ No olvide diligenciar el estrato para tarifa del servicio de energía eléctrica. Tenga en cuenta que si la vivienda tiene energía eléctrica, el estrato para tarifa es **1 al 6**, en la mayoría de las ciudades.
- ▶ Solicite a la persona el último recibo del servicio de energía y registre el estrato.
- ▶ Para el diligenciamiento de estrato para tarifa del servicio de energía eléctrica tenga en cuenta: **si los recibos vienen sin estrato o el servicio es ilegal o pirata registre 0, si la persona tiene planta eléctrica o no conoce el estrato del servicio y no cuenta con un recibo de pago registre 9**. Si se da el caso de que en algunas ciudades los recibos no especifican el estrato, sino que traen categorías residenciales, entonces asimile estas categorías de la siguiente manera:

Categorías	Igual a	Estrato
Bajo - Bajo	=	1
Bajo	=	2
Medio - Bajo	=	3
Medio	=	4
Medio - Alto	=	5
Alto	=	6

- ▶ Cuando en la vivienda se tenga un negocio o pequeña fábrica y por ese hecho el recibo de la energía eléctrica lo paguen con tarifa comercial o industrial. En este caso asigne como estrato el más frecuente de las viviendas del segmento.
- ▶ Si la vivienda tiene planta eléctrica, registre código 9 en el espacio correspondiente a "Estrato para tarifa".
- ▶ Si se presenta el caso de **conjuntos residenciales o edificios**, en los cuales se aplica la encuesta a varios hogares o viviendas y en uno de los hogares encuestados, la persona que brinda información manifiesta que no sabe cuál es el estrato para tarifa de energía eléctrica, asuma esta información de formularios diligenciados en ese mismo conjunto o edificio.
- ▶ Igualmente, tenga presente que en **una misma cuadra** el estrato puede diferir de una vivienda a otra.



b. Gas natural conectado a red pública

Instalación de gas natural por ducto.

c. Alcantarillado

Conexión a un sistema público o comunal de desagüe que permite la eliminación de residuos y aguas negras a través de una tubería u otro ducto. Si la vivienda en forma particular hace conexión dirigida a un río o quebrada, o al exterior de la vivienda, se considera que ésta no cuenta con servicio de alcantarillado.



Tener en cuenta:

Principalmente en la zona rural se debe ser muy riguroso al momento de registrar esta alternativa de respuesta ya que si una vivienda dispone de un tipo de desagüe con tubería que no hace parte de un sistema de alcantarillado público o comunal, esta vivienda no cuenta con servicio de alcantarillado.

d. Recolección de basuras



Tener en cuenta:

- ▶ Se considera que una vivienda cuenta con recolección de basuras cuando una entidad pública, privada o comunal **legalmente establecida** le presta este servicio en forma regular o esporádica, en carretas, zorras etc. destinados para este fin. Si la respuesta es afirmativa se preguntará la periodicidad (veces por semana) con la que se presta el servicio. **Si la periodicidad es superior a la semana (cada 10, 12 o 15 días, por ejemplo) registre código 8 en la casilla correspondiente.**
- ▶ Si la basura es recogida en carretas, zorras u otro medio, por personas que **no están constituidas en empresa o en sociedades legalmente establecidas** se considera que la vivienda no cuenta con servicio de recolección de basuras.
- ▶ Si el informante no sabe con qué frecuencia es recogida la basura registre el número 9.

e. Acueducto

Servicio de agua por tubería u otro ducto que está conectado a una red y cuyo suministro es relativamente permanente, puesto que cuenta con un depósito construido para su almacenamiento. Si la conexión es pirata o ilegal se considera que la vivienda tiene acueducto.

Además tenga presente que si una vivienda o grupo de viviendas tiene una conexión a un "tubo madre" en forma provisional o permanente, se considera que la vivienda cuenta con el respectivo servicio.

NO considere que la vivienda tiene acueducto cuando en forma particular se haya construido un sistema de conducción por medio de cañas, guaduas, mangueras, desde un río, pozo o desde otra vivienda.



8 CAPÍTULO C. REGISTRO DE PERSONAS



Objetivo general

Registrar a todas las personas que forman parte del hogar.

Pregunta No. 1 – ¿Cuáles son los nombres y apellidos de las personas que comen y duermen habitualmente en este hogar, RESIDENTES HABITUALES presentes o no?

C. REGISTRO DE PERSONAS (responde jefe[a] del hogar o su cónyuge)

<p>¿Cuáles son los nombres y apellidos de las personas que comen y duermen habitualmente en este hogar, RESIDENTES HABITUALES presentes o no?</p> <p>Residente habitual: Persona que vive permanentemente o la mayor parte del tiempo en la vivienda aunque el día de la encuesta esté ausente.</p>	1.	Núm. de orden	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Nombres y apellidos
		<input type="text"/>	<input type="text"/>	Nombres y apellidos	
		<input type="text"/>	<input type="text"/>	Nombres y apellidos	
		<input type="text"/>	<input type="text"/>	Nombres y apellidos	
		<input type="text"/>	<input type="text"/>	Nombres y apellidos	
		<input type="text"/>	<input type="text"/>	Nombres y apellidos	
<p>Tenga en cuenta: Si hay OTRAS personas que HAGAN PARTE de este hogar que no hayan sido incluidas en la lista anterior, por favor inclúyalas. SE INCLUYEN LOS BEBÉS, ES DECIR, LOS NIÑOS Y NIÑAS DESDE LOS 0 AÑOS.</p>					



Objetivo

Establecer con claridad quiénes integran el hogar en el momento de realizar la encuesta. Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.

Tipo de respuesta: texto / abierta (máximo 70 caracteres por cada nombre)



Tener en cuenta:

Registremos el nombre completo de cada una de las personas del hogar. Iniciemos por el jefe(a) del hogar, y continuemos registrando las personas del hogar de acuerdo con las instrucciones del manual.

Se inicia con el registro de todas las personas que forman parte del hogar. Para esto, el encuestador deberá establecer claramente quiénes componen el hogar, según el concepto de **residente habitual** (citado en el aparte 2.4. Conformación del hogar del presente manual)



DANE
Para tomar decisiones

Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos

Encuesta de Consumo Cultural ECC - 2014

Asegurémonos de registrar a todos los miembros del hogar, preguntemos por niños de meses, ancianos, personas ausentes temporalmente, pensionistas y empleados domésticos.

El orden de registro de los miembros del hogar es el siguiente:

1. Jefe(a) del hogar
2. Pareja, esposo(a), cónyuge, compañero(a)
3. Hijo(as) solteros(as), (de mayor a menor) del jefe(a) y/o del cónyuge.
4. Hijos(as) casados(as), viudos(as), separados(as) del jefe(a) y /o del cónyuge en orden descendente de edad, anotando a continuación de cada uno de ellos sus respectivas esposas(os) e hijos.
5. Nietos(as)
6. Otros parientes del jefe (padre, madre, hermanos, tíos, primos, suegro, suegra, etc.).
7. Empleados del servicio doméstico y sus parientes (hijos(as))
8. Pensionistas
9. Otros trabajadores exceptuando los empleados domésticos
10. Otros no parientes del jefe(a): amigo(a), primos(as) del cónyuge, etc.



Ejemplos... ¡para entendernos!

El registro de los miembros del hogar se hace teniendo en cuenta los **NÚCLEOS FAMILIARES** al interior del mismo, esto quiere decir que en el momento en que se encuentre durante el diligenciamiento un núcleo familiar, éste debe quedar registrado en forma continua. **Ejemplo:** si en el hogar hay dos hijos casados Juan es de 35 años y Eduardo de 30 años, los dos con hijos, el registro debe hacerse en el siguiente orden:

Jefe, esposa del jefe, Juan (hijo mayor), esposa de Juan, hijos de Juan, Eduardo, esposa de Eduardo, hijos de Eduardo. De la misma forma debe procederse con cualquier otro núcleo familiar.

Si en un hogar se encuentran 5 o menos pensionistas o trabajadores, éstos se toman como miembros del hogar. Si hay 6 o más pensionistas o trabajadores no se toma ninguno como miembro del hogar, pues conforman un hogar colectivo que no es objeto de esta encuesta.



Pregunta No. 2 - ¿Alguna o algunas de las PERSONAS QUE ME MENCIONÓ, RESIDEN LA MAYOR PARTE DEL TIEMPO EN OTRA PARTE?

¿Alguna o algunas de las PERSONAS QUE ME MENCIONÓ, RESIDEN LA MAYOR PARTE DEL TIEMPO EN OTRA PARTE?	2.	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/>	(Pregunte quiénes, asegúrese que son residentes de otro hogar y en caso afirmativo, táchelos o elimínelos de la lista de residentes habituales).
		No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/>	



Objetivo

Establecer si las personas listadas en la pregunta 1, residen habitualmente en otra parte, con el fin de eliminarlos del listado de residentes habituales.



Tener en cuenta:

- ▶ Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.
- ▶ Es importante realizar un buen sondeo, con el fin de establecer definitivamente quiénes son los residentes habituales del hogar, para evitar la eliminación de personas en el DMC e inconsistencias.

Pregunta No. 3 - Total de personas en el hogar:

Total de personas en el hogar:	3.	<input type="text"/> <input type="text"/>	Tenga en cuenta: Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.
--------------------------------	----	---	---

Una vez se ha establecido el listado definitivo de las personas que conforman el hogar, se procederá a totalizarlas en el recuadro **Total de personas en el hogar**.



Tener en cuenta:

- ▶ Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.

Pregunta No. 4 – Total de personas menores de 5 años en el hogar:

Total de personas menores de 5 años:	4.	<input type="text"/> <input type="text"/>	Tenga en cuenta: Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.
--------------------------------------	----	---	---



Objetivo

Permitir al encuestador/a ratificar el número de personas que contestarán la encuesta, clasificando a quienes no hacen parte de la población objetivo de la investigación.



DANE
Para tomar decisiones

Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos

Encuesta de Consumo Cultural ECC- 2014

Tipo de respuesta: número de dos dígitos.



Tener en cuenta:

- ▶ Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.

Pregunta No. 5 – Total de personas de 5 a 11 años:

Total de personas de 5 a 11 años:	5.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Tenga en cuenta: Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.
-----------------------------------	----	----------------------	----------------------	---



Objetivo

Establecer la población objetivo de la Encuesta de Consumo Cultural 2014.

Tipo de respuesta: número de dos dígitos.



Tener en cuenta:

- ▶ Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.
- ▶ Contabilizamos sólo las personas que tienen entre 5 y 11 años, para poder ir estableciendo los grupos de personas que hacen parte de la población objetivo de la encuesta.
- ▶ La escogencia de este rango de edad parte de la necesidad de entregar información no sólo sobre jóvenes, adultos y personas de la tercera edad, haciéndose expresas las tendencias generales por diferencias generacionales, sino también sobre las preferencias y prácticas de los menores de edad entre los 5 y 11 años. Lo anterior, en consonancia con su reconocimiento como sujetos de derechos y el interés de las entidades que gestan y ejecutan políticas públicas por posicionar en la agenda estatal y de los diferentes sectores, la preocupación por su cuidado y promoción así como por el cumplimiento y responsabilidad compartida en su desarrollo.

Como la encuesta está concebida, no permite indagar de manera adecuada por la población entre los 0 y 4 años de edad, pues dicha vinculación exige un cuestionario diferenciado acerca de bienes y servicios culturales acotados al periodo de la Primera Infancia. Además, su inclusión exige un tratamiento operativo y logístico diferente, así como una proyección de tiempos de rendimiento diferenciados que amplían el tiempo de trabajo, lo que implica un aumento en el presupuesto que se proyecta cada dos años para esta investigación.



DANE
Para tomar decisiones

Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos

Encuesta de Consumo Cultural ECC- 2014

Pregunta No. 6 – Total de personas de 12 años y más

Total de personas 12 años y más:	6.	<input type="text"/> <input type="text"/>	Tenga en cuenta: Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.
----------------------------------	----	---	---



Objetivo

Establecer la población objetivo de la Encuesta de Consumo Cultural 2014.

Tipo de respuesta: número de dos dígitos.



Pasos a seguir:

Contabilizamos las personas que tienen 12 años y más, para poder determinar los grupos de personas que hacen parte de la población objetivo de la encuesta.



Tener en cuenta:

Pregunta dirigida al jefe(a) del hogar o cónyuge.

Pregunta No. 7 - ¿Alguna persona que consideren jefe(a) del hogar reside la mayor parte del tiempo en otro sitio por razones de trabajo o estudio?

¿Alguna persona que consideren jefe(a) del hogar reside la mayor parte del tiempo en otro sitio por razones de trabajo o estudio?	7.	Sí <input type="text"/> <input type="text"/>	Parentesco con el (la) jefe(a) del hogar actual	a. Cónyuge	<input type="text"/> <input type="text"/>
		No <input type="text"/> <input type="text"/>		b. Hijo o hija	<input type="text"/> <input type="text"/>
				c. Padre o madre	<input type="text"/> <input type="text"/>
				d. Otro pariente	<input type="text"/> <input type="text"/>
				e. Otro no pariente	<input type="text"/> <input type="text"/>



Objetivo

Determinar si hay personas que el hogar considera como Jefe(a) del hogar, pero que debido a la definición de Residente Habitual utilizada en la encuesta, no quedaron registradas en la pregunta 1, como miembros del hogar.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- ▶ Si la respuesta es afirmativa, preguntamos por el parentesco y marcamos la casilla que corresponde.



Tipo de respuesta: numérica para los días y años, selección para el caso de los meses.

Pregunta No. 2 (parte b) – ¿Cuántos años cumplidos tiene...?



Objetivo

Se busca conocer la edad de la persona

Tipo de respuesta: única



Tener en cuenta:

- ▶ Debemos preguntar por los años cumplidos que cada persona tiene en el momento de hacer la encuesta. Si la persona encuestada está cumpliendo años el día de la aplicación de la encuesta, diligenciamos en la casilla la edad nueva que corresponde al día que se recolecta la información.
- ▶ Si la persona tiene más de 114 años, en todos los casos se registra 114, pues el programa valida hasta dicha edad.
- ▶ Con la información de la edad se pueden obtener perfiles generacionales y analizar así tendencias y prácticas de consumo cultural basados en los años de las personas. No es lo mismo ver televisión a los 10 años que a los 46, o leer libros cuando se trabaja o cuando se está estudiando una carrera o tecnología.

Pregunta No. 3 – De acuerdo con su cultura, pueblo o rasgos físicos, usted es o se reconoce como:

<p>De acuerdo con su cultura, pueblo o rasgos físicos, usted se reconoce como:</p> <p>Lea las alternativas</p>	a. ¿Indígena?	1	
	b. ¿Gitano(a) - rom?	2	
	c. ¿Raizal del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina?	3	
	d. ¿Palenquero(a) de San Basilio o descendiente?	4	
	3. e. ¿Negro(a), mulato(a), afrocolombiano(a) o afrodescendiente?	5	
	f. ¿Mestizo(a)?	6	
	g. ¿Blanco(a)?	7	
	h. ¿Otro?	8	
	i. NS/NI	99	



Objetivo

Este interrogante busca conocer el origen étnico-racial con el cual se identifica la persona encuestada.



Tipo de respuesta: única.



Pasos a seguir:

- ▶ Leamos la pregunta.
- ▶ Ubiquemos la respuesta en la casilla que corresponda.



Tener en cuenta:

Esta pregunta no debemos inducirla o asumir la respuesta a partir de lo que vemos. Es esencial basarse en las percepciones que tiene cada persona de sí misma. Sugerimos leer cada una de las opciones de respuesta y que las personas indiquen con cuál de ellas se identifican, así la respuesta nos pueda parecer evidente.

Los miembros de un hogar NO necesariamente se reconocen todos con la misma identidad étnica.

Pregunta No. 4 - ¿Cuál es el parentesco de las personas con el (la) jefe(a) del hogar?

¿Cuál es el parentesco de ... con el (la) jefe(a) del hogar?	4.	a. Jefe(a) del hogar	1	<input type="text"/>
		b. Pareja, esposo(a), cónyuge, compañero(a)	2	<input type="text"/>
		c. Hijo(a) o hijastro(a)	3	<input type="text"/>
		d. Nieto(a)	4	<input type="text"/>
		e. Otro pariente	5	<input type="text"/>
		f. Empleado(a) del servicio doméstico y sus parientes	6	<input type="text"/>
		g. Pensionista, compañero(a) del pensionista	7	<input type="text"/>
		h. Trabajador	8	<input type="text"/>
		i. Otro no pariente	9	<input type="text"/>



Objetivo

Determinar la filiación de cada miembro en la jerarquía el hogar.

Tipo de respuesta: única por cada nombre diligenciado.



Tener en cuenta:

- ▶ Esta pregunta nos permite asegurarnos de que las personas registradas en la pregunta son las que efectivamente conforman el hogar.
- ▶ Es importante ser enfáticos al preguntar por los niños y los niñas menores de edad, ancianos, internos en clínicas, secuestrados y miembros del hogar que se encuentren en vacaciones en otro sitio, a fin de tener claro a quiénes debemos hacer la encuesta.



- ▶ **El propósito es evitar generar en el DMC más encuestas de las que realmente se pueden llegar a hacer. Recordemos que cada nombre que incluyamos corresponde a un ciclo de personas en la máquina.**
- ▶ Si en el hogar existe un pariente o familiar del jefe que trabaja en el mismo como servicio doméstico, el parentesco debe ser servicio doméstico.
- ▶ Debe tomarse como cónyuge-pareja a la persona que se declare como tal independientemente del sexo. Es decir, se aceptan parejas del mismo sexo (hombre con hombre, mujer con mujer).

Es esencial registrar a todos y cada uno de los miembros del hogar con base en la siguiente clasificación:

1. Jefe(a) del hogar (No acepte como jefe[a] de hogar a persona menor de 10 años)

Para esta pregunta de parentesco la determinación de la jefatura de hogar se establece teniendo en cuenta:

- a. La consideración subjetiva por parte de los miembros del hogar al establecer la persona como jefe(a) del hogar.
 - b. La persona que dentro del hogar aporta la mayor parte de la manutención, de acuerdo a los ingresos aportados.
2. *Pareja, esposo(a), cónyuge, compañero(a)*: No acepte como cónyuge del jefe(a) de hogar a persona menor de 10 años, tenga en cuenta que sólo una persona en el hogar puede tener este parentesco con el jefe del hogar.
 3. Hijo(a), hijastro(a)
 4. Nietos(as)
 5. Otro pariente
 6. Empleado(a) del servicio doméstico y sus parientes
 7. Pensionistas, compañero(a) del pensionista
 8. Trabajador
 9. Otro no pariente

El parentesco de cada persona debe ser establecido con relación al jefe(a) del hogar, ejemplo: suegro, primo, trabajador, empleado doméstico, etc.

**Pregunta No. 5 – Actualmente: (solamente para personas de 12 años y más)**

Actualmente: Lea las alternativas	5.	a. No está casado(a) y vive en pareja hace menos de dos años	1	<input type="text"/>
		b. No está casado(a) y vive en pareja hace dos años o más	2	<input type="text"/>
		c. Está casado(a)	3	<input type="text"/>
		d. Está separado(a) o divorciado(a)	4	<input type="text"/>
		e. Está viudo(a)	5	<input type="text"/>
		f. Está soltero(a)	6	<input type="text"/>

**Objetivo**

Establecer el estado civil de la persona encuestada.

Tipo de respuesta: única.

**Tener en cuenta:**

- ▶ Esta pregunta está dirigida solamente a las personas de 12 años y más.
- ▶ Cuando se trate de madres o padres solteras(os), sondee esta información y trate de establecer si tuvo una unión de carácter estable por un determinado tiempo o no. En caso afirmativo considérela(o) como separada(o), en caso contrario será soltera(o).
- ▶ No existen criterios de tiempo y espacio de convivencia para definir el estado civil de una persona por lo tanto debe respetarse la información que suministre el encuestado. Por ejemplo:
 - ✓ Pueden encontrarse personas casadas que temporalmente se encuentran separadas por razones económicas, de viaje, enfermedad etc.
 - ✓ Pueden encontrarse personas que a pesar de convivir en una vivienda y pertenecer a un mismo hogar, se encuentran separadas.

**Conceptos claves:**

Consideremos las siguientes definiciones, las cuales debemos explicar a nuestro informante en caso de ser necesario:

- a. **No está casado(a) y vive en pareja hace menos de dos años:** Una persona está en esta situación cuando hace menos de dos años estableció con otra persona una relación que implica cooperación económica y cohabitación residencial y sexual, la cual se mantiene única y exclusivamente por voluntad propia sin que estén presentes vínculos legales, en el tiempo estipulado.
- b. **No está casado(a) y vive en pareja hace dos años o más:** Una persona está en esta situación cuando hace dos años o más estableció con otra persona una relación que implica cooperación económica y cohabitación residencial y sexual, la cual se mantiene única y exclusivamente por voluntad propia sin que estén presentes vínculos legales durante el periodo de tiempo referenciado.



- c. **Está casado(a):** Se considera casada aquella persona que ha establecido con otra una relación aprobada por la ley, que implica cooperación económica y cohabitación residencial y sexual.
- **Casado(a) por la iglesia:** Incluye a las personas que han contraído matrimonio según los ritos religiosos de algún credo (católico, bautista, judío, etc.) y que en el momento de la aplicación de la encuesta vivan en ese estado.
 - **Casado(a) por lo civil:** Incluye a las personas que han contraído matrimonio según la ley civil (ante un juez o notario) y que en el momento de la aplicación de la encuesta vivan en ese estado.
- d. **Está separado (a) o divorciado (a):** Persona cuya unión (casado o en unión libre), ha sido disuelta por vía legal o de hecho y no se ha vuelto a casar, ni vive en unión libre.
- e. **Está viudo(a):** Es la persona que habiendo fallecido su cónyuge o compañero (a), no ha vuelto a casarse ni vive en unión libre.
- f. **Está soltero(a):** Persona que nunca ha contraído matrimonio y que no vive ni ha vivido en unión libre.

Pregunta No. 6 - ¿Sabe leer y escribir?

¿Sabe leer y escribir?	6.	Sí 1 <input type="text"/>
		No 2 <input type="text"/>



Tener en cuenta:

- ▶ Una persona sabe leer y escribir si es capaz de leer y escribir un párrafo sencillo al menos, en su idioma nativo. Cuando la persona informa que sólo sabe firmar o escribir el nombre o algunas palabras o números, marque la alternativa **2 (No)**.
- ▶ Para el caso de personas que en el momento de realizar la encuesta se encuentran enfermas y les es imposible hablar, ver, escribir; pero sabían leer y escribir en el pasado, el recolector deberá registrar en esta pregunta la alternativa **1 (Sí)** y colocar la respectiva observación.



CASOS Y DUDAS MÁS FRECUENTES ¿QUÉ HACER?

Personas que saben leer pero no escribir

Situación: Una señora afirma que sabe leer pero no escribir. Queda la duda si en español es posible saber leer y no escribir o viceversa. ¿Cómo se debe proceder en esta situación?



Rta/: De acuerdo con algunas consultas hechas, es viable que las personas sepan leer pero no escribir, pues la competencia lectora aporta a la habilidad escritural.

La situación expuesta se puede dar, y, para efectos de la encuesta, se sugiere responder Sí en la pregunta sobre lectura y escritura para que la persona pueda contestar el capítulo de publicaciones. Sin embargo, es importante que se haga la aclaración en las observaciones.

Con base en la asesoría de algunos docentes, es común que en la primaria se presenten casos de personas que leen más y escriben menos por el tipo de motivación que tienen hacia la lectura. En la secundaria, pasa el caso contrario, es decir, algunos adolescentes y jóvenes desarrollan mayores competencias escriturales que lectoras.

Pregunta No.7 - ¿Actualmente... asiste al preescolar, escuela, colegio o universidad?

¿Actualmente ... asiste al preescolar, escuela, colegio o universidad?	7.	Sí <input type="text" value="1"/>
		No <input type="text" value="2"/>



Objetivo

Conocer si los miembros del hogar asisten o no en el momento de la encuesta a un establecimiento de enseñanza formal regular (colegio, escuela, universidad, etc.) y cualquier establecimiento de enseñanza especial (colegios para personas con limitaciones o para personas superdotadas).



Tener en cuenta:

- ▶ Una persona se considera asistiendo a la escuela u otra institución de enseñanza, cuando está matriculada y no se ha retirado, aun cuando esté ausente temporalmente por enfermedad, vacaciones u otra causa, o aunque asista solamente parte del día.
- ▶ Las personas que cursan bachillerato o primaria por radio o televisión, se consideran **no asistiendo a un establecimiento** de educación formal en pregunta 7, pero en pregunta 8 se registra el último grado que han aprobado en el nivel respectivo.
- ▶ La educación impartida por el SENA no se considera educación formal, excepto quienes están matriculados en los campos de formación tecnológica y técnica profesional, ya que según decreto 359 del 6 de marzo del 2000, el SENA se encuentra expresamente facultado para adelantar programas en educación formal en esos campos. Por lo anterior, se consideran asistiendo quienes están matriculados en formación tecnológica y técnica profesional, en los otros campos de enseñanza no se consideran estudiando.
- ▶ Si la persona está siguiendo un programa de educación a distancia, se considera asistiendo. La educación a distancia es un programa de enseñanza en la que el estudiante se matricula y aunque no necesita desplazarse en forma cotidiana al establecimiento para tomar sus clases, eventualmente debe dirigirse a éste para recibir tutorías, pre-



sentar pruebas, etc. También se considera asistiendo a las personas que habiéndose matriculado recibe sus clases por medio del Internet.

- ▶ Si la encuesta se realiza en el período de vacaciones escolares finales se considera que la persona asiste SOLO si ya está matriculada en el siguiente curso o nivel, o si no estando matriculado, piensa seguir estudiando y tiene cupo asegurado en el siguiente curso o nivel.

Pregunta No. 8 - ¿Cuál es el nivel educativo más alto alcanzado por... y el último año o grado aprobado en este nivel?

¿Cuál es el nivel educativo más alto alcanzado por y el último año o grado aprobado en este nivel?	8.	a. Ninguno	1	0	
		b. Preescolar	2	0	
		c. Básica primaria (1o. - 5.o)	3	0	
		d. Básica secundaria (6.o - 9.o)	4	0	
		e. Media (10.o-13.o)	5	1	
		f. Superior (técnica, tecnológica, universitaria-pregrado)	6		
		g. Posgrado (especialización, maestría, doctorado)	7		
		h. No sabe/no informa	9	9	



Objetivo

Conocer el nivel educativo más alto alcanzado y el último grado aprobado en ese nivel.

Tipo de respuesta: única.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- ▶ Ubiquemos la respuesta en la casilla que corresponda.
- ▶ Señale el nivel educativo más alto alcanzado y luego el último año aprobado en ese nivel.

Cuando se trate de personas con «educación especial» se debe indagar a cuántos años de Educación Formal corresponde uno de educación especial y hacer la respectiva equivalencia. La anotación debe venir en «observaciones».

Si no es posible obtener alguna respuesta sobre el nivel educativo, marque la alternativa «**No sabe, No informa**».

Cuando una persona está en el primer año de determinado nivel o lo abandonó, registre «**inicio preescolar**», «**inicio primaria**», «**inicio secundaria**», «**inicio educación superior**» o «**inicio posgrado**», según corresponda. Ejemplos: para una persona que esté cursando primer año de educación superior o universitaria, se debe registrar «inicio educación superior». Si está cursando el grado sexto de secundaria, se debe registrar «inicio secundaria».



- a. Ninguno. Si la persona responde que no aprobó ningún grado dentro de los niveles de educación formal se debe registrar la alternativa «Ninguno».

Los niveles de la educación son los siguientes:

Preescolar. Comprende los grados de pre jardín, jardín y transición.

Educación básica: La educación básica obligatoria corresponde a la identificada en el artículo 356 de la Constitución Política como educación primaria y secundaria; comprende nueve (9) grados y se estructura en torno a un currículo común, conformado por las áreas fundamentales del conocimiento y de la actividad humana.

- b. Educación básica en el ciclo de primaria: los cinco (5) primeros grados (1.º a 5.º) de la educación básica constituyen el ciclo de primaria.
- c. Educación básica en el ciclo de secundaria: los cuatro (4) grados (6.º a 9.º) subsiguientes de la educación básica primaria constituyen el ciclo de secundaria.
- d. Educación media: la educación media constituye la culminación, consolidación y avance en el logro de los niveles (preescolar y básica) y comprende dos grados: el décimo (10.º) y el undécimo (11.º).
- Las personas que validaron los cursos 10.º y 11.º de educación media, se considera que terminaron la educación media.
 - Las personas que reporten que se encuentran cursando el grado décimo (10º) deben quedar registradas en nivel «básica secundaria» y en grado «novenos» (9º).
- e. Superior o universitaria. Comprende los estudios que imparten los establecimientos de enseñanza superior, que culminan con la obtención de un título universitario de nivel profesional, técnico o tecnológico. Revisaré
- f. Posgrado. Se incluyen las especializaciones, maestrías o doctorados realizados por la persona encuestada.

De acuerdo con lo anterior, se incluye dentro de este nivel la educación formal recibida después de los estudios secundarios; es decir, la educación impartida por instituciones técnicas, tecnológicas, instituciones universitarias y SENA en carreras técnicas y tecnológicas.

Aunque los estudios universitarios de la mayor parte de las carreras se cursan por semestres, se deben escribir solamente los años completos aprobados. Así, un estudiante que hizo 5.º Semestre de medicina tiene aprobados dos años de universidad y se debe escribir 02 en la alternativa «Superior o universitaria».



DANE
Para tomar decisiones

Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos

Encuesta de Consumo Cultural ECC - 2014



Tener en cuenta:

Para el caso de personas que hayan cursado estudios en varias carreras (terminadas o no) o con estudios de posgrado, mientras se hayan realizado en periodos diferentes, deben sumarse los semestres aprobados, y finalmente llevar la respuesta a años, para registrarla en las casillas correspondientes; ejemplo:

- Una persona afirma que cursó y aprobó: 3 semestres de Administración de Empresas, 1 de Ingeniería Industrial, 3 de Tecnología de Alimentos y 1 semestre de Medicina. En total la persona ha cursado y aprobado 8 semestres de educación superior, lo que equivale a 4 años, por lo que deberá registrarse en la alternativa 6 (Superior) 4 años.

Como se muestra en los ejemplos anteriores, la sumatoria de semestres debe hacerse para todos los tipos de educación superior (técnica, tecnológica o profesional) e incluye tanto carreras completas como incompletas, siempre y cuando se hayan realizado en períodos diferentes.

f. No sabe, no informa. Si el informante no contesta la pregunta o no sabe, seleccione esta alternativa.^[1]

^[1] Fuente: Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH). Manual de recolección.



10 CAPÍTULO E. FUERZA DE TRABAJO

Pregunta No. 1 – ¿En qué actividad ocupó... la mayor parte del tiempo la semana pasada?

<p>¿En qué actividad ocupó..... la mayor parte del tiempo la semana pasada?:</p> <p>Lea las alternativas</p>	1	a. Trabajando	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>
		b. Buscando trabajo	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
		c. Estudiando	<input type="text" value="3"/>	<input type="text"/>
		d. Oficios del hogar	<input type="text" value="4"/>	<input type="text"/>
		e. Incapacitado permanente para trabajar	<input type="text" value="5"/>	<input type="text"/>
		f. Otra actividad ¿cuál? _____	<input type="text" value="6"/>	<input type="text"/>

(máximo 70 caracteres)



Objetivo

Esta pregunta permite ubicar la actividad a la cual la persona le dedicó más tiempo la semana pasada.

Tipo de respuesta: única



Tener en cuenta:

Formule la pregunta y **espere respuesta**. Si el informante duda o se queda en silencio haga la pregunta para cada alternativa acompañada de las palabras "o alguna otra cosa", Ejemplos:

- ✓ ¿Oficios del hogar o alguna otra cosa?
- ✓ ¿Estudiando o alguna otra cosa?
- ✓ ¿Trabajando o alguna otra cosa?

Consideremos las siguientes instrucciones:

- ▶ Se debe asignar o marcar una sola alternativa y debe ser la que mejor describa la actividad principal de la persona durante la semana de referencia.
- ▶ Si una persona desempeñó más de una actividad durante la semana, pregunte ¿a cuál le dedicó más tiempo durante la semana pasada? Si la persona no puede decidir al respecto, pregunte ¿cuál le generó mayores ingresos?
- ▶ Hay que tener cuidado y realizar un buen sondeo, ya que se han presentado casos en los que las fuentes responden la opción **f. Otra actividad y en ¿Cuál? responden estudiando y trabajando**, esta información ya está contenida en las opciones c y a respectivamente, se le debe preguntar a la fuente a cuál de las dos actividades le dedicó más tiempo y dependiendo de la respuesta marcar la opción que corresponda, papara el caso citado sería un error seleccionar la opción f. Otra actividad.



Ejemplos... ¡para entendernos!

- A las personas que son amas de casa el encuestador les debe realizar un buen sondeo, con el fin de conocer la actividad a la cual esta persona dedicó la mayor parte del tiempo la semana pasada, lo cual permite captarlas adecuadamente dentro del capítulo de fuerza de trabajo.
- Cuando una persona se encuentre ausente del trabajo por vacaciones, permisos, enfermedad, licencia etc., debe registrarse en la alternativa "otra actividad".



Conceptos claves:

- **Trabajando:** Esta acción se remite a la persona que ejerce una actividad en la producción de bienes y servicios, ya sea como asalariado, trabajador(a) por cuenta propia, patrón o como trabajador familiar sin remuneración.



Tener en cuenta:

- ▶ Los policías bachilleres que se encuentran prestando el servicio militar obligatorio y los guardas bachilleres penitenciarios, que regresan a sus casas también se deben considerar trabajando.
- ▶ Si la persona en la semana de referencia se encontraba prestando el servicio militar y en la semana de la encuesta terminó de prestar el servicio militar y forma parte de este hogar, se considera trabajando.
- **Buscando trabajo:** Indica que la persona pasa la mayor parte del tiempo consiguiendo empleo, o buscando establecer un negocio o ejercer una profesión.



Tener en cuenta:

Una persona busca trabajo si:

- ▶ Se registra en una agencia de empleo pública o privada.
- ▶ Está a la espera de que se le llame de una oficina de personal, registro de empleos u otros sitios de registro.
- ▶ Visita oficinas o establecimientos en los cuales los empleadores seleccionan y contratan personal (tripulaciones, contratistas de construcción, agricultores, asesores, etc.).
- ▶ Buscó establecerse en un negocio o ejercer su profesión
- ▶ Acuerda citas con posibles empleadores.
- ▶ Pública, contesta o consulta avisos clasificados o llena solicitudes.



Ejemplos... ¡para entendernos!

- Cuando una persona buscó trabajo la mayor parte del tiempo en la semana pasada, o de referencia, y en el momento de la encuesta ya está trabajando, debe venir diligenciada la alternativa **2 (Buscando trabajo)**.
- Cuando la persona prestó el servicio militar hasta hace unos meses y ahora está buscando trabajo, debe venir **alternativa 2 (Buscando trabajo)**.
- **Estudiando:** Son aquellas personas que pasaron la mayor parte de la semana de referencia estudiando en cualquier tipo de colegio, escuela, universidad o academia, o que hayan dedicado la mayor parte del tiempo de esa semana al estudio en una institución o en su propia casa. Se incluye todo tipo de educación e instrucción: formal, informal, técnica, religiosa, Sena, etc., deben traer **alternativa 3 (Estudiando)**.

Recordemos que en épocas de vacaciones, las personas que normalmente estudian pueden estar la mayor parte del tiempo trabajando o buscando trabajo en la semana de referencia; en tal caso, considérelas en una de estas dos situaciones (trabajando o buscando trabajo)



Tener en cuenta:

- ▶ Es importante tener en cuenta que los estudiantes de medicina, enfermería, odontología, derecho, etc. que realizan prácticas propias de su área académica no remuneradas deben considerarse "estudiando" ya que dichas prácticas son obligaciones que hacen parte del programa de estudios.
- ▶ Si por el contrario, las prácticas, pasantías o internado están siendo remuneradas EN DINERO deberá considerarse trabajando (alternativa 1).
- ▶ Las personas que en el periodo de vacaciones no están trabajando o buscando trabajo, se considerarán estudiando si van a seguir asistiendo, siempre y cuando no estén dedicadas en vacaciones a actividades como trabajar o buscar trabajo.
- **Oficios del hogar:** Quienes tienen como principal actividad la atención y manejo de su propio hogar. En este punto se incluye el cuidado de los niños, la preparación de comidas, lavar ropa, cortar el césped, pintar la propia casa y muchas labores similares no remuneradas que se realizan en el hogar.
- **Incapacitado(a) permanente para trabajar:** Las personas que debido a una enfermedad física, mental o ancianidad, no pueden realizar ninguna clase de trabajo de por vida.
- **Otra actividad:** se clasifican en esta categoría las personas que dedican la mayor parte del tiempo a realizar actividades diferentes de las expuestas, y que, **POR SU CARÁCTER, NO SON SIMILARES O RELACIONADAS CON LAS DESCRITAS ANTERIORMENTE.**



DANE
Para tomar decisiones

Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos

Encuesta de Consumo Cultural ECC - 2014



Tener en cuenta:

Se consideran personas en **OTRA ACTIVIDAD**:

- ▶ Quienes están temporalmente enfermas o incapacitadas, y que volverán a su actividad luego de superar su enfermedad.
- ▶ Las personas que teniendo un empleo no estuvieron trabajando en la semana de referencia debido a conflicto de trabajo, vacaciones u otra clase de permiso, interrupción del trabajo como huelgas, etc.
- ▶ Los trabajadores que durante el período de referencia hayan sido suspendidos temporal o indefinidamente, sin goce de remuneración y no estén activamente buscando empleo.
- ▶ Personas que no tenían trabajo, ni lo buscaron en la semana de referencia y que esperan incorporarse próximamente a un empleo, negocio o explotación agrícola.
- ▶ Trabajadores voluntarios sin remuneración en organizaciones de beneficencia, acción comunal o para un amigo.
- ▶ Las personas que se encontraban haciendo mejoras de una casa de su propiedad, como pintando, estucando etc. no se consideran trabajando por realizar esta actividad.
- ▶ Las personas que durante la semana de referencia eran rentistas o pensionados.
- ▶ Otros casos no contemplados en los anteriores, tales como deportistas aficionados, personas sin oficio, habitantes de la calle, etc.



11 CAPÍTULO F. INGRESOS

Pregunta No. 1 - ¿Cuál es su ingreso mensual?

¿Cuál es su ingreso mensual?	1	a. Sí recibe	<input type="text" value="1"/>	¿Cuánto recibe?
		b. No recibe	<input type="text" value="2"/>	\$
		c. NS/NI	<input type="text" value="99"/>	
<p>Nota: Validación mínima \$1.000; máximo \$99.999.999 y sin centavos. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.</p>				

Espera respuesta



Objetivo

Indagar por los ingresos mensuales de las personas de 12 años y más que componen el hogar.

Tipo de respuesta: única



Pasos a seguir:

- ▶ Formule la pregunta y **espere respuesta**.
- ▶ Esta pregunta se hace a todos los miembros del hogar de 12 años y más. Sondee bien si la persona no recibe ingresos por ningún concepto, marque la casilla b. Si definitivamente la persona no sabe marque la opción c.



12 CAPÍTULO G. ASISTENCIA A PRESENTACIONES Y ESPECTÁCULOS CULTURALES



Objetivo general

Caracterizar asistencia, gasto y razones de no asistencia a presentaciones y espectáculos culturales en los últimos 12 meses.



Conceptos claves:

- Las **presentaciones culturales** son actividades realizadas por individuos, grupos y/o entidades, tanto públicas como privadas, con el propósito de promover la circulación de propuestas y producciones culturales, en diferentes escenarios y a través de diversos medios.
- Las **artes escénicas** comprenden actividades profesionales o de aficionados relacionadas con el teatro, la danza, la ópera y el teatro de títeres. Adicionalmente incluye eventos culturales de celebración (*Festivales, Fiestas y Ferias*) de carácter local y que pueden ser de naturaleza informal (Framework UNESCO – 2009).
- La **música en vivo** es la presentación en directo de una propuesta o producto musical ante un público que está en un espacio y que implica desplazamiento para escucharlo. *Esta categoría NO incluye, por ejemplo, las serenatas o las presentaciones realizadas en los buses de transporte público, ni los conciertos pregrabados que se emiten en espacios públicos comúnmente denominados video conciertos.*
- Las **artes plásticas y visuales** son formas de expresión que usan diversos medios, tecnologías y materiales potencian la experimentación con formas, colores o sonidos para narrar ideas, emociones o experiencias.
- **Las artes visuales** son formas de arte orientadas a la creación de obras de naturaleza Visual, “que apelan principalmente al sentido visual. Están generalmente enfocadas a la creación de obras de naturaleza visual o representan objetos multidimensionales” (Framework UNESCO – 2009).
- Las **artesanías** se definen como "productos producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto terminado... La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, y religiosa o socialmente simbólicas y significativas” (UNESCO/ITC, 1997).



Ejemplos... ¡para entendernos!

¿Qué los integra? ¿Qué se mide?	
Presentaciones de artes escénicas	
	Teatro de sala, teatro callejero, danza moderna y contemporánea, ópera (en espacios abiertos como cerrados).
Presentaciones de música en vivo	
	Conciertos o recitales de solistas, dúos, tríos, grupos, bandas, coros, tunas, orquestas, filarmónicas, sinfónicas, DJ, incluyendo todas las posibilidades acústicas, instrumentales y electrónicas. <i>No se incluyen las serenatas ni las presentaciones que hacen las personas en los buses y otros transportes de servicio público como medio de supervivencia. Tampoco están vinculadas las actividades con amigos, en las cuales alguno o varios amenizan un encuentro con el uso de algunos instrumentos (en casas, reuniones familiares).</i>
Exposiciones de artes plásticas y visuales	
	Fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura, diseño, instalaciones, plastilina, pintura corporal (<i>body painting</i>), proyecciones de imágenes (no es cine en este caso), video arte.
Exposiciones de artesanías	
	Cestería, orfebrería (trabajo de metales preciosos), platería, tapicería, joyería, ebanistería, tejidos, marroquinería (cueros), alfarería, vitrales, metalurgia.



Tener en cuenta:

- ▶ **Oferta cultural:** Los bienes y servicios culturales por los cuales indaga la encuesta no se encuentran en todas las zonas, ni son ofertados de la misma manera. La intención de la encuesta es exponer con claridad cuáles existen o son característicos de cada zona, o a través de qué medios o fuentes las personas tienen acceso a las diferentes opciones de bienes y servicios que ofrecen las organizaciones y entidades del sector cultural, mediante diversos mecanismos.
- ▶ **Asistencia y frecuencia:** En las preguntas sobre asistencia (fue a presentaciones, espectáculos o eventos), existe una escala de frecuencia para determinar cada cuánto la persona realiza dichas actividades. Con esta segunda pregunta se determinan hábitos y prácticas.



► **Acceso gratuito y pago:**

Gratis: Se determina así cuando las entradas no tuvieron ningún tipo de costo para las personas, y fueron los oferentes quienes corrieron con dicho costo. Es decir, cuando la boleta de entrada de algún evento no tiene ningún costo para nadie. Si la boleta era gratis para todo el público, significa que no generó costos a los espectadores, es decir, el espectáculo fue de entrada gratuita para el público.

Pago: Implica los gastos hechos directamente por la persona encuestada en un periodo de 12 meses en boletas y/o entradas a presentaciones y espectáculos. Es importante considerar que estos gastos pudieron ser para sí o para terceros. **NO SE INCLUYEN EN ESTE CASO LOS GASTOS DE TRANSPORTE Y COMIDA REALIZADOS EN EL MARCO DE LA ASISTENCIA A LA ACTIVIDAD O PRESENTACIÓN CULTURAL.**



Ejemplos... ¡para entendernos!

En las preguntas que indagan por gastos efectuados sólo se tiene en cuenta la inversión económica realizada directamente por la persona encuestada, y que incluye el pago de regalos, planes u otros servicios a otros miembros del hogar

Por ejemplo, muchos padres de familia no asisten a los conciertos, pero compran las boletas de sus hijos. En ese caso, con el dato de los padres se puede observar la transferencia de gasto, es decir, el gasto que hace un miembro del hogar para que otro disfrute del bien y/o servicio cultural, así quien lo haya comprado no lo haga de manera directa.

12.1 CASOS Y DUDAS MÁS FRECUENTES ¿QUÉ HACER?

Sobre la asistencia a eventos culturales por fuera del país:

Situación: En las preguntas sobre asistencia a presentaciones y espacios culturales, ¿se incluye también la asistencia que se hace a este tipo de presentaciones por fuera del país en el periodo de tiempo determinado?

Rta/: Dado que es un fenómeno difícil de identificar y por su baja prevalencia (el consumo cultural en otros países), no se ha hecho todavía una diferenciación en la Encuesta de Consumo Cultural para los consumos culturales fuera y dentro del territorio nacional.

LO QUE BUSCA LA ENCUESTA DE CONSUMO CULTURAL ES IDENTIFICAR SI LAS PERSONAS ESTÁN ASISTIENDO TANTO A PRESENTACIONES Y ESPECTÁCULOS COMO A ESPACIOS CULTURALES EN EL TERRITORIO NACIONAL.

En el caso de las personas que viven en zona de frontera como Cúcuta o Ipiales (ciudades dentro de la muestra), se pueden presentar situaciones en las que los encuestados de dichas zonas asisten a presentaciones o espacios culturales en el país vecino y no en Colombia.



12.2 SOBRE ASISTENCIA Y FRECUENCIA - PREGUNTAS 1, 4, 7 Y 10

Estas preguntas tienen la misma estructura y se convierten en los interrogantes filtros de las demás.

Pregunta No. 1 - En los últimos 12 meses, ¿usted asistió a teatro, danza y ópera, y con qué frecuencia?

Pregunta No. 4 – En los últimos 12 meses, ¿usted asistió a conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos y/o cerrados (en vivo) y con qué frecuencia?

Pregunta No. 7 – En los últimos 12 meses, ¿usted asistió a exposiciones, ferias y muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura y artes gráficas y con qué frecuencia?

Pregunta No. 10 – En los últimos 12 meses, ¿asistió a ferias y exposiciones artesanales, y con qué frecuencia?

Estructura modelo aplicada a las preguntas 1, 4, 7 y 10

En los últimos 12 meses, ¿usted asistió a teatro, danza y ópera, y con qué frecuencia?	Si	<input type="text" value="1"/>					
	a.	Por lo menos una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez al año	
	1.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>	
	b.	¿Algunas de estas entradas fueron gratuitas?					
		Si <input type="text" value="1"/>	No <input type="text" value="2"/>	NS/NI <input type="text" value="99"/>	Pase a pregunta 3		
		No <input type="text" value="2"/>	Pase a pregunta 2				



Objetivo

Conocer si la persona encuestada asistió o no a presentaciones y espectáculos culturales de:

- Artes escénicas (teatro, danza y ópera).
- Conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos y cerrados (en vivo).
- Exposiciones, ferias y muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura y artes gráficas.
- Ferias y exposiciones artesanales.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- ▶ En el caso de que la respuesta de la persona encuestada sea negativa, se indaga por las razones de no asistencia.
- ▶ Si la persona responde afirmativamente leemos las opciones de frecuencia.
- ▶ Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.
- ▶ Luego de marcar la casilla de la frecuencia, leemos la opción b. ¿Algunas de estas entradas fueron gratuitas? Y esperamos respuesta.



Tener en cuenta:

- ▶ Una entrada gratuita es aquella que **NO IMPLICA GASTO ALGUNO O ALGÚN INTERCAMBIO** en especie, simbólico o comercial. Por ejemplo, participar de una obra de teatro callejero, en alguna plaza o parque, o ir a una obra que es pagada o auspiciada por una entidad o empresa, significa que las entradas son gratuitas para el público.
- ▶ Si la persona fue invitada a varios eventos y no pagó por su entrada, pero la boleta tenía un costo, no debe responder con un Sí en entradas gratuitas, porque no tuvo un costo para la persona, pero el costo de la boleta de entrada fue asumida por un tercero.

12.3 ACERCA DE LAS RAZONES DE NO ASISTENCIA - PREGUNTAS 2, 5, 8 Y 11

Estas preguntas tienen un propósito como una estructura similar. Para analizarlas, presentamos el ejemplo del interrogante 2, con el cual se reconoce el fraseo y tipo de respuestas.

Pregunta No. 2 – Usted no fue a teatro, danza y ópera:

Pregunta No. 5 - Usted no fue a conciertos, recitales y presentaciones de música en vivo por:

Pregunta No. 8 – Usted no asistió a exposiciones, ferias y muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura y artes gráficas por:

Pregunta No. 11 - Usted no fue a ferias y exposiciones artesanales por:



Estructura modelo aplicada a las preguntas 2, 5, 8 y 11

<p>Usted no fue a teatro, danza y ópera por:</p> <p>Lea las alternativas</p>	2.	a. Falta de dinero	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	b. Desinterés/no le gusta	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	
	c. Desconocimiento de la realización de este tipo de presentaciones	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	
	d. Falta de tiempo	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	
	e. Las salas y espacios donde realizan estas presentaciones están lejos	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	
	f. Problemas de salud o discapacidad	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	
	g. Ausencia de este tipo de presentaciones	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	
	h. Falta de compañía	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	
	i. Otro	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	
	<p>Notas: (1) Si la persona contesta sí en la opción c., solo puede contestar con un NO la opción g. (2) Debe por lo menos contestar una opción de la a. a la i. con un sí.</p>								



Objetivo

Establecer los principales motivos por los cuales la persona encuestada no asistió a diferentes presentaciones y espectáculos.

Tipo de respuesta: única por cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y luego uno a uno de los motivos de inasistencia, esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

- ▶ Las opciones de respuesta c y g en este caso (pregunta No. 2) son excluyentes entre ellas y por lo tanto no se pueden contestar las dos opciones con un Sí.
- ▶ Si la persona responde que afirma desconocer la realización de este tipo de presentaciones (opción c), no puede contestar con un Sí la opción g. Ausencia de este tipo de presentaciones, pues esta segunda es una afirmación, mientras que la primera pone en duda la existencia de estos lugares y posiblemente la persona encuestada no tiene mucha información al respecto.
- ▶ La persona puede contestar en la dos opciones (c. y g.) con un No, pero solo puede contestar afirmativamente una de las dos.

Estas preguntas demandan mucho cuidado y atención, pues tienen una consistencia entre sus opciones de respuesta.

Recomendamos leer bien las opciones y entender el tipo de flujo que existe al interior de cada una de las preguntas de razones de no asistencia.



12.4 SOBRE PAGOS POR ENTRADAS A PRESENTACIONES Y ESPECTÁCULOS - PREGUNTAS 3, 6, 9 Y 12

Este grupo de preguntas indaga por el pago que hizo cada persona por entradas a presentaciones y espectáculos culturales. Dado que tienen la misma estructura en todos los casos, se expone el modelo de la pregunta 3, así:

Pregunta No. 3 – ¿Pagó usted por entradas a teatro, danza y ópera en los últimos 12 meses?

Pregunta No. 6 - ¿Pagó usted por entradas a conciertos y espectáculos de música en vivo en los últimos 12 meses?

Pregunta No. 9 – ¿Pagó usted por entradas a exposiciones, ferias y muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura y artes gráficas en los últimos 12 meses?

Pregunta No. 12 - ¿Pagó usted por entradas a ferias y exposiciones artesanales en los últimos 12 meses?

Estructura modelo aplicada a las preguntas 3, 6, 9 y 12

¿Pagó usted por entradas a teatro, danza y ópera en los últimos 12 meses?	3.	Sí	<input type="text" value="1"/>	¿Cuánto pagó? \$ _____
		No	<input type="text" value="2"/>	
		NS/NI	<input type="text" value="99"/>	
Nota: Validación mínima \$1.000; máximo \$8.000.000 y sin centavos. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.				



Objetivo

Determinar el gasto asociado con la asistencia a presentaciones y espectáculos culturales por parte de la persona encuestada durante los últimos doce meses.

Tipo de respuesta: Número y única.



Tener en cuenta:

- ▶ Esta pregunta se realiza tanto a las personas que asistieron como a las que no, ya que estas últimas pudieron pagar por las entradas para un tercero (hijos, familiares, amigos y pareja, por ejemplo).
- ▶ **En todos los casos, si la persona encuestada afirma que hizo algún gasto, éste no puede ser menor a \$1.000. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.**



Ejemplos... ¡para entendernos!

- ▶ Si el esposo invita a su pareja a varios eventos y ésta no paga, cuando la pareja contesta la encuesta en los gastos, pone cero (0) en el caso en el que no haya hecho ningún pago, pues fue el esposo quien asumió el gasto.
- ▶ En cambio, si es el esposo quien contesta la encuesta, al responder la pregunta por el pago, debe sumar tanto el costo de sus entradas como los de su invitada.

Pregunta No.13 – En los últimos 12 meses, ¿asistió a las siguientes actividades culturales?

<p>En los últimos 12 meses, ¿asistió a las siguientes actividades culturales?:</p> <p>Lea las alternativas</p>	13.	a. Ferias taurinas, novilladas, becerradas, coleo, corralejas	Sí	<input type="text"/>	1	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	2	<input type="text"/>
		b. Festivales, ferias de publicaciones (libros) y/o audiovisuales (cine, televisión, radio y video)	Sí	<input type="text"/>	1	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	2	<input type="text"/>
		c. Carnavales, fiestas y/o eventos nacionales	Sí	<input type="text"/>	1	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	2	<input type="text"/>
		d. Vio títeres o escuchó cuenteros	Sí	<input type="text"/>	1	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	2	<input type="text"/>
		e. Visitó parques, reservas naturales y/o zoológicos	Sí	<input type="text"/>	1	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	2	<input type="text"/>
		f. Festivales gastronómicos	Sí	<input type="text"/>	1	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	2	<input type="text"/>
		g. Fiestas municipales o departamentales	Sí	<input type="text"/>	1	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	2	<input type="text"/>
		h. Fue al circo	Sí	<input type="text"/>	1	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	2	<input type="text"/>
		i. Asistió a parques temáticos y/o de diversiones	Sí	<input type="text"/>	1	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	2	<input type="text"/>



Objetivo

Conocer el tipo de actividades culturales y artísticas a los cuales asistieron las personas encuestadas en los últimos doce meses.

Tipo de respuesta: única por cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta e iniciamos con la opción a.
- ▶ Esperemos la respuesta y respondamos cada una de las opciones.



Conceptos claves:

- **Las ferias taurinas** incluyen las becerradas, **corralejas**, novilladas, coleo y demás actividades relacionadas con el mundo de la tauromaquia.



- **Los festivales y ferias de publicaciones y audiovisuales** son eventos públicos como privados que comercializan una actividad, un servicio, un producto cultural o un conjunto de ellos, como las ferias del libro, festivales de cine o de video.
- **Los carnavales, fiestas y eventos nacionales** son celebraciones de importancia nacional, desarrolladas en fechas y lugares definidos históricamente, reconocidas por la mayoría de ciudadanos, e identificadas por entidades como el Ministerio de Cultura como celebraciones de importancia nacional dado el sentido e identidad que le confiere a la sociedad colombiana como nación.
- **Los títeres y marionetas** son figuras y muñecos artificiales que, gracias al movimiento de las manos, de hilos, cuerdas, fuelles, palancas y otros artificios, parece que tuvieran movimientos propios. Por lo general, son usados para recrear historias.
- **Los cuenteros** son las personas que se dedican al arte de contar historias recurriendo a la palabra hablada como medio de expresión.
- **Los parques** son espacios físicos que combinan elementos naturales y artificiales en los que se pueden desarrollar diferentes de actividades deportivas, lúdicas y recreativas de carácter activo, pasivo o contemplativo. Hay parques de carácter metropolitano (atienden a grandes poblaciones, son de carácter municipal en la mayoría de casos), zonales (que abarca la demanda de varios barrios o sectores) y barriales (dados en escenarios más pequeños).
- **Las reservas naturales** son áreas geográficas protegidas por las leyes nacionales e internacionales por su biodiversidad. Algunos ejemplos son el Parque Natural Tayrona, el Nevado del Cocuy o la Serranía de la Macarena.
- **Los festivales gastronómicos** son las ferias y fiestas que tienen por objeto la difusión, promoción, degustación y comercialización de alimentos de distinto tipo, generalmente asociados a una cultura o sociedad específica.
- **Las fiestas municipales o departamentales** son celebraciones reconocidas por la comunidad como parte de su memoria colectiva, y desarrolladas en fechas definidas tradicio-

Algunas fiestas y carnavales nacionales son:

- ▶ Reinado Nacional de la Belleza (Cartagena)
- ▶ Carnaval de Barranquilla
- ▶ Festival Vallenato en Valledupar
- ▶ Ferias de Cali
- ▶ Feria de las Flores y Desfile de Silletteros en Medellín
- ▶ Feria de Manizales
- ▶ Fiestas de San Pedro en Neiva
- ▶ Semana Santa en Popayán
- ▶ Carnaval de Negros y Blancos en Pasto
- ▶ Festival Iberoamericano de Teatro en Bogotá
- ▶ Festival Internacional de Cine en Cartagena
- ▶ Festival del Porro en San Pelayo, Córdoba
- ▶ Festival Internacional de Poesía en Medellín
- ▶ Carnaval de Riosucio (La Fiesta del Diablo) en Caldas
- ▶ Festival del Mono Núñez en Ginebra, Valle del Cauca



nalmente. Un ejemplo son las fiestas de las fundaciones de los municipios, el nacimiento o muerte de algún prócer, o festividades relacionadas con artículos específicos como las fiestas de la papa que hay tanto en Pupiales, Nariño, como en Chocontá, Cundinamarca, bajo el nombre del Reinado Departamental de la Papa.

- En los **parques de diversiones** se encuentran atracciones mecánicas, orientadas al juego y la recreación activa. Ejemplos de ellos son Mundo Aventura, Salitre Mágico, entre otros.
- **Los parques temáticos** son aquellos que orientan sus actividades y atracciones a un tema central o a una línea argumental única. En Colombia encontramos parques agrícolas como Panaca, el Parque del Café; parques ecológicos como Los Caimanes (Córdoba), Los Ocarros (Villavicencio) o El Portal (Bucaramanga), entre otros.

Varias de las preguntas de la Encuesta de Consumo Cultural indagan por elementos propios del patrimonio cultural colombiano. Según la ley, el patrimonio cultural de nuestra nación: “...

Está constituido por todos los bienes materiales, las manifestaciones inmateriales, los productos y las representaciones de la cultura que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la lengua castellana, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y creoles, la tradición, el conocimiento ancestral, el paisaje cultural, las costumbres y los hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico”²

¡PARA NO OLVIDAR!

¡Todas las notas de validación y consistencia que aparecen tanto en el formulario físico como digital son imprescindibles!

Con ellas se asocian flujos y poblaciones según las preguntas. No ser consciente de ellas, puede generar un error importante en la recolección de la información.

² Ley 1184 de 2008. Artículo 1, que modifica el artículo 4 de la Ley 397 de 1997.



13 CAPÍTULO H - PUBLICACIONES Y AUDIOVISUALES



Objetivo general

Indagar por la asistencia (servicios culturales) y uso (bienes culturales), frecuencias, tipos de acceso y razones de no uso/asistencia de bienes y servicios culturales.



Conceptos claves:

- **Las publicaciones** son medios de información y comunicación que recurren a los textos y las imágenes impresas como formas de expresión. Aquí se incluyen los libros, las revistas y los periódicos. **Estas pueden ser impresas o digitales.**
- “Esta categoría representa todo tipo de publicaciones en sus diferentes formatos: *Libros, Periódicos y Revistas.* (...) En él se incluyen las modalidades *electrónicas o virtuales* de publicación (diarios y revistas ‘en línea’) y la distribución digital de libros y materiales impresos” (Framework Unesco, 2009).
- **Lectura:** Es poner en práctica la acción de leer. La lectura es una actividad compleja, inteligente y que necesita la capacidad del lector para dominar en un determinado grado su mecanismo con el fin de captar, comprender e interpretar el mensaje escrito. Para el propósito metodológico se delimitó la lectura como el acto de leer textos escritos.
- **Lectura por gusto o entretenimiento:** Es aquella que no responde a una exigencia externa (académica o de trabajo), sino que se da por motivación propia, ya sea para recrearse o por el placer o conocimiento que se deriva de la lectura.
- **Lector:** Es quien activamente interpreta el texto escrito en un contexto sociocultural y a través de múltiples prácticas. El lector es quien recupera el sentido del texto escrito, establece comparaciones y produce resignificaciones. Para ello, previamente ha adquirido la habilidad y el conocimiento para leer y tiene el hábito de lectura por necesidad, obligación o por gusto.
- Los audiovisuales son medios que usan imágenes y sonidos en movimiento para transmitir una información. Entre otros están el cine, la televisión, el video, la radio, la música y los videojuegos.



Tener en cuenta:

- ▶ En publicaciones se incluyen las revistas físicas y las leídas por internet, libros impresos y digitales, los periódicos físicos y los leídos por internet. **Para todas las publicaciones se tienen en cuenta los formatos digitales** (PDF, Word, JPG, etc.).



- ▶ En audiovisuales se incorporan los consumos realizados a través de diversos dispositivos tecnológicos (reproductor casero de música, reproductor de música de automóvil, Internet, celular, IPOD, Wii, X-Box, Play Station, DVD, MP3, MP4, etc.).
- ▶ Tanto en publicaciones y audiovisuales encontramos un primer grupo de preguntas orientado al uso personal de estos bienes (que incluyen verbos conjugados como ‘leyó’, ‘vio’, ‘jugó’, ‘escuchó’) y un segundo enfocado en las formas de acceso a esos bienes (con verbos como accedió, tuvo acceso, consiguió).

13.1 PUBLICACIONES



Tener en cuenta:

Las preguntas relacionadas con publicaciones están dirigidas a las personas de 12 años y más que respondieron con un Sí la pregunta 6. ¿Sabe leer y escribir? Del Capítulo D. Características Generales. **En el caso de los niños y niñas entre los 5 y 11 años se le realizan las preguntas tanto a los niños que saben leer como a los que no.**

Pregunta No. 1a – En los últimos doce meses ¿usted leyó en cualquier formato y/o soporte? (incluya lectura impresa y/o digital)

En los últimos 12 meses, ¿usted leyó en cualquier formato y/o soporte? (incluya lectura impresa y/o digital)	1a.	Sí <input type="text" value="1"/>
		No <input type="text" value="2"/>
<p>Nota: para esta pregunta tenga en cuenta lectura de libros, revistas, periódicos, blogs, foros, páginas web, correos electrónicos y/o redes sociales.</p>		



Objetivo

Contar con información sobre la lectura en general realizada por las personas de 12 años y más.

Tipo de respuesta: Única.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y esperamos respuesta.



Tener en cuenta:



- ▶ Para esta pregunta debemos realizar un buen sondeo, indaguémosle a la fuente si leyó libros, revistas, periódicos, blogs, foros, páginas web, correos electrónicos y/o redes sociales.
- ▶ En esta pregunta no se incluye publicidad, recetas de cocina, tarjetas de presentación, invitaciones, participaciones, vallas publicitarias etc.

13.1.1 Acerca de la lectura de publicaciones - Preguntas 1, 9 y 14

Este conjunto de preguntas exploran la lectura de libros y revistas (en el periodo de los últimos 12 meses) y de periódicos (en el último mes). Si las personas tienden a contestar de manera negativa, dicha información se convierte en un indicador estratégico para las políticas públicas asociadas al tema.

El hecho de que las personas no lean o no hagan ciertas prácticas culturales, no significa que sus respuestas no sean válidas. Al contrario, con la encuesta se hacen evidentes estas problemáticas asociadas a la oferta y al interés por la lectura.

Considerando que algunas preguntas tienen estructuras similares, a continuación se presenta la estructura modelo en este caso:

Pregunta No. 1 – En los últimos 12 meses, ¿leyó libros y con qué frecuencia? (incluya libros impresos y/o digitales)

Pregunta No. 9 - ¿Leyó revistas en los últimos 12 meses, y con qué frecuencia? (incluya revistas impresas y/o digitales)

Pregunta No. 14 – En el último mes, ¿leyó periódicos y con qué frecuencia? (incluya periódicos impresos y/o digitales)

Estructura modelo aplicada a las preguntas 1, 9 y 14

<p>En los últimos 12 meses, ¿leyó libros y con qué frecuencia? (incluya libros impresos y/o digitales)</p>	<p>Si <input type="text" value="1"/></p>
	<p>1. a. Todos los días Varias veces a la semana Una vez a la semana Una vez al mes Una vez cada tres meses Por lo menos una vez al año</p> <p><input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="3"/> <input type="text" value="4"/> <input type="text" value="5"/> <input type="text" value="6"/></p> <p style="text-align: right;">Pase a pregunta 3</p>
	<p>No <input type="text" value="2"/> Pase a pregunta 2</p>



Objetivo

Conocer la tasa de lectura de libros, revistas y periódicos de la población de 5 años y más.

Tipo de respuesta: Única en cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- ▶ En el caso de que su respuesta sea negativa se indaga por las razones de no lectura para los tres tipos de publicaciones.
- ▶ Si la persona responde afirmativamente leemos las opciones de frecuencia.
- ▶ Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.



Conceptos claves:

- **Libro:** Obra científica, artística, literaria, cultural o de cualquier índole que constituye una publicación unitaria en uno o varios volúmenes y que puede aparecer impresa o en cualquier soporte susceptible de lectura –libro digital, electrónico o en formato de audio- (Ley 1379 de 2010).

Según la definición de la Unesco, un libro debe tener 50 o más páginas (25 hojas o más). Desde cinco hasta 49 páginas es un folleto (desde tres hasta 24 hojas). Desde una hasta cuatro páginas se consideran hojas sueltas (una o dos hojas). También se llama "libro" a una obra de gran extensión publicada en varios "tomos" o "volúmenes".

13.1.2 Sobre las razones de no lectura de publicaciones - Preguntas 2, 10 y 15

Aunque para el caso de los libros las opciones de respuesta son mayores, se presenta dicha estructura de base para entender el flujo y los tipos de respuestas asociadas.

Pregunta No. 2 – Usted no leyó libros en los últimos 12 meses por:

Pregunta No. 10 - ¿Por qué no leyó revistas?

Pregunta No. 15 – Usted no leyó periódicos en el último mes por:



Estructura modelo aplicada a las preguntas 2, 10 y 15

Usted no leyó libros en los últimos 12 meses por:	2. a.	Falta de tiempo	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	b.	Desinterés/no le gusta	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	c.	Las bibliotecas y otros sitios están lejos	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	d.	Falta de dinero	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	e.	Prefiere leer revistas y periódicos	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	f.	Problemas de salud o discapacidad	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	g.	Porque tiene otro tipo de preferencias	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	h.	Falta de libros en casa	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	i.	Otro	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	Pase a pregunta 6								
Nota: Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la i. con un sí.									



Objetivo

Establecer los principales motivos por los cuales la persona encuestada no leyó libros, revistas y periódicos en los periodos de referencia respectivos.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leamos la pregunta, y luego uno a uno de los motivos de no lectura.
- ▶ Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.

Pregunta No. 3 – En los últimos 12 meses, ¿cuántos libros leyó?

En los últimos 12 meses, ¿cuántos libros leyó?	3.	Total	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mínimo 1 - máximo 250.	
		a.	De esos libros, ¿cuántos eran textos escolares o de estudio?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El número registrado debe ser menor o igual al reportado en la cantidad total de libros leídos.
		b.	De todos los libros leídos, ¿cuántos eran impresos y/o físicos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El número registrado debe ser menor o igual al reportado en la cantidad total de libros leídos.
		c.	De todos los libros leídos, ¿cuántos estaban en soportes digitales y/o electrónicos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El número registrado debe ser menor o igual al reportado en la cantidad total de libros leídos.
		Nota: La suma de los libros registrados en b y c debe ser igual al total de libros leídos en los últimos 12 meses.					
Lea las alternativas							



Objetivo

Determinar la cantidad de libros leídos en los últimos doce meses por la persona encuestada e identificar el soporte en el cual fue leído.

Tipo de respuesta: Numérica. Máximo tres dígitos.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- ▶ Registramos en las primeras casillas el número total de libros leídos por la persona.
- ▶ Leemos la opción a. y registramos la cantidad de los libros leídos que la persona nos indique como textos escolares.
- ▶ Leemos la opción b. y registramos la cantidad libros que fueron leídos en soportes impresos y/o físicos
- ▶ Leemos la opción c. y registramos la cantidad libros que fueron leídos en soportes digitales y/o electrónicos.
- ▶ Recordemos que la cantidad de libros que vamos a registrar en las opciones a, b y c debe ser menor o igual al total de libros leídos por la persona.



Tener en cuenta:

- ▶ Para que un libro sea considerado como 'leído', la persona debió haber leído por lo menos la mitad del mismo.
- ▶ Se acepta como respuesta mínima 1 libro y máxima 250 libros.
- ▶ Cuando se habla de libros se incluyen aquellos destinados para niños, aquellos narrativos y de poesía, los ensayos, los libros de autoayuda y superación, religión, los libros de historia, política y ciencias sociales; los de esoterismo, historietas, artes y aquellos de carácter técnico-científico, los textos escolares y universitarios, así como las guías y manuales producidas en el marco del trabajo o el estudio.

13.1.3 🗨️ Casos y dudas más frecuentes ¿qué hacer?

Sobre el hábito de la lectura y la relación con el número de libros leídos

Situación: una persona nos dice que todos los días lee, y aclara que es la Sagrada Biblia. ¿Para qué se tome como libro completo debe haber leído de corrido todos los pasajes de la misma? (sobre número de libros leídos).

Rta/. Para que la Sagrada Biblia sea tomada como libro completo, no es que haya leído de corrido, sino que la persona haya leído la mitad o más de todo su contenido. Es decir, que pudo leer el Pentateuco (Antiguo Testamento), los libros de los profetas (Nuevo Testamento) y todos los cantares, y posiblemente esto dé la mitad o más de las hojas que contiene todo el libro.



Sobre el hábito de la lectura y los niños en periodo escolar

Situación: en un hogar existe un niño de 12 años, quien durante todo el año escolar, consulta sus libros escolares (el de matemáticas, el de naturales), para realizar talleres y estudiar algunos temas vistos en el colegio. ¿Se considera que este niño lee libros?

Rta/. Los textos escolares, manuales y guías de estudio son considerados libros, de acuerdo con las directrices de la Comisión para el Fomento del Libro y la Lectura en América Latina (CER-LALC), oficina encargada del tema en la región. Por lo tanto, se cuenta como lectura para la Encuesta de Consumo Cultural.

Pregunta No. 4 - Usted leyó libros por:

Usted leyó libros por: <input type="button" value="Lea las alternativas"/>	a. Gusto	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	b. Requerimientos del trabajo	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	c. Exigencia del estudio	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	d. Cultura general	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	4. e. Desarrollo personal	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	f. Para ayudar a los niños y los jóvenes	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	g. Otra razón	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
Nota: Debe contestar con un sí por lo menos de las opciones de la a. a la g.								



Objetivo

Conocer las principales razones que tienen las personas encuestadas para leer libros en el periodo de referencia establecido.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y luego cada una de las opciones, esperamos respuesta y marquemos la casilla que corresponda.

**Pregunta No. 5 - ¿Qué tipo de libros leyó durante los últimos 12 meses?**

<p>¿Qué tipo de libros leyó durante los últimos 12 meses?:</p> <p>Lea las alternativas</p>	5. a.	Libros para niños	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	b.	Narrativa	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	c.	Poesía	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	d.	Ensayo	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	e.	Biografías	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	f.	Autoayuda y superación	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	g.	Religión	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	h.	Historia, política y sociales	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	i.	Esoterismo (ocultismo)	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	j.	Historietas/tiras cómicas	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	k.	Artes	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	l.	Cocina, manualidades y asuntos prácticos	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	m.	Científico-técnico	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	n.	Textos escolares/universitarios	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	o.	Enciclopedias y diccionarios	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	p.	Guías y manuales (incluye textos del trabajo)	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	q.	Otro	Sí	<input type="text" value="1"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>

Nota: Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la q. con un sí.

**Objetivo**

Conocer los géneros de los libros que la persona encuestada leyó en los últimos 12 meses.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.

**Pasos a seguir:**

- ▶ Leamos la pregunta y cada una de las opciones. Esperemos que al final de leer cada opción la persona diga si leyó o no ese género.
- ▶ En el caso que sea necesario, aclaremos el significado de cada género e incluyamos ejemplos.
- ▶ Recordemos que en el dispositivo existen ayudas temáticas para que podamos aclarar los diferentes conceptos a la persona encuestada.

**Conceptos claves:**

- **Libros para niños** son cuentos, historias, novelas, poesías y, en general, todo tipo de textos escritos específicamente para un público infantil. *Algunos de ellos son los libros de dibujos o imágenes, las historias de Rafael Pombo (la pobre viejecita, Rin Rin Renacuajo, Simón el Bobito), los cuentos de los hermanos Grimm (el Gato con Botas, la Cenicienta, Hansel y Gretel, Blanca Nieves), El Principito, la Historia Sin Fin, Alicia en el país de las maravillas, Momo. En general, libros elaborados para un público infantil o comúnmente asociados con él.*
- **Los textos narrativos** hacen referencia a una sucesión de hechos que se desarrollan durante un tiempo determinado y que involucra la participación de diversos personajes. Entre estos se incluyen las novelas, los cuentos y las leyendas, como *El coronel no tiene quien le*



escriba de Gabriel García Márquez, *La Ilíada* de Homero, *María* de Jorge Isaacs, *Satanás* de Mario Mendoza, *El perfume* de Patrick Suskind.

- **Las poesías** son textos que buscan exponer las sensaciones y posiciones del autor, a través del uso estético del lenguaje. *Algunos autores importantes son Pablo Neruda, Walt Whitman, Vicente Huidobro, Darío Jaramillo, Alejandra Pizarnik, César Vallejo, María Mercedes Carranza, Álvaro Mutis y Piedad Bonnet.*
- **Los ensayos** son textos que buscan sustentar una opinión frente a un tema en particular, a través del uso de argumentos y de pruebas empíricas o textuales.
- **La biografía** es un relato que expone la historia de una persona, relacionándola con el contexto social, cultural y político de la época en la que ésta vive o vivió.
- **Los libros de autoayuda y superación** son textos que presentan técnicas y guías para que las personas alcancen el éxito individual, por medio de la superación de problemas y obstáculos cotidianos. Se incluyen aquí los libros de meditación, de control mental, de técnicas espirituales o guías antiestrés, entre otros. *Algunos de ellos son los textos escritos por Walter Riso como ¿Quién se ha llevado mi queso?, otros como Deja ir el estrés, El arte de la felicidad; Yo estoy bien, tú estás bien; Leyes eternas 3.*
- **Los libros de religión** son textos que presentan los mandatos o reglas de una religión y que narran su historia, los acontecimientos importantes a ella asociados o la vida de sus líderes, guías y representantes. *El Corán, la Biblia y otros libros de religiones como la cristiana, evangélica y católica, los cuales pueden incluir biografías, ritos y cantos.*
- **Los libros de historia, política y ciencias sociales** son textos que exponen temas relacionados con la historia, la antropología, la economía, la lingüística, la psicología, la sociología, las ciencias políticas, la demografía, el derecho, la educación, la ecología, la geografía, la pedagogía, el urbanismo, la filosofía, la teología, las ciencias de la comunicación, las ciencias de la información, la semiótica o el trabajo social, entre otros campos. Algunos de ellos son *El capital* de Marx; los libros de filosofía de autores como Aristóteles, Platón, Deleuze y los libros sobre hechos históricos.
- **Los libros de esoterismo** exponen las prácticas y el desarrollo de aquellos fenómenos asociados a lo oculto, lo paranormal y a los poderes psíquicos o espirituales. Aquí se incluyen, entre otros, la magia, el tarot, la quiromancia o la brujería.
- **Las historietas/tiras cómicas** narran acontecimientos a través de dibujos o ilustraciones de personajes, contextos e historias. Se incluyen aquí las tiras cómicas de superhéroes, el género manga o las caricaturas seriales.

Los textos dramáticos son aquellas obras literarias que recurren al diálogo de personajes para representar los conflictos de los seres humanos. Todos los textos dramáticos están creados con el ánimo de ser puestos en escena con la participación de actrices y actores, ya sea en teatro, en cine o en televisión.



Manual de Diligenciamiento y Conceptos Básicos
Encuesta de Consumo Cultural
ECC - 2014

- **Los libros de artes** son textos que exponen temas relacionados con música, artes escénicas, artes visuales, literatura, arquitectura o diseño, entre otros campos.
- **Los libros científico-técnicos** son textos que desarrollan temas relacionados con ciencias naturales, medicina, veterinaria, ingeniería, física, tecnologías, matemáticas, entre otros.
- **Los textos escolares y universitarios** son publicaciones relacionadas específicamente con las temáticas o materias a desarrollar en asignaturas escolares o universitarias. Son todos aquellos libros y guías que se usan dentro de un currículo pedagógico. Si los textos anteriores están incluidos en el pensum de materias de alguna de las personas encuestadas se incorpora en esta categoría. El Álgebra de Baldor es un texto básico de matemáticas pero que en la mayoría de casos, hace parte del currículo de matemáticas de los colegios.
- **Las guías y manuales** son textos que compendian las pautas y orientaciones necesarias para la realización de alguna actividad. Por lo general, se asocian con el trabajo o el estudio. Guías producidas en el trabajo cotidiano para orientar procesos y procedimientos, y que tienen por objeto ser directrices o lineamientos de trabajo. *En el caso del DANE los manuales de diligenciamiento, del supervisor/a y del operativo.*

Pregunta No. 11 - ¿Qué tipo de revistas leyó?

<p>¿Qué tipo de revistas leyó?:</p> <p>Lea las alternativas</p>	11.	a. Arte y cultura	Sí	<input type="text"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	<input type="text"/>
		b. Actualidad	Sí	<input type="text"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	<input type="text"/>
		c. Cocina, hogar, jardinería, decoración	Sí	<input type="text"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	<input type="text"/>
		d. Ciencia y tecnología	Sí	<input type="text"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	<input type="text"/>
		e. Variedades, magazines, pasatiempos, historietas	Sí	<input type="text"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	<input type="text"/>
		f. Guías de ocio, televisión, esparcimiento y turísticas	Sí	<input type="text"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	<input type="text"/>
		g. Economía, negocios y política	Sí	<input type="text"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	<input type="text"/>
		h. Religiosas	Sí	<input type="text"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	<input type="text"/>
		i. Salud	Sí	<input type="text"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	<input type="text"/>
		j. Deportes	Sí	<input type="text"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	<input type="text"/>
		k. Manualidades	Sí	<input type="text"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	<input type="text"/>
l. Otra	Sí	<input type="text"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>	<input type="text"/>		

Nota: Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la l. con un sí.



Objetivo

Conocer los tipos revistas a los cuales accedió la persona en los últimos 12 meses.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.



Tener en cuenta:

Cuando se pregunta por REVISTAS se indaga por aquellas que son leídas en un soporte físico (papel) o las que se leen por internet.



Ejemplos... ¡para entendernos!

TIPOS DE REVISTAS	
Arte y cultura	
	El Malpensante, Número, Proyecto Diseño, Rolling Stones, Axxis, P&M, Prometeo, Ipiales Cyberzine, revistas de fotografía (Enfoque Visual).
Actualidad	
	Semana, Diners, Credencial, Cromos.
Cocina, hogar, jardinería y decoración	
	Habitar, Casa y Estilo, Ser Familia, Ideas para tu hogar, Casa viva Cocina, Ideas para tu hogar.
Ciencia y tecnología	
	Enter 2.0, Muy Interesante, National Geographic, PC World, Caldasia, Revista Colombiana de Antropología, Revista Colombiana de Sociología.
Variedades, magazines, pasatiempos e historietas	
	Fotonovelas, cómics, Shock, Soho, Caras, Jet Set, Tú, Motor, crucigramas, sopas de letras, Gatopardo, 15 minutos, La Hoja de Medellín, Revista Gente, Luna, La Guía, Vea, Revista Coné. Se incluyen revistas pornográficas y eróticas.
Guías de ocio, televisión, esparcimiento y turísticas	
	Viajar, Plan B, guías de televisión por cable, Agenda Cultural, Go guía del ocio, El Andariego
Economía, negocios y política	
	Poder, Dinero, La Nota Económica, Portafolio, Análisis Político, Revista Foro. Es importante aclarar que son aquellas que tienen enfoque directo en los temas que se señalan.
Salud	
	Salud Colombia, Registro Médico, Revista Bienestar Sanitas,



TIPOS DE REVISTAS

Deportes

Diario Deportivo, Revista el Gráfico, Deporte Gráfico, En la Jugada, La Cancha, ColSports, Nuevo Estadio, Récord, Revista Autos.

Manualidades

Casa viva Decoración, Revista Foamy, Croché, Tejidos dos agujas Arte Country, Fácil de hacer, Pintura en Tela, Porcelana Fría, Tejido en punto de cruz.

Pregunta No. 16 – Cuando leyó periódicos, ¿qué secciones consultó?

<p>16. Cuando leyó periódicos, ¿qué secciones consultó?</p> <p>Lea las alternativas</p>	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Pase a pregunta 17				
	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Continúe en la opción b.				
	b.	Noticias internacionales	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	c.	Clasificados	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	d.	Cartelera	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	e.	Cultura	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	f.	Deportes	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	g.	Economía/finanzas	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	h.	Editoriales/opinión	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	i.	Espectáculo, farándula	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	j.	Judicial	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	k.	Sociales	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	l.	Tiras cómicas	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	m.	Complementos	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	n.	Noticias locales/regionales	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	o.	Política	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p.	Nacionales	Sí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Nota: Debe contestar por lo menos una de las opciones de la b. a la p. con un Sí.



Objetivo

Conocer las secciones consultadas por las personas que leyeron periódicos en el último mes.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.



Tener en cuenta:

Cuando se pregunta por PERIÓDICOS se indaga por aquellos que son leídos en un soporte físico (papel) o que están en versiones digitales a los cuales se accede por Internet.

**Ejemplos... ¡para entendernos!**

EJEMPLOS DE PERIÓDICOS POR ÁMBITOS GEOGRÁFICOS	
Locales	Los periódicos de colegios, pequeños grupos, asociaciones, sindicatos.
Regionales	Vanguardia Liberal y El Universal de la Costa Atlántica, La Patria de Manizales, El País de Cali, Medellín Gente, Al día Santa Marta, Extra Llanos, ADN Barranquilla La Crónica del Quindío, El Tiempo Siete Días en sus diferentes versiones regionales, entre otras.
Nacionales	En este grupo se encuentran El Tiempo, Hoy, El Espectador, Nuevo Siglo, Voz, Polo.
Internacionales	La Tercera de Chile, El Clarín de Argentina, La Jornada de México, El País y El Mundo de España, Time de Estados Unidos, Le Monde de Francia, The Guardian de Londres.

13.1.4 Acerca del acceso a publicaciones - Preguntas 6, 12 y 17

Este grupo de preguntas aluden a los mecanismos de consecución de estos bienes culturales (sean impresos o digitales), y si éstos estaban vinculados a un pago o a acceso gratuito. Aunque el número de opciones varía entre libros, revistas y periódicos, seguiremos el modelo de la pregunta 6 para entender la lógica de las preguntas:

Pregunta No. 6 - ¿Tuvo acceso a libros en los últimos 12 meses?

Pregunta No. 12 – En los últimos 12 meses, ¿tuvo acceso a revistas?

Pregunta No. 17 - ¿Consiguió periódicos en los últimos 12 meses?



Estructura modelo aplicada a las preguntas 6, 12 y 17

<p>¿Tuvo acceso a libros en los últimos 12 meses?</p> <p>Lea las alternativas</p>	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> ¿Cómo accedió a ellos?:	
	a. Los compró en librerías	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	b. Los compró en ventas ambulantes	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	c. Los pagó en almacenes de cadena	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	d. Los pagó en papelerías	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	e. Los compró en ventas de segunda	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	f. Los compró por internet	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	g. Pagó por la fotocopia de los libros (todo o una parte de éstos)	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	h. Por suscripción paga	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	i. Los compró en ferias del Libro	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	j. Los compró en quioscos/casetas	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	k. Los compró en club de lectores	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	6. l. Los compró en promociones con diarios y revistas	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	m. Se los prestaron	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	n. Le regalaron los libros	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
o. Los pidió prestados en bibliotecas	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
p. Los consiguió de forma gratuita por internet	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
q. Eran libros propios conseguidos hace más de 12 meses	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> Pase a pregunta 9		
<p>Notas: (1) Debe responder con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la q. (2) Si la persona respondió NO en todas las opciones de la a a la l., pasa a la pregunta 9. Si respondió Sí en por lo menos una de las opciones de la a. a la l., continúa en la pregunta 7. (3) Las personas que contestaron con un Sí la pregunta 1 de este Módulo, deben responder con un Sí la pregunta 6.</p>		



Objetivo

Conocer si la persona encuestada accedió a libros, revistas y periódicos en los últimos doce meses y cómo lo hizo.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.



Pasos a seguir

- ▶ Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- ▶ En el caso de que su respuesta sea negativa continúa con el flujo.
- ▶ Si la persona responde que sí accedió, leemos una a una las opciones de acceso y esperamos respuesta en cada caso.



Conceptos claves:

- La opción '**se los prestaron**' abarca una amplia gama de alternativas en torno a quién los prestó (amigos, amigas, familiares, entre otros) mientras que 'los pidió prestados en bibliotecas' indica que la fuente de los libros fueron las bibliotecas a las que la persona tuvo acceso, sea de manera física o vía Internet.



- Es importante diferenciar el **acceso pago y el gratuito** a través de Internet. Dentro de la categoría 'acceso pago' se contemplan la compra de libros digitales, el pago por acceder a ciertos capítulos de libros, a bases bibliográficas o de datos.
- Las **ventas ambulantes** hacen referencia a los puestos fijos o ambulantes, automóviles, camiones, entre otros, ubicados en las calles, que ofrecen a los transeúntes libros y otro tipo de textos. Por su parte, las 'ventas de segunda' implican comercio organizado y estacionario de artículos usados.
- Cuando se expresa que la persona tenía los libros, revistas o periódicos hace más de un año, hace referencia a aquellos que se han conseguido por diferentes medios antes de ese periodo de referencia. Es decir, pueden haber sido conseguidos por compra, regalo o préstamo.

SI LA PERSONA ENCUESTADA DIJO QUE:

Sí leyó libros en los últimos 12 meses...(pregunta 1)

Debe contestar que Sí tuvo acceso a libros en los últimos 12 meses. (pregunta 6)

Sí leyó revistas en los últimos 12 meses... (pregunta 9)

Debe responder que Sí accedió a revistas en los últimos 12 meses. (pregunta 12)

Sí leyó periódicos en el último mes...(pregunta 14)

Debe responder que Sí consiguió periódicos en el último mes. (pregunta 17)



Tener en cuenta:

- ▶ Esta pregunta indaga por el acceso, lo que la diferencia de las anteriores que están enfocadas en la lectura. Por ello es importante aclararle a la persona encuestada que la pregunta hace referencia a los libros, revistas y periódicos que obtuvo, sin importar si los leyó o no, o si eran o no para ellos.
- ▶ Las primeras opciones de respuesta se refieren a mecanismos en los cuales fue necesario que la persona hiciera algún tipo de pago. En el segundo combo son adquisiciones en las cuales la persona no tuvo que realizar ningún tipo de gasto de manera directa. Posiblemente alguien le compró un libro para regalo, y, en ese caso, el costo no lo asume quien recibió el regalo, sino quien hizo de manera directa la compra.

Esta misma pregunta la realizamos en revistas y periódicos. Es importante que estemos pendientes de las formas de adquisición (gratuito o pago) porque para algunos casos varían en número y concepto.



13.1.5 Sobre el pago por la compra de publicaciones (libros, periódicos y revistas) – Preguntas 7, 13 y 18

En este caso, se indaga por el gasto hecho en este tipo de bienes en el año, tanto para el uso propio como para otros. Es importante destacar que se pregunta por el gasto en publicaciones así no haya leído algún libro, revista o periódico. Puede ser que la persona encuestada no haya leído ningún libro, pero que, dada su posición en la familia por ejemplo, ser el jefe(a) de hogar, compró este tipo de publicaciones para sus hijos. El modelo de la pregunta lo podemos observar el interrogante 7:

Pregunta No. 7 - ¿Cuánto pagó por libros en los últimos 12 meses?

Pregunta No. 13 - ¿Cuánto pagó por revistas en los últimos 12 meses?

Pregunta No. 18 - ¿Cuánto pagó por periódicos en los últimos 12 meses?

Estructura modelo aplicada a las preguntas 7, 13 y 18

¿Cuánto pagó por libros en los últimos 12 meses?	7.	Informa <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> Valor \$ _____ NS/NI <input type="text" value="99"/> <input type="text"/> Notas: (1) Sólo para quienes contestaron con un Sí alguna de las opciones de la a. a la l. de la pregunta 6. (2) Validación mínima \$1.000; máximo \$8.000.000 (7 dígitos) y sin centavos. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.
--	----	--



Objetivo

Conocer el gasto asociado con la adquisición de publicaciones que hacen las personas.

Tipo de respuesta: Número y única.



Tener en cuenta:

- ▶ Solo se les pregunta sobre pago a las personas que contestaron con un Sí por lo menos una de las opciones de acceso pago de las preguntas 6, 12 y 17.
- ▶ En todos los casos, si la persona encuestada afirma que hizo algún gasto, éste no puede ser menor a \$1.000. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.



Pregunta No. 18 - Número de libros comprados

Número de libros comprados	8.	<p>a. ¿Cuántos libros compró? <input type="text"/><input type="text"/><input type="text"/> Mínimo 1 - Máximo 250.</p> <p>b. De los libros que compró, ¿cuántos eran textos escolares o de estudio? <input type="text"/><input type="text"/><input type="text"/> El número registrado debe ser menor o igual al reportado en la opción a.</p> <p>Nota: Solo para quienes contestaron con un SÍ alguna de las opciones de la a. a la l. de la pregunta 6.</p>
----------------------------	----	--



Objetivo

Conocer la cantidad de libros comprados por las personas e identificar cuántos de ellos fueron textos escolares.

Tipo de respuesta: Numérica. Máximo tres dígitos



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos cada una de las opciones y esperamos respuesta.
- ▶ Registremos en la opción a. el total de libros comprados por la persona.
- ▶ Para la opción b. recordemos que la cantidad de textos escolares que nos reporte la persona encuestada, debe ser menor o igual al valor registrado en la opción a.

13.1.6 Acerca de la lectura digital

En esta parte de la encuesta indagaremos por la lectura digital y los soportes utilizados para dicha lectura.



Conceptos claves:

Blog: en español también bitácora digital, cuaderno de bitácora, ciber bitácora, ciber diario, o web blog, es un sitio web en el que uno o varios autores publican cronológicamente textos o artículos, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente y donde suele ser habitual que los propios lectores participen activamente a través de sus comentarios. Un blog puede servir para publicar ideas propias y opiniones sobre diversos temas.

Foro en internet: es una aplicación web que da soporte a discusiones u opiniones en línea. Dicha aplicación suele estar organizada en categorías que contienen foros. Estos últimos foros son contenedores en los que se pueden abrir nuevos temas de discusión en los que los usuarios de la web responderán con sus opiniones.



Pregunta No. 19 - En el último mes usted leyó:

En el último mes usted leyó:	19.	<p>a. Blogs, foros y/o páginas Web</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> 1 Continúe en la opción a1</p> <p>No <input type="checkbox"/> 2 Pase a la opción b</p> <p>a1. ¿Con qué frecuencia?</p> <table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Todos los días</td> <td>Varias veces a la semana</td> <td>Una vez a la semana</td> <td>Una vez al mes</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td><input type="checkbox"/> 4</td> </tr> </table> <p>b. Correos electrónicos</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> 1 Continúe en la opción b1</p> <p>No <input type="checkbox"/> 2 Pase a la opción c</p> <p>b1. ¿Con qué frecuencia?</p> <table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Todos los días</td> <td>Varias veces a la semana</td> <td>Una vez a la semana</td> <td>Una vez al mes</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td><input type="checkbox"/> 4</td> </tr> </table> <p>c. Redes sociales (Twitter, Facebook, etc.)</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> 1 Continúe en la opción c1</p> <p>No <input type="checkbox"/> 2</p> <p>c1. ¿Con qué frecuencia?</p> <table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Todos los días</td> <td>Varias veces a la semana</td> <td>Una vez a la semana</td> <td>Una vez al mes</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 2</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td><input type="checkbox"/> 4</td> </tr> </table> <p>Nota: Si la persona contesta con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la c. de la pregunta 19 debe continuar en la pregunta 20.</p> <p><small>Si la persona contestó con un No las preguntas 1, 9, 14 y No en todas las opciones de la pregunta 19 debe pasar a la pregunta 22 (audiovisuales).</small></p>	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes																						
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4																						
	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes																						
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4																						
Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes																							
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4																							



Objetivo

Conocer si las personas de 12 años y más leyeron Blogs, foros y/o páginas Web, Correos electrónicos y/o Redes sociales (Twitter, Facebook, etc.) en el último mes y con qué frecuencia lo hicieron.

Tipo de respuesta: Única en cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y una a una las opciones, esperemos en cada caso respuesta.
- ▶ Si la respuesta es negativa, pasamos a la opción b.
- ▶ Si la persona responde afirmativamente la opción a. Blogs, foros y/o páginas Web, continuamos en la opción a1. ¿Con qué frecuencia?, leemos cada una de las opciones de frecuencia.
- ▶ Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.
- ▶ Si la persona responde afirmativamente la opción b. Correos electrónicos, continuamos en la opción b1. ¿Con qué frecuencia?, leemos cada una de las opciones de frecuencia.
- ▶ Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.
- ▶ Si la respuesta es negativa, pasamos a la opción c.



- ▶ Si la persona responde afirmativamente la opción c. Redes sociales (Twitter, Facebook, etc.), continuamos en la opción c1. ¿Con qué frecuencia?, leemos cada una de las opciones de frecuencia.
- ▶ Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

- ▶ Si la persona contesta con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la c. de la pregunta 19 debe continuar en la pregunta 20.
- ▶ Si la persona contestó con un No las preguntas 1 (libros), 9 (revistas), 14 (periódicos) y No en todas las opciones de la pregunta 19 debe pasar a la pregunta 22 (audiovisuales / cine).

Pregunta No. 20 - Leyó en alguno de los siguientes dispositivos electrónicos:

Leyó en alguno de los siguientes dispositivos electrónicos:	20	a. Computador de escritorio y/o portátil	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		b. Tableta	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		c. Celular	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		d. Lector de libros electrónicos	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
<p>Nota: Solo para quienes contestaron con un Sí por lo menos una de las preguntas 1, 9, 14 y/o 19. Si contesta con un No todas las opciones de la a. a la d. de la pregunta 20, debe pasar a la pregunta 22 (audiovisuales).</p>										



Objetivo

Conocer cuál es el dispositivo electrónico que usan las personas de 12 años y más para leer.

Tipo de respuesta: Única en cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y una a una las opciones, esperemos en cada caso respuesta.
- ▶ Marquemos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

- ▶ Ésta pregunta solo se le realiza a las personas que contestaron con un sí por lo menos una de las preguntas 1 (libros), 9 (revistas) 14 (periódicos) y/o 19.
- ▶ Si la persona contesta con un No todas las opciones de la a. a la d. de la pregunta 20, debe pasar a la pregunta 22.
- ▶ Si la persona contesta por lo menos una de las opciones de la a. a la d. con un sí pasa responder la pregunta 21.



Conceptos claves:

Lector de libros electrónicos o e-Reader: es un dispositivo electrónico que reproduce los contenidos de libros electrónicos, con una calidad de lectura como en papel gracias a la tecnología de tinta electrónica.

Los lectores de libros electrónicos no solo se usan para leer libros, la mayoría de los lectores electrónicos pueden cargar PDF, mantener libros de texto, revistas, periódicos e incluso historietas.

Libro electrónico: es una versión electrónica o digital de un libro tradicional impreso en papel. Es un archivo que contiene texto e imágenes, que puede ser leído en computadores y otros dispositivos electrónicos, en algunos casos constan de imágenes escaneadas directamente de los libros originales o texto acompañado de gráficos. También se les conoce como e-book, eBook, libro digital, ciberlibro o ecolibro.

Los libros electrónicos se pueden encontrar en diferentes sitios de internet, se pueden leer directamente o descargarlos para guardarlos y leerlos offline.

Tableta: es una computadora portátil en el que se puede interactuar a través de una pantalla táctil o Multitáctil, sin necesidad de teclado físico, o mouse. Entre las más populares está la comercializada por Apple® denominada iPad.



Tener en cuenta:

Los lectores de libros electrónicos no se utilizan solamente para leer libros, la mayoría de los lectores de libros electrónicos pueden guardar notas, cargar archivos PDF, mantener libros de texto, revistas, periódicos.

Pregunta No. 21 - ¿Qué leyó en los dispositivos electrónicos?:

¿Qué leyó en los dispositivos electrónicos?:	21	a. Libros	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		b. Revistas	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		c. Periódicos	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		d. Blogs, foros y/o páginas Web	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		e. Correos electrónicos	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		f. Redes sociales (Twitter, Facebook, etc.)	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		g. Otro	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		¿cuál? _____ (máximo 70 caracteres)								
<p>Nota: Solo para quienes contestaron con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la d. de la pregunta 20. Debe contestar con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la g.</p>										



Objetivo

Identificar qué están leyendo las personas de 12 años y más en los dispositivos electrónicos.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y una a una las opciones, esperemos en cada caso respuesta.
- ▶ Marquemos la casilla que corresponde.

13.2 AUDIOVISUALES

13.2.1 Acerca del cine, del video y el videojuego

Pregunta No. 22 - En los últimos 12 meses, ¿usted fue a cine y con qué frecuencia?



Objetivo

En los últimos 12 meses, ¿usted fue a cine y con qué frecuencia?	22.	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/>											
		<table border="0"> <tr> <td></td> <td>Por lo menos una vez a la semana</td> <td>Una vez al mes</td> <td>Una vez cada tres meses</td> <td>Una vez cada seis meses</td> <td>Una vez al año</td> </tr> <tr> <td>a.</td> <td><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		Por lo menos una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez al año	a.	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>
	Por lo menos una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez al año								
a.	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>								
		b. ¿Algunas de estas entradas fueron gratuitas? Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> NS/NI <input type="checkbox"/> 99 <input type="checkbox"/> Pase a pregunta 24 No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> Continúe en la pregunta 23											

Determinar si la persona encuestada fue a cine en el último año y cada cuánto lo hizo.

Tipo de respuesta: Única.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- ▶ En el caso de que su respuesta sea negativa continúa en la pregunta 23 que indaga por las razones de no asistencia.



- ▶ Si la persona responde afirmativamente leemos las opciones de frecuencia.
- ▶ Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.
- ▶ Luego de marcar la casilla de la frecuencia, leemos la opción b. ¿Algunas de estas entradas fueron gratuitas? Y esperamos respuesta.



Tener en cuenta:

- ▶ 'Ir a cine' es una práctica que implica la asistencia a un espacio (la sala de cine), la interpretación de un lenguaje (el cinematográfico), la interacción con un medio (el cine) y, desde su uso cotidiano, también la acción de 'ver una película'. En todo caso, indica desplazamiento, salir de casa para observar un producto cinematográfico en un sitio acondicionado para ello.
- ▶ En este caso se incluyen todas las proyecciones de cine (o de películas sobre una pantalla de proyección) públicas o privadas realizadas en espacios abiertos o cerrados a las que asistió la persona encuestada durante el período señalado.
- ▶ **NO SE INCLUYEN LAS PELÍCULAS QUE VEMOS EN TELEVISIÓN, EN SOPORTES COMO DVD O FICHEROS QUE PODEMOS BAJAR POR INTERNET.**
- ▶ En el caso de cine, una entrada gratuita significa que la entidad o institución que oferta la película, no está exigiendo ningún tipo de pago por la boleta de entrada.



Conceptos claves:

Cuando hablamos de la asistencia a cine, nos estamos refiriendo a:

- **Los auditorios públicos** son escenarios subsidiados o manejados por el Estado, orientados a la presentación de producciones artísticas y culturales para un público amplio y permanente. Se incluyen aquí algunos teatros, teatritos, salas de conciertos o pequeñas salas de cine ubicados en alcaldías, ministerios, colegios y universidades públicas, museos, etc.
- **Las salas privadas** son espacios dedicados a la circulación de producciones artísticas y culturales, pero de acceso restringido por medio del cobro de entradas. Un ejemplo de este tipo de escenarios son las salas de cine de Cine Colombia o Cinemark.
- **Los espacios públicos** abiertos hacen referencia a escenarios de libre acceso por parte de la ciudadanía, donde se realizan presentaciones artísticas o culturales. En esta categoría se incluyen, por ejemplo, las proyecciones de cine realizadas en parques, plazas, vías, plazoletas.
- Cuando hablamos de géneros cinematográficos, la encuesta indaga por: acción, ciencia ficción, cine arte, comedia y humor, drama, animación (diferencia a cine para niños), documental, erótico, infantil, suspenso y terror, pornográfico y religioso.



Pregunta No. 23 - ¿Usted por qué no asistió a cine en los últimos 12 meses?:

<p>¿Usted por qué no asistió a cine en los últimos 12 meses?:</p> <p>Lea las alternativas</p>	a.	Las salas y espacios quedan muy lejos	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	b.	Prefiere ver películas en video en su DVD, VHS, BETAMAX y otros equipos de reproducción	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	c.	Falta de dinero	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	d.	Problemas de salud o discapacidad	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	e.	Desinterés/no le gusta	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	f.	Ausencia de este tipo de proyecciones y/o salas de cine	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	g.	Porque ve las películas por televisión	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	23. h.	Falta de tiempo	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	i.	Desconocimiento de la realización de este tipo de proyecciones	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	j.	Prefiere verlas y/o descargarlas por internet	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	k.	Falta de compañía	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
	l.	Otro	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

Pase a pregunta 25

Notas: (1) Si la persona contesta sí en la opción f., solo puede contestar con un NO la opción i.
(2) Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la l. con un sí.



Objetivo

Conocer los motivos por los cuales la persona encuestada no fue a cine en los últimos 12 meses.

Tipo de respuesta: única por cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leamos la pregunta y luego uno a uno de los motivos de no asistencia.
- ▶ Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

- ▶ Las opciones de respuesta f. (Ausencia de este tipo de proyecciones) e i. (Desconocimiento de la realización de este tipo de proyecciones) son excluyentes entre ellas y por lo tanto no se pueden contestar las dos opciones con un Sí.
- ▶ La persona puede contestar en la dos opciones (f. e i.) con un No, pero solo puede contestar afirmativamente una de las dos.



Pregunta No. 24 - Cuando fue a cine, ¿qué género de películas vio?:

<p>24. Cuando fue a cine, ¿qué género de películas vio?:</p> <p>Lea las alternativas</p>	a. Acción	Sí	1		No	2	
	b. Ciencia ficción	Sí	1		No	2	
	c. Cine arte	Sí	1		No	2	
	d. Comedia/humor	Sí	1		No	2	
	e. Drama	Sí	1		No	2	
	f. Histórico	Sí	1		No	2	
	g. Animación (diferente a infantil)	Sí	1		No	2	
	h. Documental	Sí	1		No	2	
	i. Erótico	Sí	1		No	2	
	j. Infantil	Sí	1		No	2	
	k. Suspenso/terror	Sí	1		No	2	
	l. Pornográfico	Sí	1		No	2	
	m. Religioso	Sí	1		No	2	
	n. Musicales	Sí	1		No	2	
	o. Otro	Sí	1		No	2	

Nota: Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la o. con un sí.



Objetivo

Conocer el género cinematográfico de las películas que vio en cine en los últimos 12 meses.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leamos la pregunta y luego uno a uno de los géneros cinematográficos.
- ▶ Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.



Conceptos claves:

El cine de acción es un género cinematográfico en el que prima la espectacularidad de las imágenes mediante el uso de efectos especiales. Sus elementos más frecuentes son armas, persecuciones, tiroteos, peleas, explosiones, robos y asaltos. *Algunas de las películas son: Arma Mortal, Duro de Matar, El Santo, James Bond, la Gran Estafa, Misión Imposible.*

El cine de ciencia ficción es aquel en el que se cuentan historias futuristas, relacionadas con avances científicos y tecnológicos existentes e imaginados y sus posibles efectos sobre la humanidad. *Yo Robot, E.T, Inteligencia Artificial, Matrix, la Guerra de las Galaxias, El Planeta de los Simios,* son algunas de las películas que pertenecen a este género.



El cine arte se caracteriza por tener un alto componente conceptual y estético, que se centra en la transmisión de opiniones o experiencias. Por lo general, está asociado a producciones independientes y a fines artísticos más que lucrativos. *El Ciudadano Kane, Y la Nave Va, Tiempo Modernos (Chaplin), Metrópolis* son algunos ejemplos importantes.

El propósito de la **comedia y el humor** es divertir a través de la puesta en escena de situaciones penosas e insólitas, sorpresas, chistes y bromas expresadas de forma verbal como corporal. *La familia de mi novia, el Todopoderoso, American Pie, Dos tontos muy tontos, Mi abuelo, mi papá y yo.*

En el **cine de drama** la exposición de conflictos personales o grupales entre los personajes del relato, con el ánimo de generar emociones en la audiencia es su principal propósito. *Entre ellas están Rosario Tijeras, Babel, Rocky, Titanic, el Aviador, La vida es bella, Hable con ella.*

La narración de sucesos históricos es el propósito central del **cine histórico**. *Troya, El Gladiador, Corazón Valiente, María Antonieta, Ana y el Rey, la lista de Schindler, El Pianista, Eva Perón.*

El **cine de animación** utiliza las imágenes en movimiento como mecanismo de transmisión. Son películas para adultos hechas bajo técnicas de animación similares a las del cine infantil. *Quien mató a Roger Rabbit, Black Jack, Val Helsing, Sin City, Los Simpsons* son muestra de esta categoría.

En el **documental** se narran eventos reales, pasados o presentes, y en el que participan las personas que los viven o los han vivido. *Fahrenheit 9/11, Una verdad incómoda, Rodrigo D No Futuro, La Vendedora de Rosas, Bowling for Columbie, La Sierra* son algunos documentales conocidos.

El **cine erótico narra** las pasiones, placeres y deseos sexuales del ser humano, a través de imágenes que se acercan a lo sensual sin ser explícitas.

El cine infantil está específicamente dirigido a un público infantil. En muchos casos es animado. *Algunas películas de este género son Harry Potter, Charlie y la fábrica de chocolates, Narnia, Babe el cerdito valiente, Monsters INC., La Era del Hielo, Valiente, las sagas de Walt Disney.*

El cine de **suspense y terror** busca provocar miedo, horror y angustia en la audiencia, mediante la presencia de personajes malvados y terroríficos o ambientes sobrenaturales o espantosos. *Sex to sentido, Exterminio, la Sierra, Hostal, El Aro, Psicosis, Pesadilla sin fin, el Exorcista, las series de Freddy Krueger y Chucky* son una muestra.

El **cine pornográfico** muestra prácticas o relaciones sexuales de forma explícita, en el cual son visibles los genitales de los participantes.

El **cine religioso** es un género cinematográfico cuyas historias giran en torno a las virtudes religiosas y a los conflictos espirituales experimentados por personas asociadas con algún credo religioso. *El Enviado, la Pasión de Cristo, el Pequeño Buda,* son algunas de ellas.



Pregunta No. 25 - ¿Pagó usted por entradas a cine en los últimos 12 meses?

¿Pagó usted por entradas a cine en los últimos 12 meses?	25.	Sí	<input type="text" value="1"/>	¿Cuánto pagó? \$ _____
		No	<input type="text" value="2"/>	
		NS/NI	<input type="text" value="99"/>	
<p>Nota: Validación mínima \$1.000; máximo \$5.000.000 (7 dígitos) y sin centavos. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.</p>				

Objetivo

Conocer si la persona encuestada hizo algún gasto en entradas a cine en los últimos 12 meses.

Tipo de respuesta: Número y única.



Pasos a seguir

- ▶ Leamos la pregunta.
- ▶ Si la persona afirmó haber pagado, indagemos por el gasto realizado.



Tener en cuenta:

- ▶ Esta pregunta se realiza tanto a las personas que asistieron como a las que no, ya que estas últimas pudieron pagar por las entradas para un tercero.
- ▶ **En todos los casos, si la persona encuestada afirma que hizo algún gasto, éste no puede ser menor a \$1.000. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.**

Pregunta No. 26 - ¿Usted vio videos en el último mes, y con qué frecuencia? (incluya videos vistos por internet)

¿Usted vio videos en el último mes, y con qué frecuencia? (incluya videos vistos por internet)	26.	Sí	<input type="text" value="1"/>				
		a.	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	
			<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	Pase a pregunta 28
		No	<input type="text" value="2"/>	Pase a la pregunta 27			



Objetivo

Conocer si la persona encuestada vio videos en el último mes y cada cuánto lo hizo.

Tipo de respuesta: única.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- ▶ En el caso de que su respuesta sea negativa, pasamos a la pregunta 27 que indaga por las razones por las cuales no vio videos.
- ▶ Si la persona responde afirmativamente leemos las opciones de frecuencia.
- ▶ Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

En este caso se incluyen como video las películas en soportes, los musicales, los videos familiares y caseros. Se incluyen estos últimos, dado que en muchas familias la práctica de grabación de actividades y hechos trascendentales se ha convertido en una costumbre importante y continua.



Conceptos claves:

En este caso se indaga por los videos que vemos en reproductores caseros, reproductores de automóvil, Internet, celular, IPOD, Wii, X-Box, Play Station, DVD, MP3, MP4. **NO SE INCLUYEN LOS VIDEOS QUE VEMOS POR TELEVISIÓN.**

Pregunta No. 27 - ¿Por qué no vio videos en el último mes?:

¿Por qué no vio videos en el último mes?: <input type="button" value="Lea las alternativas"/>	a.	Falta de dinero	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	b.	Desinterés/no le gusta	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	c.	Prefiere verlos en televisión	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	d.	Problemas de salud o discapacidad	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	27. e.	No tiene equipos para verlos	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	f.	Falta de tiempo	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	g.	Otro	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
Pase a pregunta 30								
Nota: Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la g. con un sí.								



Objetivo

Conocer las razones por las cuales la persona encuestada no vio videos en el último mes.



Tipo de respuesta: Única por cada ítem.



Pasos a seguir

- ▶ Leamos la pregunta y luego una a una de las razones por las cuales la persona encuestada no vio videos.
- ▶ Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.

Pregunta No. 28 - ¿Qué tipo de videos vio en el último mes?:

¿Qué tipo de videos vio en el último mes?:	28.	a. Películas	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	} Pase a pregunta 30
		b. Musicales	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	
		c. Videos familiares/caseros	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	
		d. Otro	Sí	<input type="checkbox"/>	1	No	<input type="checkbox"/>	2	
		<p>Nota: La persona debe contestar todas las opciones de la a. a la d. Sin embargo, si en la opción a. Películas dice Sí, continúa en la pregunta 29. Si responde NO en la opción a. Películas, pasa a la pregunta 30. Debe responder por lo menos una de las opciones con un Sí.</p>							



Objetivo

Identificar los tipos de videos que las personas encuestadas vieron en el último mes.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leamos la pregunta y luego uno a uno los tipos de videos.
- ▶ Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

- ▶ Si la persona encuestada respondió con un Sí la opción a. Películas, debemos indagar por el género de películas visto (pregunta 29). Pero antes debemos leer las opciones b, c y d y esperar la respuesta de cada una de ellas.
- ▶ Si la persona encuestada respondió con un No la opción a. Películas, no se le debe aplicar la pregunta 29.
- ▶ **Sin importar la respuesta que nos den las personas en la opción a. Películas debemos leer todas las opciones (b, c y d) de la pregunta 28.**



Pregunta No. 29 - ¿Qué género de películas vio en video en el último mes?

<p>¿Qué género de películas vio en video en el último mes?:</p> <p>Lea las alternativas</p>	29. a.	Acción	Sí	1	<input type="checkbox"/>	No	2	<input type="checkbox"/>
	b.	Ciencia ficción	Sí	1	<input type="checkbox"/>	No	2	<input type="checkbox"/>
	c.	Cine arte	Sí	1	<input type="checkbox"/>	No	2	<input type="checkbox"/>
	d.	Comedia/humor	Sí	1	<input type="checkbox"/>	No	2	<input type="checkbox"/>
	e.	Drama	Sí	1	<input type="checkbox"/>	No	2	<input type="checkbox"/>
	f.	Histórico	Sí	1	<input type="checkbox"/>	No	2	<input type="checkbox"/>
	g.	Animación (diferente a infantil)	Sí	1	<input type="checkbox"/>	No	2	<input type="checkbox"/>
	h.	Documental	Sí	1	<input type="checkbox"/>	No	2	<input type="checkbox"/>
	i.	Erótico	Sí	1	<input type="checkbox"/>	No	2	<input type="checkbox"/>
	j.	Infantil	Sí	1	<input type="checkbox"/>	No	2	<input type="checkbox"/>
	k.	Suspense/terror	Sí	1	<input type="checkbox"/>	No	2	<input type="checkbox"/>
	l.	Pornográfico	Sí	1	<input type="checkbox"/>	No	2	<input type="checkbox"/>
	m.	Religioso	Sí	1	<input type="checkbox"/>	No	2	<input type="checkbox"/>
	n.	Musicales	Sí	1	<input type="checkbox"/>	No	2	<input type="checkbox"/>
	o.	Otro	Sí	1	<input type="checkbox"/>	No	2	<input type="checkbox"/>

Nota: (1) Solo para quienes contestaron con un Sí la opción a. Películas de la pregunta 28.
(2) Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la o. con un sí.



Objetivo

Conocer los géneros de las películas que la persona encuestada vio en video.

Tipo de respuesta: única por cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leamos la pregunta y luego uno a uno los géneros de películas.
- ▶ Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.

Para mayor información sobre géneros cinematográficos, podemos remitirnos a la pregunta 24, donde se explican y ejemplifican cada uno de ellos (páginas 112 y 113 de este manual).



Pregunta No. 30 - En los últimos 12 meses, ¿consiguió videos?

<p>En los últimos 12 meses, ¿consiguió videos?</p> <p>Lea las alternativas</p>	<p>Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> ¿Cómo los consiguió?:</p> <p>a. Los compró en almacenes de cadena, tiendas y lugares especializados Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/></p> <p>b. Los compró en ventas ambulantes Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/></p> <p>c. Los alquiló Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/></p> <p>d. Los compró por internet Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/></p> <p>e. Se los prestaron (amigos, familiares, en bibliotecas) Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/></p> <p>f. Se los regalaron Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/></p> <p>g. Los consiguió por internet de forma gratuita Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/></p> <p>h. Eran videos conseguidos hace más de un año</p> <p>No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/> Pase a pregunta 32</p>
	<p>Nota: (1) Si la persona respondió NO en todas las opciones de la a. a la d., pasa a la pregunta 32. (2) Si respondió Sí en por lo menos una de las opciones de la a. a la d., continúe en la pregunta 31. (3) Las personas que contestaron con un Sí la pregunta 26 de este Capítulo, deben responder con un Sí la pregunta 30.</p>



Objetivo

Determinar si la persona encuestada accedió a videos en los últimos doce meses y cómo lo hizo.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- ▶ En el caso de que su respuesta sea negativa pasamos a la pregunta 32.
- ▶ Si la persona responde afirmativamente leemos una a una las opciones de acceso y esperamos respuesta.



Tener en cuenta:

- ▶ Esta pregunta indaga por el acceso, por ello es importante aclararle a la persona encuestada que la pregunta hace referencia a los videos que obtuvo, sin importar si los vio o no, o si eran o no para sí mismo, pues es posible que los haya comprado para otros (regalos, hijos).
- ▶ Aunque la persona pudo haber dicho que No vio videos en el último mes, esta pregunta se le hace ya que pudo adquirirlos para otro miembro de su familia o para sus amigos.



SI LA PERSONA ENCUESTADA DIJO QUE:

Sí vio videos en el último mes...
(pregunta No. 26)

Debe obligatoriamente contestar que Sí
tuvo acceso a videos en los últimos 12
meses.
(pregunta No. 30)

Pregunta No. 31 - ¿Cuánto pagó por videos en los últimos 12 meses?

¿Cuánto pagó por videos en los últimos 12 meses?	31.	Informa <input type="text" value="1"/> <input type="text"/>	Valor \$ _____
		NS/NI <input type="text" value="99"/> <input type="text"/>	
Nota: Validación mínima \$1.000; máximo \$5.000.0000 (7 dígitos) y sin centavos. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.			



Objetivo

Determinar el gasto que hacen las personas encuestadas en videos.

Tipo de respuesta: Número y única.



Tener en cuenta

En todos los casos, si la persona encuestada afirma que hizo algún gasto, éste no puede ser menor a \$1.000. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.

Pregunta No. 33- ¿Usted vio cine colombiano en los últimos 12 meses? (incluya películas vistas por internet)

¿Usted vio cine colombiano en los últimos 12 meses? <i>(incluya películas vistas por internet)</i>	33.	Sí <input type="text" value="1"/> <input type="text"/> Pase a pregunta 34
		No <input type="text" value="2"/> <input type="text"/> Pase a pregunta 36
Nota: Cuando se pregunta por cine colombiano, incluye el que se exhibe en las salas de cine, el que se ve por televisión, en video o vía internet.		



Objetivo

Saber si la persona vio cine colombiano en el último año a través de cualquier medio (cine, televisión o video)

Tipo de respuesta: Única.



Pasos a seguir:

- ▶ Leamos la pregunta y esperemos respuesta.
- ▶ Si la respuesta es afirmativa continuamos en la pregunta 34.
- ▶ Si la persona responde que No vio cine colombiano, pasamos a la pregunta 36.



Conceptos claves:

El cine colombiano es aquel dirigido, escrito y/o producido por equipos nacionales, y que, en la mayoría de casos, tienen relación con las realidades colombianas.

Pregunta No. 34- ¿Cuántas películas colombianas vio en los últimos 12 meses?

¿Cuántas películas colombianas vio en los últimos 12 meses?	34.	<input type="text"/> <input type="text"/> Mínimo 1 - máximo 99 películas
---	-----	--



Tener en cuenta:

- ▶ Esta pregunta la responden quienes afirmaron ver cine colombiano en el último año.
- ▶ En este caso se debe digitar mínimo una y máximo 99 películas en este periodo.
- ▶ No se permiten blancos o vacíos en esta pregunta.



Ejemplos... ¡para entendernos!

Algunas de las siguientes películas son consideradas colombianas:

- ✓ Visa USA
- ✓ Carne de tu carne
- ✓ La Estrategia del Caracol
- ✓ María, llena eres de gracia
- ✓ Confesión a Laura
- ✓ La Lectora
- ✓ Bluff
- ✓ San Andresito
- ✓ El Embajador de la India
- ✓ Perder es cuestión de método
- ✓ Colombian Dream
- ✓ Perro come perro
- ✓ María Cano
- ✓ Paraíso Travel
- ✓ Bolívar Soy Yo



- ✓ Sístole y Diástole
- ✓ La vuelta del Cangrejo
- ✓ Rosario Tijeras
- ✓ El Rey
- ✓ Cóndores no entierran todos los días
- ✓ Los Viajes del Viento
- ✓ El Páramo
- ✓ El Paseo

Pregunta No. 35 - ¿En qué medio vio las películas colombianas?:

¿En qué medio vio las películas colombianas?: <input type="button" value="Lea las alternativas"/>	35.	a. Televisión	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
		b. DVD, VHS, BETAMAX y otros equipos de reproducción	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
		c. Fue a las salas de cine	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
		d. Bajó la película de internet o la vio en línea	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>



Objetivo

Conocer los medios que la persona encuestada utilizó para ver cine colombiano.

Tipo de respuesta: Única por cada opción.



Pasos a seguir:

- ▶ Leamos la pregunta y luego cada uno de los medios utilizados para ver las películas.
- ▶ Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.

Pregunta No. 36 - ¿Usted practicó con algún videojuego en el último mes, y con qué frecuencia? (Incluya videojuegos por internet)

¿Usted practicó con algún videojuego en el último mes, y con qué frecuencia? <i>(Incluya videojuegos por internet)</i>	36.	Sí <input type="text" value="1"/>				
		a.	Todos los días de la semana	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes
		<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	
		No <input type="text" value="2"/>				



Objetivo

Saber si la persona encuestada practicó con videojuegos en el último mes y con qué frecuencia lo hizo.

Tipo de respuesta: Única.



Conceptos claves:

- **Los videojuegos** son programas de computadora que recrean entornos, situaciones y personajes virtuales dando la posibilidad a los jugadores de controlarlos y de sentirse parte de la acción. Entre ellos se incluyen los juegos para computadoras, celulares o videoconsolas, las cuales son especiales para el caso como: Súper Nintendo, Wii, PlayStation 1, PlayStation 2, PlayStation 3, Xbox 360, Xbox, Sega, Game Cube, etc.), o portátiles (Gameboy, Nintendo DS, Play Station Portable).

13.2.2 Sobre el consumo de televisión, radio y música grabada – Preguntas 32, 37 y 41

Estas preguntas indagan en su orden por el consumo de televisión, la escucha de radio y música grabada. En todos los casos, se explora por las prácticas efectuadas en la última semana. El ejemplo en este caso, lo revisaremos teniendo en cuenta la pregunta 32 sobre televisión.

Pregunta No. 32 – En la última semana, ¿usted vio televisión y con qué frecuencia? (incluya televisión vista por internet)

Pregunta No. 37 – En la última semana, ¿usted escuchó radio, y con qué frecuencia? (incluya radio escuchada por internet)

Pregunta No. 41 - ¿Usted escuchó música grabada en la última semana, y con qué frecuencia? (incluya música grabada escuchada por internet)

Estructura modelo aplicada a las preguntas 32, 37 y 41

<p>En la última semana, ¿usted vio televisión y con qué frecuencia? (incluya televisión vista por internet)</p>	32.	Sí	1		
	a.	Todos los días de la semana	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	
			1		2
					3
		No	2		



Objetivo

Establecer el nivel de consumo de las personas con relación a la televisión, la radio y la música grabada.

Tipo de respuesta: Única.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- ▶ Si la persona responde afirmativamente, leemos las opciones de frecuencia.
- ▶ Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.



Conceptos claves:

- **La radio** es un medio de comunicación basado en la transmisión de sonidos, musicales o verbales, a través de ondas que son recibidas usando un aparato receptor que permite sintonizar las emisoras de una localidad o región. Sin embargo, en este caso también es válido incluir las emisoras que se escuchan por Internet.
- En este caso **se indaga por los programas escuchados** como musicales, opinión/entrevistas, informativos/noticieros, deportivos, magazines, radionovelas, infantiles, humor/comedias, religiosos, salud/medicina, religiosos, salud/medicina, espectáculo y farándula.
- También **se consideran programas de radio** los espectáculos y farándula que están en las transmisiones en vivo o en diferido como reinados, ferias, verbenas populares; los conciertos en vivo o diferido así como las transmisiones de vueltas ciclísticas, partidos de fútbol y ferias taurinas.
- La **música grabada** es aquella que se almacena, reproduce y circula por medio de dispositivos tecnológicos (CD, acetatos, casetes, IPOD, MP3, entre otros), se incluye la música grabada escuchada por Internet. **NO SE INCLUYE LA MÚSICA QUE SE ESCUCHA POR MEDIOS COMO LA TELEVISIÓN O LA RADIO.**



Tener en cuenta:

- ▶ **Sobre la escucha de radio**, es importante aclararle a la persona encuestada que 'escuchar radio' no es lo mismo que 'escuchar música'. La música puede ser escuchada en las emisoras como en los aparatos de reproducción (grabadora, equipo de sonido, computador, DVD, entre otros). **Cuando escucha la programación musical de una emisora, está escuchando radio.**



Pregunta No. 39 – En la última semana, ¿qué tipo de emisoras escuchó?:

<p>En la última semana, ¿qué tipo de emisoras escuchó?:</p> <p><input type="button" value="Lea las alternativas"/></p>	<p>39.</p>	a. Privadas/comerciales	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value=""/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value=""/>
		b. Universitarias (públicas y privadas)	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value=""/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value=""/>
		c. Indígenas	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value=""/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value=""/>
		d. Ejército y Policía Nacional	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value=""/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value=""/>
		e. Estatales (gobernaciones, alcaldías y otras entidades del estado)	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value=""/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value=""/>
		f. Comunitarias	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value=""/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value=""/>
		<p>Nota: Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la f. con un sí.</p>						



Objetivo

Conocer el tipo de emisoras escuchadas por las personas de 12 años y más.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.



Conceptos claves:

- **Las emisoras comunitarias** son aquellas emisoras administradas y dirigidas por comunidades organizadas. Tienen como finalidad el desarrollo de proyectos que permitan un mayor desarrollo en los municipios donde se encuentran, en especial desde la comunicación. Se diferencian de las emisoras comerciales porque no usan las propagandas como medio de financiación ni buscan el lucro para sus miembros.

Además, en las emisoras comunitarias prima la información local y la promoción de los valores e identidades de pequeñas comunidades. Algunos ejemplos son las emisoras administradas por Juntas de Acción Comunal, organizaciones sociales y algunas parroquias. Entre ellas tenemos *Radio Payumat* (Santander de Quilichao), *Red Montemariana* (Carmen de Bolívar), *Cauca Negro* (Cali), *Red Norte de Nariño*, *Piendamó Estéreo*, *Ecós del Pacífico* (Buenaventura), *La Cometa* (San Gil), *Red de Emisoras Costa Atlántica* (Barranquilla).

- Las emisoras catalogadas como **privadas o comerciales** son administradas por empresas de comunicación con ánimo de lucro, y tienen como propósito la entrega de programas informativos, de entretenimiento y musicales.

En este grupo están *W Radio*, *Todelar*, *Radio Santa Fe*, *las 40 principales*, *Bésame*, *Radioactiva*, *la Súper estación*, *la X*, *Tropicana*, *Candela*, *Cali de Rumba*, *La Mega*, *la FM*, *Amor Estéreo*, *Radio Uno*, *Rumba Estéreo*, *Latina Estéreo*.

- Las emisoras **de interés público** dirigen sus esfuerzos hacia el fomento de la educación, la cultural y los valores cívicos. En este grupo se encuentran:
- Emisoras del Ejército o de la Policía Nacional.



- Emisoras de los cabildos indígenas, las cuales de forma expresa se constituyeron para promover y salvaguardar la cultura de dichas comunidades.
- Emisoras estatales de alcaldías y gobernaciones, las cuales son catalogadas como de interés. Se ubican en diferentes zonas del país.
- Las emisoras universitarias son aquellas que pertenecen a una institución educativa superior. En este caso existen públicas y privadas, las primeras pertenecientes a instituciones del sector público.

Entre ellas se encuentran: Univalle Estéreo (Universidad del Valle – Cali), Javeriana Estéreo (Pontificia Universidad Javeriana - Bogotá), UM Radio (Universidad de Manizales), LAUD Estéreo (Universidad Distrital Francisco José de Caldas), Radio Universidad de Nariño (Pasto), Emisora Universidad Minuto de Dios (Bogotá), la UFM Estéreo (Universidad Francisco de Paula Santander – Cúcuta), UniNorte FM (Universidad del Norte, Barranquilla), Radio Universidad del Chocó (Universidad Tecnológica del Chocó – Quibdó).

Pregunta No. 43 – ¿Qué géneros de música grabada escuchó en la última semana?:

<p>¿Qué géneros de música grabada escuchó en la última semana?:</p> <p style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin-top: 20px;">Lea las alternativas</p>	a. Vallenato	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	b. Rancheras, corridos prohibidos	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	c. Baladas	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	d. Rock (español e inglés)	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	e. Música llanera (joropos, pasaje, seis)	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	f. Reggaetón	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	g. Música guasca	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	h. Pop (español e inglés)	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	i. Música del Pacífico (marimba, chirimía, etc.)	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	j. Tropical (merengue y salsa)	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	k. Música de despecho	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	l. Electrónica (tecno, dance, house)	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	43. m. Música andina (colombiana y del sur de Latinoamérica)	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	n. Jazz, blues, soul	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	o. Reggae, soca, champeta	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	p. Música del Atlántico (gaita, bullerengue, millo, banda pelayera)	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	q. Hip-Hop, rap	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
	r. Música clásica	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>
s. Boleros	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
t. Tango	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
u. Otro	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	

Nota: Debe contestar por lo menos una opción de la a. a la u. con un Sí.



Objetivo

Conocer los géneros musicales que la persona encuestada escuchó en la última semana.

Tipo de respuesta: Única por cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y luego cada una de las opciones, esperamos respuesta en cada caso.



Tener en cuenta:

- ▶ **Sobre los géneros musicales se aclara** que la música religiosa y de protesta responde a líneas temáticas más que a formatos. Se puede encontrar música religiosa en rock como en salsa. Por ello no se incluye como género.
- ▶ Una situación similar ocurre con la música instrumental, pues existen muchas versiones de diversas músicas tocadas sin uso de la voz. Aunque los Rolling Stones o los Beatles sean rock, existen versiones ejecutadas por orquestas y convertidas en música instrumental no cantada. Lo mismo sucede con algunos tangos, boleros y otras músicas populares.
- ▶ En el rock se integran el punk, el hard core, el metal, el nuevo rock, el rock suave, el industrial, el progresivo, el grunge, entre otros subgéneros.



Ejemplos... ¡para entendernos!

Géneros de música grabada	
Folclórica pacífica	
	Aguabajo, arrullo, berejú, bunde chocoano, chirimía, contradanza chocoana, currulao, makerule, patacoré, pregón, saporondón, tigarandó
	La marimba y la chirimía hacen referencia al formato como a los instrumentos con los cuales se hace este tipo de música.
Folclórica atlántica	
	Cumbia, chandé, cumbión, bullerengue, fandango, gaita, guacherna, mapalé, merecumbé, millo, porro, tambora, entre otros.
	La gaita como la banda pelayera son formatos propios de esta música.
Música andina	



Géneros de música grabada

- Colombiana: bambuco, bunde, guabina, guasca, pasillo, sanjuanero, torbellino, trova y valeses, entre otros.
 - Peruana y boliviana: huaylas, huaynos, carnavalitos, yaravies y sayas, entre otros.
- Nota:** La música andina también es característica de Ecuador, Chile y Argentina.

En **otro** puede incluirse la música brasilera, turca, folclor de otros países diferentes a los expuestos en el cuestionario.

Pregunta No. 44 - En los últimos 12 meses, ¿consiguió música grabada?

<p>En los últimos 12 meses, ¿consiguió música grabada?:</p> <p>Lea las alternativas</p>	<p>Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> ¿Cómo la consiguió?</p> <p>a. La compró en almacenes de cadena, lugares y eventos especializados Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/></p> <p>b. La compró en ventas ambulantes Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/></p> <p>c. La compró y/o pagó por el servicio por internet Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/></p> <p>d. Se la prestaron Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/></p> <p>e. Se la regalaron Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/></p> <p>f. La descargó y/o escuchó por internet de forma gratuita Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/></p> <p>g. Era música grabada que tenía desde hace más de un año Sí <input type="checkbox"/>1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/></p>
	<p>No <input type="checkbox"/>2 <input type="checkbox"/> Pase al capítulo I. Asistencia a espacios culturales, pregunta 1.</p> <p>Nota: (1) Si la persona respondió NO en las opciones de la a. a la c. pasa al capítulo I. Asistencia a espacios culturales, pregunta 1. (2) Si respondió Sí en por lo menos una de las opciones de la a. a la c. continúa en pregunta 45. (3) Las personas que contestaron con un Sí la pregunta 41 de este Capítulo, deben responder con un Sí la pregunta 44.</p>



Objetivo

Determinar si la persona encuestada escuchó música grabada en la última semana y cada cuánto lo hizo.

Tipo de respuesta: Única en cada ítem.



Pasos a seguir:

- Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- En el caso de que su respuesta sea negativa pasamos al capítulo I. Asistencia a espacios culturales, pregunta 1.
- Si la persona responde afirmativamente leemos una a una las opciones de acceso y esperamos respuesta.



SI LA PERSONA ENCUESTADA DIJO QUE:

**Sí escuchó música grabada en la última semana...
(pregunta No. 41)**

**Debe obligatoriamente contestar que Sí consiguió música grabada en los últimos 12 meses.
(pregunta No. 44)**



Tener en cuenta:

Esta pregunta indaga por el acceso a música grabada en disco, casete, CD, DVD o la escuchada a través de Internet, por ello es importante aclararle a la persona encuestada que la pregunta hace referencia a la música grabada que obtuvo, sin importar si la escuchó o no. Si era para sí o para otros (regalo, préstamo, compra hogar).

Pregunta No. 45 - ¿Cuánto pagó por música grabada en los últimos 12 meses?

¿Cuánto pagó por música grabada en los últimos 12 meses?	45.	Informa <input type="text" value="1"/> <input type="text"/>	Valor \$ _____
		NS/NI <input type="text" value="99"/> <input type="text"/>	
<p>Nota: Validación mínima \$1.000; máximo \$5.000.000 (7 dígitos) y sin centavos. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.</p>			



Objetivo

Establecer el gasto que hace cada persona en este tipo de bien cultural.

Tipo de respuesta: única y número.



Tener en cuenta:

- ▶ Esta pregunta se realiza si la persona contestó por lo menos con un sí las opciones de la a. a la c. de la pregunta 44, sobre acceso pago.
- ▶ Así la persona no haya escuchado música grabada en la última semana, es importante esta pregunta en tanto que permite observar el gasto para sí o para otros.
- ▶ **En todos los casos, si la persona encuestada afirma que hizo algún gasto, éste no puede ser menor a \$1.000. Si existen casos con pagos menores a mil pesos se aproxima a \$1.000.**



14 CAPÍTULO I. ASISTENCIA A ESPACIOS CULTURALES



Objetivo general

Determinar asistencia, frecuencia de visitas y razones de no asistencia a espacios culturales.



Conceptos claves:

- **Biblioteca:** Una organización, o parte de una organización, que tiene como principales objetivos acopiar y mantener colecciones de materiales impresos, y facilitar el uso de esta información e instalaciones consideradas necesarias para satisfacer las necesidades de información, investigación y educación y proporcionar espacios recreativos y culturales para sus usuarios. Se incluye en esta definición cualquier colección estructurada de libros y revistas en formato impreso o electrónico y cualquier tipo de material gráfico o audiovisual, así como las bibliotecas virtuales y catálogos digitales (Framework Unesco, 2009).

Al referirnos a las bibliotecas, estamos incluyendo:

- ▶ **Las bibliotecas escolares** son las que pertenecen a escuelas y colegios con el propósito de fortalecer el desarrollo de actividades académicas realizadas por estudiantes y profesores.

Lo son las bibliotecas de centros educativos del nivel básico y secundario, generalmente orientadas por el Ministerio de Educación o las Secretarías de Educación Municipales y Departamentales.

- ▶ **Las bibliotecas universitarias** son las que pertenecen a instituciones de educación superior, bien sean de departamentos, facultades o de toda la universidad.
- ▶ **Las bibliotecas especializadas** son dependientes de entidades y organizaciones públicas y privadas, y están dedicadas en la atención de temas concretos, casi siempre relacionadas con el ámbito de la investigación.

Entre ellas se encuentran la biblioteca del Senado de la República, la biblioteca de literatura de la Casa de Poesía de Eduardo Carranza y la mapoteca de la Biblioteca Luís Ángel Arango.

- ▶ **Las bibliotecas públicas** son centros de preservación del patrimonio bibliográfico, y de consulta de libros y documentos al servicio de estudiantes e investigadores (Son espacios financiados por entidades públicas e instituciones gubernamentales, de forma autónoma o en alianza con el sector privado, y tienen como propósito desarrollar variadas actividades culturales para atender a la mayoría de la población. Dada esta característica suelen contar con un amplio reconocimiento por parte de las comunidades.



Son un ejemplo de ellas cualquiera de las bibliotecas afiliadas a la Red Nacional de Bibliotecas Públicas (municipales, departamentales y nacionales). Todas las bibliotecas adscritas al Banco de la República y las Cajas de Compensación como Colsubsidio, Cafam, Confamiliares, Comfandi.

- **Casas de la cultura:** Son centros primordiales de Educación Artística No Formal, así como de difusión, proyección y fomento de las políticas y programas culturales a nivel local, municipal, distrital, departamental, regional y nacional. En ellas se apoyan los procesos permanentes de desarrollo cultural de carácter local, los cuales se dan entre la comunidad y las entidades estatales para el óptimo desarrollo de la cultura en su conjunto (artículo 23. Ley 397 de 1997. Ley General de la Cultura). Suelen ser de carácter público, permiten interactuar con diversos bienes y servicios culturales y la mayoría cuenta con bibliotecas, estudios, auditorios y salas de exposición, entre otros.

Algunas de las casas de la cultura son: Casa de la Cultura Alberto Lleras Camargo (Chía, Cundinamarca), la Casa de la Cultura de Luruaco (Atlántico), Casa de la Cultura Cerro del Angel, en el municipio de Bello (Antioquia), la Casa de la Cultura Raúl Gómez Jattin en Cereté (Córdoba); la Casa de la Cultura de San Vicente de Chucurí (Santander) y la Casa de la Cultura de Sevilla, Valle.

Para distinguir de los centros culturales, explícitamente las casas de la cultura llevan este nombre y atienden demandas de carácter local y barrial.

- **Los centros culturales** son espacios cuya actividad principal es la presentación en vivo de diversos espectáculos culturales y artísticos, así como la prestación de diferentes servicios asociados con el acceso a bienes y servicios culturales.

Se incluyen, por ejemplo, teatros, auditorios y salas como el Conservatorio de Cali, el Teatro Jorge Eliécer Gaitán y la Media Torta en Bogotá, el Teatro Pedro de Heredia en Cartagena, el Centro Cultural los Fundadores en Manizales, el Centro Cultural Confamiliar, el Centro Cultural de la Universidad del Norte en Barranquilla.

- **Museo:** Una institución de carácter permanente y no lucrativo, al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público que adquiere, conserva, estudia, comunica y exhibe el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su entorno, con fines de estudio, educación y disfrute, la evidencia material e inmaterial de la gente y su medio ambiente. Incluye museos vivos. (Framework Unesco, 2009).

Algunos de ellos son los museos de historia natural, arqueológicos, de ciencia y tecnología o de arte. El Museo Nacional, el museo de trajes regionales de Colombia, el Museo de Arte de Medellín, el Museo de Arte Contemporáneo en La Quinta de San Pedro Alejandrino, la Casa Museo del 20 de julio, Museo Rayo, los museos del oro adscritos a las diferentes sedes del Banco de la República en todo el país.

- Las **galerías de arte y salas de exposiciones** son espacios destinados a la exhibición y/o venta de obras de arte, especialmente plásticas y visuales.



Galería Arte Moderno y Ventana en Cali, Galería de la Aduana y Elida Lara en Barranquilla, Arte Express y Galería Arte 10 en Medellín, y Galería Chica Morales en Cartagena, son algunos ejemplos.

- **Los monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos** son lugares de carácter nacional o local reconocidos por los acontecimientos históricos que allí tuvieron lugar, los bienes culturales que por su carácter patrimonial allí se encuentran, o por la importancia y cualidades de la arquitectura en la cual fueron construidos.

Con relación a los monumentos históricos, como ejemplos se encuentran el Santuario de Monseñorrate, la Ciudad amurallada y la Muralla de Cartagena, Santa Cruz de Mompo, el municipio de Barichara, la Quinta de San Pedro Alejandrino, la ciudad de Popayán, el Cementerio Central de Bogotá, la Torre del Reloj y la Puerta del Reloj en Cartagena, el Puente de Occidente de Santa Fe de Antioquia, la Plaza de Caicedo y la zona colonial en Cali, así como el Puente de Boyacá en Tunja.

Se pueden mencionar como sitios arqueológicos el Parque Arqueológico de Tierradentro (Belalcázar e Inzá en Cauca), Parque Arqueológico de San Agustín (Huila), Ciudad Perdida – Sierra Nevada de Santa Marta (Magdalena), Parque Arqueológico de Monquirá (Boyacá), Complejo Capulí (Ipiales, Nariño) y Cultura Calima (Restrepo, Calima-Darién y Vijes en el Valle del Cauca).

- **Centros históricos:** “Son los sitios fundacionales de Colombia donde se alberga el alma de las ciudades y constituyen los retratos más antiguos de nuestro patrimonio cultural”. En Colombia, 45 Centros Históricos han sido declarados Bienes de Interés Cultural de Carácter Nacional y hacen parte del Plan de Recuperación de Centros Históricos.

Entre los departamentos que cuentan con mayor número de Centros Históricos declarados Bien de Interés Cultural del ámbito nacional se destacan:

Antioquia: Abejorral (1808), Concepción (1760), Jardín (1860), Marinilla (1709), Rionegro (1581), Santafé de Antioquia.

Boyacá: Iza (Siglo XVII), Monguí (1601), Tunja (1539), Turmequé (Siglo XVI) y Villa de Leyva (1572).

Santander: Barichara (1752), San Gil (1689), San Juan de Girón (1631) y Socorro (1683).

Valle del Cauca: Guadalajara de Buga (1558-1569), Cartago (1540-1691), Santiago de Cali, La Merced (1536) y El Cerrito (1560).

14.1 ACERCA DE LA ASISTENCIA A ESPACIOS CULTURALES – PREGUNTAS 1, 5, 7, 9, 11 Y 13

Este grupo de preguntas tiene la misma lógica de interrogación y el mismo tiempo de referencia en todos los casos. Solo para las bibliotecas la frecuencia de asistencia varía en comparación con el resto de espacios. Para conocer la estructura de las preguntas, observemos el modelo de la pregunta 5:

Pregunta No. 1 - ¿Asistió a bibliotecas en los últimos 12 meses y con qué frecuencia?



Pregunta No. 5 – En los últimos 12 meses, ¿fue a casas de la cultura, y con qué frecuencia?

Pregunta No. 7 - ¿Asistió a centros culturales en los últimos 12 meses, y con qué frecuencia?

Pregunta No. 9 – En los últimos 12 meses, ¿visitó museos y con qué frecuencia?

Pregunta No. 11 - ¿Asistió a galerías de arte y salas de exposiciones en los últimos 12 meses, y con qué frecuencia?

Pregunta No. 13 – En los últimos 12 meses, ¿fue a monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos, y con qué frecuencia?

Estructura modelo aplicada a las preguntas 1, 5, 7, 9, 11 y 13

En los últimos 12 meses, ¿fue a casas de la cultura, y con qué frecuencia?	5.	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Pase a pregunta 7
		a.	Por lo menos una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez al año		
		No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>	Pase a pregunta 6				

Tipo de respuesta: única.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- ▶ En el caso de que la respuesta sea negativa, pasamos a la pregunta que indaga por las razones de no asistencia para cada uno de los espacios culturales.
- ▶ Si la persona responde afirmativamente, leemos las opciones de frecuencia.
- ▶ Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.

Tengamos en cuenta que si una persona acompaña a otra a un espacio cultural y no entra al lugar ni tiene ningún contacto con los bienes y servicios culturales que ofrecen, no se considera que asistió al sitio.

Si el padre acompaña al hijo o hija a la biblioteca pero se queda por fuera de ella, no puede considerarse que asistió al espacio cultural.



Tener en cuenta:

- ▶ Cuando se habla de asistencia, se hace referencia a la **visita física a un espacio cultural físico**. Es importante hacer esta aclaración en tanto que varios museos y bibliotecas tienen sedes virtuales a través de las cuales es también posible acceder a algunos bienes y servicios culturales, esta última información se recoge en la pregunta 3. ¿Usted usó internet en los últimos 3 meses? (en cualquier lugar) del capítulo de formación y práctica.



14.2 SOBRE LAS RAZONES DE NO ASISTENCIA A ESPACIOS CULTURALES – PREGUNTAS 2, 6, 8, 10, 12 Y 14

Considerando que estas preguntas, aunque indagan por las razones de no asistencia a 6 tipos diferentes de espacios culturales, tienen la misma estructura de pregunta y tipos de respuesta. Para conocer esta lógica, presentamos la pregunta 2:

Pregunta No. 2– Usted no asistió a bibliotecas por:

Pregunta No. 6 - Usted no fue a casas de la cultura por:

Pregunta No. 8 – Usted no asistió a centros culturales por:

Pregunta No. 10 - Usted no fue a museos por:

Pregunta No. 12 – Usted no asistió a galerías de arte y salas de exposiciones por.

Pregunta No. 14 - Usted no fue a monumentos históricos, sitios arqueológicos, monumentos nacionales y centros históricos por:

Para conocer la estructura de las preguntas, observemos el modelo de la pregunta 2:

Estructura modelo aplicada a las preguntas 2, 6, 8, 10, 12 y 14

<p>Usted no asistió a bibliotecas por:</p> <p>Lea las alternativas</p>	2.	a. Falta de dinero	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		b. Están lejos	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		c. Desinterés/no le gusta	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		d. Desconocimiento de la existencia de este tipo de espacios	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		e. Falta de tiempo	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		f. Problemas de salud o discapacidad	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		g. Ausencia de este tipo de espacios culturales	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		h. Prefiere buscar y/o consultar información en internet	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
		i. Otro	Sí	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>
	Pase a pregunta 5									
<p>Notas: (1) Si la persona contesta SI en la opción d., solo puede contestar con un NO la opción g. (2) Debe por lo menos contestar una opción de la a. a la i. con un sí.</p>										



Objetivo

Establecer los principales motivos por los cuales la persona encuestada no asistió a espacios culturales.



Tipo de respuesta: Única en cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leamos la pregunta y luego uno a uno los motivos de no asistencia.
- ▶ Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

- ▶ Las opciones de respuesta d y g en este caso (pregunta No. 2) son excluyentes entre ellas y por lo tanto no se pueden contestar las dos opciones con un Sí. ***Estas dos categorías de respuesta aparecen en el resto de opciones, así que hay que tener cuidado con la validación que hay en cada una de ellas.***
- ▶ Si la persona responde que afirma desconocer la realización de este tipo de presentaciones (opción d), no puede contestar con un Sí la opción g. Ausencia de este tipo de presentaciones, pues esta segunda es una afirmación, mientras que la primera pone en duda la existencia de estos lugares y posiblemente la persona encuestada no tiene mucha información al respecto.
- ▶ La persona puede contestar en las dos opciones (d. y g.) con un No, pero solo puede contestar afirmativamente una de las dos.



15 CAPÍTULO J. FORMACIÓN Y PRÁCTICA CULTURAL



Objetivo general

Conocer las preferencias relacionadas con el acceso a ofertas educativas culturales y artísticas informales, así como con la realización de alguna práctica cultural en áreas culturales específicas.

Pregunta No. 1 - ¿Usted tomó cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales en los últimos 12 meses?

<p>¿Usted tomó cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales en los últimos 12 meses?</p> <p>Lea las alternativas</p>	<p>Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> ¿En qué área?:</p>
	<p>a. Cine, televisión, radio, video Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p>
	<p>b. Música Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p>
	<p>c. Teatro, danza y ópera Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p>
	<p>d. Cuento y títeres Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p>
	<p>e. Fotografía, pintura, grabados, dibujos, escultura y artes gráficas Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p>
	<p>f. Literatura (cuento, narrativa, novela, poesía) y prensa (redacción, géneros periodísticos, revistas, periódicos, magazines digitales o impresos) Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p>
	<p>g. Artesanías Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p>
	<p>h. Manualidades Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p>
	<p>i. Otra área Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p>
<p>1. j.* ¿En alguno de los anteriores cursos o talleres utilizó para su desarrollo internet? Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></p>	
<p>No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> Pase a pregunta 2</p>	
<p><small>Nota: Si contesta Sí en la pregunta 1, debe responder con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la i. La opción j.* se contesta si responde afirmativamente alguna de las opciones de la a. a la i de la pregunta 1 de este capítulo.</small></p>	

Tipo de respuesta: Única en cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leamos la pregunta y esperemos la respuesta.
- ▶ Si la persona responde con No esta pregunta pasa a la pregunta 2.
- ▶ Si la persona responde afirmativamente, pasa a contestar las opciones de la a. a la i. de la pregunta ¿En qué área?
- ▶ Debe responder con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la i.
- ▶ Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

Si la persona contesta con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la i. debe contestar la opción j, la cual hace referencia al uso del internet para el desarrollo de cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales.

Pregunta No. 2 - En los últimos 12 meses, ¿hizo alguna práctica cultural?

<p>En los últimos 12 meses, ¿hizo alguna práctica cultural?</p>	2.	<p>Sí <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> ¿Qué práctica cultural realizó?:</p> <p>a. Hizo videos, produjo radio, realizó televisión o participó en producciones de cine Sí <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>b. Tocó algún instrumento, compuso o cantó Sí <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>c. Hizo teatro, practicó danza, participó en ópera Sí <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>d. Hizo títeres, participó en cuentaría Sí <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>e. Tomó fotos, pintó, hizo alguna escultura y/o grabado, realizó algún dibujo o arte gráfica Sí <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>f. Escribió textos literarios (cuentos, novelas, poesías) y/o periodísticos para revistas, periódicos, ... Sí <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>g. Realizó algún tipo de artesanía Sí <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>h. Elaboró alguna manualidad Sí <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>i. Otra práctica cultural Sí <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>j.* ¿En alguna de las anteriores prácticas culturales utilizó para su desarrollo internet? Sí <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Pase a pregunta 3</p>
	<p><small>Nota: Si contesta Sí en la pregunta 2, debe responder con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la i. La opción j.* se contesta si responde afirmativamente alguna de las opciones de la a. a la i. de la pregunta 2 de este capítulo.</small></p>	

Tipo de respuesta: Única en cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leamos la pregunta y esperemos la respuesta.
- ▶ Si la persona responde con No esta pregunta pasa a la pregunta 3.
- ▶ Si la persona responde afirmativamente, pasa a contestar las opciones de la a. a la i. de la pregunta ¿Qué práctica cultural realizó?
- ▶ Debe responder con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la i.
- ▶ Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

Si la persona contesta con un Sí por lo menos una de las opciones de la a. a la i. debe contestar la opción j, la cual hace referencia al uso del internet para el desarrollo de prácticas culturales.



Conceptos claves:

- **Los cursos y talleres**, de acuerdo con la Ley General de Educación, integran la categoría 'Educación informal'. Por definición no conducen a la obtención de un título, sino que sirven para desarrollar un saber, una técnica específica o para complementar los conocimientos de un campo determinado. Estos cursos o talleres pueden ser impartidos por cualquier persona o institución, sin necesidad de un aval de alguna autoridad educativa.
- En tal sentido, no deben confundirse con la educación formal, que está destinada a la obtención de títulos (técnicos, tecnológicos, universitarios, entre otros) o la no formal (diplomados, por ejemplo).
- **Entendemos por prácticas culturales** las distintas actividades de producción cultural y artística. Como tal, implica que la persona encuestada haya elaborado, a título personal o grupal, algún tipo de obra artística, independientemente de los materiales o el medio utilizado.
- *EN ESTE CASO NOS REFERIMOS AL HOBBIE O HÁBITO QUE TIENE LA PERSONA, SIN QUE ÉSTE SEA REMUNERADO O QUE SEA CONSIDERADO TRABAJO. SI LA PERSONA DISFRUTA DE TOMAR FOTOGRAFÍAS, POR EJEMPLO, EN LOS PASEOS FAMILIARES, NO SE CONSIDERA EN ESTA CATEGORÍA DADO QUE SE REFIERE A UNA ACTIVIDAD ESPORÁDICA.*

Pregunta No. 3 - ¿Usted usó Internet en los últimos 3 meses? (en cualquier lugar)

<p>¿Usted usó internet en los últimos 3 meses? (en cualquier lugar)</p> <p>Lea las alternativas</p>	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/>	Quando usó internet, ¿lo utilizó para alguna de las siguientes actividades?:		
	a.	Buscar, descargar o escuchar música en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
	b.	Ver televisión o escuchar radio en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
	c.	Buscar, descargar o leer revistas y periódicos en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
	d.	Visitar o acceder a servicios en línea en espacios culturales virtuales (bibliotecas virtuales, museos, galerías)	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
	e.	Buscar, descargar o leer libros en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
	f.	Buscar, descargar o jugar videojuegos en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
	g.	Buscar, descargar o ver películas y/o videos en línea	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	
	No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	Pase a pregunta 4		



Objetivo

Conocer el tipo de consumos culturales hechos por las personas a través de Internet.

Tipo de respuesta: Única en cada ítem.



Pasos a seguir:

- ▶ Leamos la pregunta y esperemos respuesta.
- ▶ Si la persona responde con un No, pasa a la pregunta 4.
- ▶ Si la respuesta es afirmativa pasa a responder las opciones de la a. a la g de la pregunta: Cuando usó internet, ¿lo utilizó para alguna de las siguientes actividades?
- ▶ Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.



Tener en cuenta:

- ▶ Dado que en el DANE se realizan otras investigaciones sobre el uso de Internet, en este caso la primera parte indaga por el uso general (chat, comunicación, educación, y otros). La pregunta de filtro sí busca caracterizar prácticas directas sobre el consumo de bienes y servicios mediante la web.
- ▶ En este caso no importa el medio o dispositivo de acceso: computador portátil, tableta, celular, en un telecentro público o en el computador del cual se dispone en el hogar o en la oficina.

Pregunta No. 4 - ¿Usted desarrolló alguna actividad lúdica o de juego en los últimos 12 meses y con qué frecuencia?

¿Usted desarrolló alguna actividad lúdica o de juego en los últimos 12 meses y con qué frecuencia?	4.	Sí <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/>										
	a. <table style="display: inline-table; border: none; margin-left: 20px;"> <tr> <td style="text-align: center; padding: 0 10px;">Casi todos los días de la semana</td> <td style="text-align: center; padding: 0 10px;">Varias veces a la semana</td> <td style="text-align: center; padding: 0 10px;">Una vez a la semana</td> <td style="text-align: center; padding: 0 10px;">Una vez al mes</td> <td style="text-align: center; padding: 0 10px;">Una vez cada tres meses</td> <td style="text-align: center; padding: 0 10px;">Por lo menos una vez al año</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Casi todos los días de la semana	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Por lo menos una vez al año	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>
Casi todos los días de la semana	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Por lo menos una vez al año							
<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/>							
		No <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> Termina la encuesta										



Objetivo

Conocer si la persona encuestada realizó algún tipo de actividad lúdica o de juego en el periodo señalado y la frecuencia de la misma.

Tipo de respuesta: Única.



Pasos a seguir:

- ▶ Leemos la pregunta y esperamos respuesta.
- ▶ Si la persona responde con un **NO, TERMINA LA ENCUESTA.**
- ▶ Si la persona responde afirmativamente, leemos las opciones de frecuencia.
- ▶ Esperamos la respuesta y marcamos la casilla que corresponde.



Conceptos claves:

- **Las actividades lúdicas o de juego** hacen alusión a las prácticas recreativas practicadas por las personas encuestadas, específicamente aquellas llamadas ‘dinámicas’ o ‘lúdicas’, que implican el ejercicio corporal. Entre estas encontramos juegos como la lleva, los ponchados, las cogidas, la golosa o rayuela, y demás juegos similares.

Pregunta No. 5 – ¿Con quiénes realizó actividades lúdicas o de juego?

¿Con quiénes realizó actividades lúdicas o de juego?: <input type="button" value="Lea las alternativas"/>	a.	Con su familia	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	5. b.	Con los amigos o compañeros de estudio y/o trabajo	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>
	c.	Lo hizo solo(a)	Sí	<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	No	<input type="text" value="2"/>	<input type="text"/>



Objetivo

Conocer con qué personas el encuestado realizó las actividades lúdicas o de juego.



Pasos a seguir:

- ▶ Leamos la pregunta y luego cada una de las opciones.
- ▶ Esperemos en cada caso la respuesta y marquemos la casilla que corresponde.
- ▶ Luego de responder todas las opciones, **TERMINA LA ENCUESTA.**

**Impreso en la Dirección de Difusión, Mercadeo y Cultura Estadística
del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)
Bogotá, D. C. – Colombia – 2014**