CUADERNOS DE NACIÓN

Culturas simultáneas

Lecturas de la Encuesta Nacional de Cultura de Colombia 2002

GERMÁN REY • ÓMAR RINCÓN • EFRAÍM MEDINA • HÉCTOR ABAD FACIOLINCE
RAFAEL GUTIÉRREZ GIRALDO Coordinador

CULTURAS SIMULTÁNEAS

LECTURAS DE LA ENCUESTA NACIONAL DE CULTURA 2002

CULTURAS SIMULTÁNEAS

MINISTERIO DE CULTURA

Ministerio de Cultura
República de Colombia

LECTURAS DE LA ENCUESTA NACIONAL DE CULTURA 2002

GERMAN REY
ÓMAR RINCÓN
EFRAÍM MEDINA
HÉCTOR ABAD FACIOLINCE

Autores

Presidente de la República de Colombia

Alvaro Uribe Vélez

Ministra de Cultura

María Consuelo Araújo Castro

Viceministro de Cultura

Adriana Mejía Hernández

Secretaría General

María Beatriz Canal Acero

CULTURAS SIMULTÁNEAS

LECTURAS DE LA ENCUESTA NACIONAL DE CULTURA 2002 DE COLOMBIA

Director

Luis Armando Soto

Diseño de Cubierta y diagramación páginas interiores

Juan Pablo Torres Agudelo

Agradecimientos

Rafael Gutiérrez Giraldo, Santiago Jara Ramírez y Doris Castellanos

Ministerio de Cultura
Calle 8 nº 8 - 09
Bogotá D.C. Colombia
ISBN 8159-12-1

ENCUESTA NACIONAL DE CULTURA 2002

7 Introducción

9 “Lecturas de la Encuesta Nacional de Cultura, 2002”

17 Las vetas de la Cultura

43 Contrapanfleto o los estragos del mal de ojo

50 Versiones y perversiones de un chimpancé iluminado

57 ENCUESTA NACIONAL DE CULTURA 2002

123 Reseñas de los autores

INTRODUCCIÓN

MINISTERIO DE CULTURA - CENTRO NACIONAL DE CONSULTORÍA

En junio del año 2002, el Ministerio de Cultura convocó a varias instituciones de reconocida trayectoria en el país con el propósito de realizar una encuesta en el contexto nacional que indagara por la percepción de los colombianos sobre la cultura, los hábitos de consumo cultural, las competencias artísticas y culturales en el hogar, los imaginarios de identidad y el conocimiento de los colombianos sobre el Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010 y sobre el Ministerio de Cultura.

Las diferentes investigaciones que se habían realizado hasta el momento en Colombia y en la mayoría de países latinoamericanos, habían estado enfocadas principalmente hacia la oferta cultural, dejando hasta ahora un vacío inmenso con relación a la demanda y a las percepciones e imaginarios culturales de la población.

Lo anterior se explica básicamente por los altos niveles de recursos financieros, humanos y técnicos que se requieren para llevar a cabo este tipo de investigaciones y estudios. Las encuestas a nivel nacional y la elaboración de completas cartografías culturales de los países, requieren cuantiosas inversiones que, por lo general, los presupuestos de los organismos responsables de cultura no alcanzan a suplir.

Pese a estas restricciones, el tema tiene un carácter estratégico y prioritario pues representa la posibilidad de contar con una herramienta de análisis fundamental para las políticas públicas en cultura, tanto para su diseño y ejecución, como para permitir su seguimiento y evaluación. De igual manera, la información se convierte en una base sólida para la toma de decisiones por parte del sector privado beneficiando a los creadores, artistas, investigadores, empresarios de la cultura, así como a la comunidad en general.

Estas preocupaciones se encuentran específicamente consignadas en el "Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010: Hacia una ciudadanía democrática cultural" y en el Documento Conpes "Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010", donde la necesidad de consolidar los diferentes procesos de articulación, actualización y presentación de la información es una de las prioridades de acción para el sector cultural en Colombia en los próximos años.

Para desarrollar este importante proyecto se contó con el apoyo del Centro Nacional de Consultoría, empresa especializada en la realización de estudios de mercado, investigaciones sociales y aplicación de encuestas, quienes prestaron todo su conocimiento y disposición para que el proyecto tuviera las especificaciones técnicas necesarias para cumplir con los objetivos propuestos.

La realización de este tipo de encuestas hace parte de las recomendaciones generales del Proyecto Economía y Cultura, liderado en conjunto por el Ministerio de Cultura de Colombia y el Convenio Andrés Bello y que busca generar procesos de investigación que apunten al diseño y evaluación de las políticas públicas en cultura.

Se espera que este esfuerzo pueda servir como base para ser replicado por otros países de la región y que sirva de manera efectiva, como una herramienta fundamental en la búsqueda del objetivo común de fortalecer al sector y satisfacer las demandas de la población en el campo cultural.

´´LECTURAS DE LA ENCUESTA NACIONAL DE CULTURA 2002``

HÉCTOR ABAD FACIOLINCE

Si tomamos el término "cultura" en su más amplia acepción antropológica, llegamos a una especie de círculo vicioso muy parecido a la tautología: cultura es todo aquello que producen los seres humanos y los seres humanos son esos entes biológicos que producen cultura. Una definición así es muy poco útil para los objetivos de una institución gubernamental (el Ministerio de Cultura) pues en tal caso tal entidad tendría que ocuparse de toda la realidad material y mental producida por los seres humanos dentro de cierto territorio. Cuando la idea de "cultura" es tan abierta que está dispuesta a acoger todo lo que no sea "natura", se llega ineluctablemente a algunos callejones sin salida. Llega un momento en que es ineludible que aquel que toma decisiones de gobierno deba definir qué tipo de manifestaciones culturales apoyará, cuáles combatirá, y cuáles dejará intocadas (o en manos de otras instancias gobernativas).

Obviamente la pavimentación de las calles es un fenómeno cultural, y también el funcionamiento de la banca, el cultivo del maíz, la recolección de la hoja de coca, la extracción y transformación del petróleo en gasolina, la solución de teoremas matemáticos, los reglamentos del tejo, la letra de los vallenatos… Es verosímil, sin embargo, que aunque los anteriores sean fenómenos culturales, el Ministerio de Cultura no siempre se ocupará de ellos y preferirá que de la adecuación de las carreteras se interese el Ministerio de Obras, de la acuñación de moneda el de Hacienda, del cultivo de maíz el de Agricultura, de la coca el de Interior, del petróleo el de Minas, y de los desarrollos matemáticos el de Educación. ¿Cuál es entonces el campo específico de este Ministerio? ¿Debe ocuparse al menos del reglamento del tejo o de

cualquier otro deporte? ¿Y de la letra, el ritmo o la difusión de los vallenatos? Esto es lo que el ministerio deberá definir, y no con base en encuestas, sino mediante una decisión ideológica o una postura filosófica (que podrá variar con el tiempo y las personas). Por muy duro que suene, esta es una decisión que se deja al juicio de unos pocos, y no se somete a consulta popular.

Si no definimos antes qué ámbito de la cultura, o qué tipo de cultura queremos apoyar, no tendrá mucho sentido hacer "encuestas nacionales de cultura" (salvo un interés meramente descriptivo) puesto que no sabríamos qué preguntas hacer, y más aún, toda respuesta, en cuanto humana y por ende cultural, sería pertinente. Será necesario trazar unas fronteras, así sean difusas, y unos intereses delimitados que, aunque no sean rígidos e inmodificables, definirán el concepto de Cultura para el caso específico de un ente gubernamental. Alguien, por ejemplo, podría definir la astronomía como parte de la cultura que le interesa apoyar (y por ende financiaría los planetarios), y pondría a la astrología dentro de esas manifestaciones culturales perniciosas, o de escaso interés, y sólo destinaría partidas para combatirla. Una entrada al gobierno de Mauricio Puerta podría invertir los términos.

Si las encuestas se hacen con el fin de saber cuáles son los "consumos culturales" que prefieren las mayorías, y a su vez, para apoyar democrática y proporcionalmente ese tipo de preferencias populares, podríamos llegar a absurdos como que el Ministerio de Cultura debe dedicar, pongamos por caso, el 46% de sus recursos a apoyar rumbas y bailes, y con seguridad mucha más ayuda a la astrología que a la astronomía. Si la respuesta a las encuestas, entonces, es abierta (como es el caso de algunas de las preguntas planteadas en el documento que se nos ha invitado a analizar), corremos el riesgo de encontrar respuestas muy poco "cultas" en el sentido tradicional del término. Por ejemplo podríamos hallar que espectáculos de dudoso nivel cultural (digamos los reinados de belleza) son algunos de los preferidos por las mayorías. Y si en cambio las respuestas son cerradas, y por lo tanto al menos parcialmente inducidas, podríamos encontrar distorsiones difíciles de corregir. Por ejemplo, si entre las posibles respuestas está el "Festival de la palabra", o el "Día de la pereza" y entre los municipios encuestados están Riosucio o Itagüí, encontraríamos un porcentaje muy alto de la población interesado en estas celebraciones. Si en cambio Itagüí y Riosucio no entran en la muestra, podríamos hallar que pocas en Colombia se interesan por estas dos manifestaciones culturales. Es obvio que si entre las posibles respuestas de una lista están la Feria de las Flores, o el Carnaval de Barranquilla, y entre los encuestados hay barranquilleros y medellinenses, las proporciones de las respuestas a favor de estas

manifestaciones se verán aumentadas. Así mismo, si la encuesta se hace también en Riosucio, pero entre las respuestas posibles no aparece el Carnaval del diablo, también habrá un claro sesgo en los resultados.

En los comentarios a la primera pregunta de la encuesta, el Ministerio celebra que los colombianos no tengan "una visión estrecha de cultura sino por el contrario viva y amplia." Esta complacencia me permite intuir que si yo sugiero, y es lo que pretendo plantear, una visión mucho más restringida del tipo de "cultura" que el Estado debe promover, mi planteamiento será tachado de elitista, estrecho, e incluso decadente y moribundo (en oposición a lo vivo y amplio). No importa. Creo que a los gobernantes, al ser elegidos democraticamente, se les han delegado algunas funciones que no se definirán por mayorías referendarias. No será "el pueblo", mediante voto directo o por medio de encuestas, el que definirá qué es la cultura. Será un pequeño grupo de expertos el llamado a decidir qué tipos de manifestaciones culturales se van a apoyar, y cuáles se van a dejar progresar espontáneamente, sin intervención del gobierno. Cultura puede ser cualquier cosa, pero los gobiernos deciden, según inclinaciones sociales, políticas e ideológicas, qué tipo de manifestaciones culturales serán apoyadas, y en qué proporciones.

La cultura popular deja de ser tal cuando el Estado se inmiscuye. Pasa a ser arte oficial. Una cultura popular dirigida (y apoyar económicamente puede llegar a ser una ingerencia indebida) por el poder central, es decir por la élite política, es una contradicción en los términos. La cultura popular debe poder crecer y desarrollarse "a su aire", espontáneamente, sin intervención estatal. La cultura popular puede ser de masas y multitudinaria, por ejemplo en fenómenos mediáticos como Shakira o Carlos Vives, o regional y marginal, por ejemplo la artesanía del "sombrero vueltíao" o de la "hamaca de lampaza". En el primer caso toda intervención del Estado sobra, y al ser una actividad económicamente poderosa, representaría también una dilapidación de recursos. En el segundo caso (cultura artesanal), el Estado sólo puede intervenir para evitar que conocimientos ancestrales se extingan. Promoverá a los aprendices de una artesanía, sin intervenir ni remotamente en la realización de los productos. Pero ¿quién decidirá cuáles actividades artesanales apoyar? No será el pueblo, ni una encuesta de mayorías, ni un consenso. Lo hará, por decisión propia y responsable, un comité de expertos al que se le delegará esta determinación. Será una decisión subjetiva dictada no por criterios científicos, sino de gusto. Esto es inevitable, porque las verdades sobre la calidad cultural no son de tipo científico, sino humanístico, y por tanto precarias, discutibles y transitorias.

Emborracharse es, sin duda, una actividad cultural (los animales rara vez se emborrachan espontáneamente), pero me inclino a pensar que el Ministerio de Cultura

no intentará apoyar la manifestación cultural de la embriaguez, aunque en una encuesta bien hecha el 79% -es una hipótesis fundada en cálculos personales- de los encuestados dijeran que su actividad cultural preferida los viernes por la noche consiste en tomar cerveza, ron o aguardiente. También eso es cultura, pero el Estado tiene que resolver, sin fijarse en las preferencias estadísticas, cuáles actividades culturales está dispuesto a apoyar. Y salvo algún gobierno muy inclinado a la transgresión carnavalesca, es decir un gobierno inspirado en la anarquía (y habrá que perdonar el oxímoron de gobierno anárquico), destinará sus recursos a la promoción popular de la borrachera. Es cierto que esto se hace durante las campañas políticas, pero perpetuar la costumbre ya en el gobierno, una vez ganadas las elecciones, limita con lo absurdo. No se crea que lo que digo es una mera fantasía irónica: en la cabalgata de la Feria de las Flores, y durante los conciertos del Binomio de Oro, la Fábrica de Licores de Antioquia, entidad oficial, ha repartido gratuitamente bebidas alcohólicas, incluso a los menores de edad. Lo mismo hacían los romanos en sus fiestas populares: *panem et circenses*. Faltaría el vino, o mejor, el aguardiente, que le da gusto al pan (o a la arepa) y hace ver más roja la sangre de los gladiadores (o de los toros).

La segunda pregunta indaga por los tres campos "culturales o artísticos" en los que Colombia es más importante. En la carta de invitación a analizar los datos de la encuesta, se dice que el ánimo del ministerio es "formular políticas culturales más cercanas al sentir de la población". En esta pregunta, el "sentir de la población" indica que para una gran mayoría de conciudadanos Colombia es muy importante en la actividad cultural del deporte. Ahora bien, no cabe duda de que el deporte sea una actividad cultural, tanto su práctica activa como su disfrute pasivo en forma de espectáculo sectorial o de masas. También es indudable que los triunfos de los grandes deportistas son "motivo de orgullo" para la población. Pero ¿bastan estos datos para que la promoción del deporte se convierta en una labor prioritaria del Ministerio de Cultura? Hasta ahora esta labor ha estado adscrita, a través del Coldeportes, al Ministerio de Educación. Mientras esto siga siendo así, la cartera de Cultura no debe dedicar sus recursos a actividades que ya están cubiertas (con políticas y presupuestos) por otras partes del ejecutivo. Asumir la dirección del deporte, con los cuantiosos intereses económicos, publicitarios, de poder, etc., que tiene esta actividad, en especial en el campo profesional, creo que significaría un gran desgaste de tiempo y de prestigio para un ministerio así reformado.

Da la impresión, por los comentarios que se hacen a la segunda y a la tercera pregunta, que el ministerio quiere justificar las cuantías de sus aportes a ciertas actividades culturales, y los cambios de políticas que al respecto se han dado en los últimos años. Al señalar que la poesía [P2] está en el último renglón (entre los incluidos)

de aquello que para los colombianos de la encuesta son logros culturales importantes, o al subrayar que los museos son menos visitados que las presentaciones de danza y las fiestas populares, se está afirmando tácitamente que el Ministerio hace bien en restarles recursos a los museos, a las casas o a los festivales de poesía, o a las revistas literarias, puesto que ese dinero se empleará mejor en fiestas populares "más cercanas al sentir de la población." Sin embargo, por el hecho de que la gente asista más masivamente a los espectáculos deportivos o a las parrandas vallenatas que a los conciertos sinfónicos, los museos de arte precolombino o las bibliotecas públicas, el ministerio no debe concluir que es lo más popular, en términos numéricos, lo que con mayores recursos se debe apoyar. De nuevo, este tipo de razonamiento, por el que se siguen pasivamente los resultados de encuestas, podría llevar a apoyar antes las borracheras que la lectura. Si a los jóvenes de un colegio se les propusiera una encuesta en las que se les preguntara qué prefieren, si una clase de matemáticas diaria, o la supresión de varias horas de aritmética, para ser reemplazadas por horas de recreo, es muy probable que la encuesta la ganaran los partidarios del recreo. En casos como éste no tiene sentido seguir democráticamente las inclinaciones mayoritarias.

Salir a caminar por una acera, o por un parque, o a pedalear en una ciclovía, son sin duda actividades culturales. Pero, una vez más, no ha sido hasta ahora el desarrollo o la adecuación del espacio público una labor prioritaria del Ministerio de Cultura. Este puede, sí, insistir y concertar con el Ministerio de Obras, políticas para incentivar la importancia cultural de estos espacios, y por ende su ampliación. Pero ni las vías ni los Parques Nacionales, hasta ahora, han estado adscritos al Ministerio de Cultura, y habría que recibir con mucha cautela la ampliación de funciones hacia este tipo de actividades, si el presupuesto no se adiciona proporcionalmente. Algo análogo puede decirse de los periódicos, la radio y la televisión (Ministerio de Comunicaciones). La lectura de libros supera la rumba y la asistencia a espectáculos deportivos en la Pregunta 3. Aun si fuera al revés, las prioridades no se deberían invertir.

Algunas preguntas de la encuesta son, en mi opinión, intrascendentes. Voy a exagerar, para hacerme entender. Imaginemos una encuesta en la que se pregunta a los colombianos: ¿Usted considera que la ley de la gravitación universal y la teoría general de la relatividad son hoy más o menos importantes que hace cinco años? ¿Piensa que deberían impulsarse o derogarse estas leyes? A toda pregunta insulsa, lo único que se obtienen son respuestas inútiles, con las que no podemos hacer nada. Si el 98% de los colombianos piensa que la cultura está reservada para una minoría, o si lo considera el 4%, esta opinión no cambiará un ápice la realidad,

así como la ley de conservación de la energía no podrá derogarse aunque un referéndum así lo recomiende. Las preguntas 12 y 13 son de este tipo. El 99% de los encuestados piensa que la cultura es importante para la educación de los niños, y el 92% considera que la cultura contribuye a la paz. ¿Y qué? Es difícil saber si la cultura (término genérico, no precisado, ¿de qué cultura se habla en ese momento?) contribuye a la paz; de hecho el apoyo a la guerra es también una actitud cultural, con lo cual la cultura contribuye también a la guerra. Supongamos que se refieren a las manifestaciones culturales más destacadas por la mayoría de los encuestados: el deporte y la música. En el mundial de fútbol de Estados Unidos el deporte preferido por los colombianos llevó a una situación no propiamente de paz: el asesinato de Andrés Escobar. Tampoco es necesario recordar lo que pasa últimamente en los estadios, diga lo que diga la encuesta. Y los judíos eran gasificados en los campos al mismo tiempo que los verdugos oían música de Wagner como fondo. Y aunque el 99% de los encuestados consideraran que la cultura no es un aspecto importante en la educación de los niños, los niños, irremediablemente, están sumergidos en una cultura que los permea. Este tipo de preguntas y de respuestas no sirven para nada. ¿Usted considera que el próximo año habrá un eclipse de luna? ¿Sí? ¿No? ¿No sabe? Salvo que usted sea astrónomo, no me interesa su respuesta.

Las preguntas 14 y 15 averiguan algo. Que el 76% de los encuestados no tiene acceso a Internet. Y que la mayoría de quienes sí tienen acceso, lo usan para escribir correos electrónicos o para investigar. Ahora, ¿qué puede hacer el Ministerio de Cultura con estos datos? Promover el acceso a Internet, quizá, o divulgar sus proyectos a través de la red. En fin, para tomar estas decisiones tal vez no era necesario hacer la encuesta.

El 94.3% de los colombianos consideran que las asociaciones de artistas tienen un papel muy útil [P16] e intervienen en el desarrollo de la cultura. Quizás sea así, y el 94.3% de los colombianos tengan razón, pero estoy seguro de que la mayoría de los ciudadanos ni siquiera conocen una sola asociación nacional de artistas. Yo, por lo menos, no conozco ninguna. Los encuestados consideran que la radio es el factor más útil para la cultura. Es una opinión. Es incluso una opinión mayoritaria. Pero dice muy poco, sirve de poco. Indica solamente que el 94,3% de los encuestados, probablemente, oye radio, cosa que ya sabíamos por la pregunta 3. ¿Qué es lo más útil para la difusión de la cultura? Lo que yo pienso es que de nada sirve hacer una pregunta cuya respuesta no la conoce nadie, ni siquiera los expertos. Es como preguntarle al pueblo, ¿Cuál es el mejor medicamento para aliviar el SIDA? Cosa en la que no están completamente de acuerdo ni los médicos.

De acuerdo con la [P17] el Reinado nacional de Belleza, el Carnaval de Barranquilla, el Festival Vallenato y la Feria de Cali son las fiestas populares más conocidas en Colombia. La mayoría de los encuestados, 90%, tienen una imagen positiva de estas ferias. ¿Debería el Ministerio actuar en consecuencia con la encuesta y apoyar por igual los toros de Cali y Manizales que el Festival de cine? ¿O darle el triple de recursos al Reinado Nacional de Belleza que al Festival del Mono Núñez? La encuesta no puede ser un índice para repartir proporcionalmente los recursos. Si en el Ministerio coinciden funcionarios frívolos, probablemente el Reinado se llevará la mejor parte; si terminan nombrados allí funcionarios que aman a los animales, es posible que a la Feria de Manizales no se le dé nada, y si el ministro ama el teatro, la ópera o el vallenato, sus preferencias y apoyos irán por ese rumbo.

Diomedes Díaz [P19] es cuatro veces más admirado por los encuestados que Rafael Pombo. La encuesta, si es de tipo servil y demagógico (apoyar políticas culturales "más cercanas al sentir de la población"), ensalzará la imagen del ídolo vallenato prófugo de la justicia colombiana. Si, en cambio, pretende promover un tipo de cultura no demagógica ni servil, intentará subsanar la triste ignorancia manifestada por la inmensa mayoría de la población que ni siquiera parece conocer al poeta bogotano. Se dirá que la encuesta pretende ser puramente descriptiva y prescinde de todo juicio de valor y más aún de cualquier consideración ética o moral. Si llegamos allí, quiere decir que entonces la encuesta refrenda la idea del relativismo cultural extremo: toda manifestación cultural es igualmente válida y respetable. Esta posición es defendida por algunos intelectuales. Para mí es una afirmación que fácilmente se reduce al absurdo. También el nazismo fue una manifestación cultural apoyada por las mayorías; y no es tan válido y respetable como el movimiento pacifista y nacionalista de Gandhi, o como los principios democráticos defendidos por Lincoln. Tanto el homicidio como la caridad son manifestaciones culturales; creo que las dos prácticas no son igualmente respetables.

La encuesta [P29] clasifica, sorprendentemente, la biodiversidad colombiana como un "patrimonio cultural". Si hay algún patrimonio obviamente natural, y no cultural, es este. Aunque la in-cultura pueda destruir la biodiversidad, o la cultura ayude a apreciarla o preservarla, la biodiversidad, en sí, como las esmeraldas en bruto o las mariposas libres, son un recurso natural, no cultural, aunque susceptible de ser explotado culturalmente.

Además de la encuesta, el Ministerio nos ha remitido el análisis que de la misma hace el especialista en medios Germán Rey, destacado y agudo defensor del lector del periódico El Tiempo. Para no dejarme influenciar ni tener ningún prejuicio durante la redacción de mi concepto, dejé para el final la lectura de este documento.

Cuando Rey escribe, sus apreciaciones son casi siempre claras y en el caso, por ejemplo, de la música popular, resultan también esclarecedoras. Gracias a su comentario, comparto su apreciación de que la Encuesta hace concluir que Colombia es un país para el que la música y el baile son elementos centrales de su cultura. Cuando, en cambio, Rey les cede la palabra a otros autores, para apoyarse en ellos con argumentos de autoridad, o para adornar con jerga posmoderna su prosa más limpia, las citas resultan casi siempre de una pasmosa oscuridad. Veamos una sola, como ejemplo: "Vila aporta el concepto de "trama argumental" de la narrativa, insistiendo, de forma por lo demás muy interesante, en "que es la narrativa la que construye la identidad del personaje al construir el argumento de la historia". De esa manera, dice, "la trama argumental de la narrativa es la responsable del establecimiento concreto de las diferentes alianzas que erigimos entre nuestras diversas e imaginarias identidades narrativizadas y las imaginarias identidades esenciales que diferentes prácticas musicales materializan". Pese a que hace más de 30 años salí del analfabetismo y buena parte de mi vida la he dedicado a leer, declaro que, después de un buen cuarto hora de esfuerzo de comprensión con esa cita, no pude entender en absoluto lo que se quiere decir allí. Sugiero que en la próxima encuesta de cultura se les pregunte a los colombianos si entienden ese mismo párrafo, y si la mayoría contesta afirmativamente, se nos declare una nación culturalmente superdotada. Y yo estaré dispuesto a matricularme nuevamente en una escuela de alfabetización.

LAS VETAS DE LA CULTURA

UNA LECTURA DE LA ENCUESTA NACIONAL DE LA CULTURA DE COLOMBIA (2002)

GERMÁN REY

George Steiner recuerda que "el lector habita en lo provisional". Ya los propios datos de una encuesta son insinuaciones, resultados frágiles, en los que están involucrados las selecciones intencionadas de su diseño, el significado azaroso de las percepciones de los entrevistados e inclusive, las motivaciones desconocidas que orientan sus respuestas.

Una encuesta es un bosquejo muy preliminar, que sin embargo permite rastrear algunas tendencias, encontrar relaciones que a primera vista no son nada evidentes. La propia aplicación de un instrumento cuantitativo a la cultura, generó reacciones encontradas entre algunos de los primeros comentaristas que estimaron como un sacrilegio, el que se acudiera a metodologías similares a las que se utilizan para conocer las opiniones o auscultar los mercados.

Países como México tienen datos de su consumo cultural recogidos durante años, que les permiten estudiar evoluciones, detectar cambios, establecer relaciones con la producción cultural, la creatividad o la vida urbana.

Sin embargo, con la encuesta no se trataba de reconstruir "el mapa" de la cultura, sino de tener, algo aún más sugerente, y probablemente más estimulante: un conjunto de indicios, los pedazos de un puzzle.

Lo interesante fueron las reglas de juego para armar el puzzle, que por una parte proporcionaron los propios entrevistados y por otra, los diseñadores de la encuesta. Los primeros tuvieron la oportunidad de expresar desde el comienzo su percepción general de la cultura, invitados a establecer una relación que produjo algunas asociaciones sorprendentes.

Se trata de una exploración de percepciones, que deberían ser cotejadas con datos de producción, circulación y consumo cultural, que infortunadamente no suelen estar oportunamente sistematizados.

Pero el diseño del instrumento también propuso unas reglas de partida que influyen en la lectura de los datos. A diferencia de la encuesta francesa, con la que se comparten algunas preguntas básicas, el estudio colombiano promovió una serie de modificaciones: mas allá de la diferencia entre cultura activa y cultura pasiva (una distinción bastante artificial), se propuso explorar el consumo cultural dentro de un rango que contemplara desde las manifestaciones de la denominada cultura "culta" hasta las masivas y las populares. Se incluyeron ejemplos del patrimonio tangible e intangible y se determinaron ítems alternativos que permitieran observar algo de las relaciones entre cultura e identidad, cultura y memoria. También se propusieron preguntas para mirar actitudes frente a lo extranjero y dimensiones de lo que podríamos llamar "competencia cultural", un concepto diferente al de aptitudes artísticas utilizado por los franceses.

Los lugares en donde se vive la actividad cultural fue también otro tema que se exploró en la encuesta, así como las primeras influencias recibidas en la familia. Todo este panorama es el dibujo impreciso y titubeante de algo que como la cultura, es un paisaje diverso y complejo, en ocasiones difuso y siempre conmovedoramente evocador. La cultura, como escribió Clifford Geertz, es un documento público, borroso, lleno de elipsis, que necesita ser descifrado. Un documento escrito no con "las grafías convencionales sino con comportamientos volátiles".

EL PAÍS DE LAS MÚSICAS

Colombia es un país musical. Lo es por la variedad de sus músicas, su relación con procesos sociales, la articulación que estas lograron desde temprano con la radio, la identificación con lo local en una nación fuertemente centralizada y su vinculación con la industria fonográfica y otras tecnologías intermediales.
Este acento musical de la cultura es uno de los datos más fuertes y consistentes de la Encuesta Nacional de la Cultura. Mientras escuchar música es la tercera actividad que la gente recuerda espontáneamente cuando se le pide pensar en la cultura, es la primera actividad dentro del listado del consumo cultural.

CUADRO 1. ACTIVIDADES CULTURALES EN LAS QUE PARTICIPAN LOS COLOMBIANOS(112; 216)
CUADRO 2. ESCUCHAR MÚSICA POR EDADES, NIVEL EDUCATIVO, ESTRATO SOCIAL Y SEXO (117; 221).

Pero también, la música es el segundo campo cultural en el que la gente cree que Colombia es más importante. Los jóvenes entre 12 y 24 años, la colocan en el primer lugar, muy seguramente porque son ellos los que se perfilan como el grupo generacional más próximo a la música: aman el baile, le conceden al rock una importancia que no aparece en ningún otro rango de edad y señalan a Shakira y Carlos Vives como los dos personajes más importantes de la cultura y el arte colombianos.

Una manifestación musical -el vallenato- es la expresión de la cultura que hace sentir mas colombiana a la gente, mientras que otra, completamente diferente, -el bambuco- es la tercera, aunque con una diferencia sustancial en puntaje y en recepción generacional. El vallenato aparece fortalecido en todas las edades y clases sociales, mientras que el bambuco claramente forma parte de las preferencias culturales de las personas de más edad, una situación que puede estar variando con la apropiación, por parte de grupos musicales de jóvenes, de los aires andinos, resignificados ya sea por la transformación de su conformación instrumental o por las oportunidades de fusión. Una experiencia que ya había vivido el vallenato y que además de favorecer su recepción juvenil, lo introdujo agresivamente en los circuitos comerciales nacionales y en los flujos culturales globales.

Después del escritor Gabriel García Márquez, los dos principales personajes para los colombianos son Shakira y Carlos Vives, seguidos relativamente cerca por Juanes, Diomedes Díaz y Darío Gómez. Los tres primeros ubicados en los circuitos internacionales de la música, en géneros diferentes, pero con evidentes resonancias culturales colombianas, sometidas a operaciones de fusión y mezcla. Los dos últimos, con un arraigo popular interno muy significativo en dos formas expresivas diferentes, el vallenato, el primero y la música del "despecho", el segundo. Diomedes Díaz, más representativo de lo costeño aunque con gran receptividad en otras regiones del país, Darío Gómez, andino, que combina en su música el bolero con la ranchera, la música de carrilera con la melancolía del tango. Los dos, sin embargo, semejantes en sus relatos de los amores y la vida corriente, de los desengaños y las costumbres populares.

CUADRO 3. LOS DIEZ PERSONAJES ARTÍSTICOS O CULTURALES MÁS IMPORTANTES (189)

Los cantos están ligados a la memoria de la infancia (en tercer lugar) y la música es lo que los colombianos y colombianas desearían transmitir a sus hijos. Los cantos son, como los juegos o los cuentos, formas del arte tradicional, y sobre todo

expresiones culturales de una solidaridad básica y familiar. En cambio, la reproducción cultural está mas influida por las experiencias mediatizadas de la música y los reajustes de las afinidades culturales vinculadas con lo familiar, que también han hecho su transición, de las relaciones cohesionadas por lo tradicional a los vínculos establecidos alrededor de los medios de comunicación y las tecnologías.

La música es, en efecto, la primera manifestación cultural que se desearía transmitir a los hijos (40.6), seguida por la lectura, con la que tiene un margen de diferencia considerable (28.2) y las creencias religiosas.

CUADRO 4. MANIFESTACIONES CULTURALES QUE NOS GUSTARÍA TRANSMITIR A NUESTROS HIJOS POR EDAD Y ESTRATO (200)

CUADRO 5 MANIFESTACIONES CULTURALES QUE NOS GUSTARÍA TRANSMITIR A NUESTROS HIJOS POR NIVEL Y SEXO (304).

Unos cambios profundos se están dando en la caracterización cultural del colombiano, puesto que en el módulo de lectura de la Encuesta Nacional de Hogares (2001) se descubre un tránsito lento pero sugerente de la lectura educativa a la lectura por entretenimiento o por placer y en la Encuesta Nacional de Cultura 2002, la música toma la vanguardia de la herencia cultural, cuando posiblemente en años anteriores la lectura cumplía el papel de afirmar el ingreso, fundamental y necesario para las nuevas generaciones, al mundo de los alfabetizados.

Si la lectura se relacionaba con la escritura y las dos con la instrucción y el trabajo, la música, por su enorme potencia intermedial, no sólo se sumerge en los variados territorios de las sonoridades, sino en los igualmente complejos de las nuevas sensibilidades, estéticas y usos tecnológicos. Los desafíos cognitivos y valorativos contemporáneos están mucho más cerca de lo que es y representa la música, que de la lectura como centro de los requerimientos ilustrados.

En "Políticas de multiculturalidad y desubicaciones de lo popular", Jesús Martín-Barbero y Ana Maria Ochoa Gautier (2001) muestran las múltiples derivaciones y conexiones de lo musical.

"Por la industria discográfica –escriben- pasan algunas de las hibridaciones contemporáneas más significativas, no sólo por la manera como se redefine lo local al ingresar al mercado transnacional, sino por dos características de lo musical que lo hacen tremendamente maleable al deseo y a su imbricación con la producción y el consumo cultural: su anclaje en el cuerpo y su facilidad de ser adaptada para diferentes tipos de mediación. Desde lo musical se pueden involucrar simultáneamente varias

esferas perceptivas y cognitivas del sujeto a través de la manipulación de la multiplicidad de los elementos sonoros que la constituyen (ritmo, armonía, timbre, vibraciones de ultrasonidos, volumen). Además es in duda, el más intermedial de todos los lenguajes (Burnett, 1966); de la relación cara a cara a la manipulación electrónica del DJ y al tiempo de los videoclips, la música traspasa las fronteras de los medios y reconstituye la relación entre deseo y cuerpo, convirtiéndose así en un terreno tremendamente abonado para trasladar los viejos relatos de la autenticidad y la memoria, que allí se carga, a los nuevos espacios de la cultura globalizada" (En: Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización, Daniel Mato (compilador), Caracas: CLACSO, 2001, página 117). Este predominio musical en el panorama de la cultura colombiana, reúne varias tendencias generales que traspasan su especificidad y se tornan dimensiones muy centrales de lo cultural.

La primera es la inserción de una manifestación cultural en las transformaciones económicas, tecnológicas y sociales que ha traído la industrialización de la cultura, su encuentro con el mercado, la mundialización y las repercusiones de la tecnología.

La música, que siempre tuvo una destacada presencia regional, empieza a circular aún mas a partir de su difusión en la radio y su industrialización, a través de las empresas discográficas y del espectáculo.

La música, el humor, la información y los deportes fueron géneros fundamentales de la radio desde su aparición en los años 30. El reconocimiento de la diversidad cultural encuentra en la radio un medio singular, reforzado además por las oportunidades que su aparición le abrió a los analfabetos, que hasta entonces habían sido excluidos de las expresiones culturales soportadas en las competencias de lectoescritura.

El porro interpretado por las orquestas de Lucho Bermúdez o de Pacho Galán, Montecristo, los Chaparrines o la Escuelita de doña Rita, las noticias y la transmisión de la Vuelta a Colombia desde 1952, fueron decisivos para el reconocimiento, o por lo menos, para la circulación social de las regiones. Significativamente solo la música y el deporte aparecen, después de los años, como las manifestaciones culturales más reconocidas, posiblemente porque fueron las mas activas en conectarse con las lógicas mediáticas y comerciales, sin abandonar sus propias condiciones culturales, sino por el contrario, introduciéndose creativamente en las nuevas realidades y las nuevas audiencias, públicos y modos de consumo cultural.

El humor, poco destacado en los resultados de la encuesta, ha tenido una evolución menos acendrada que la música o los deportes. Una muestra de ello es el lento desarrollo de la comedia televisiva nacional, que se resume en tres o cuatro hitos realmente significativos y la ausencia de grandes personajes cómicos como, los que por el contrario, si ha tenido un país como México.

El desarrollo de la industria del disco y su comprobada intermedialidad han sido fundamentales en el predominio musical en la cultura. Evolución que va desde la conformación de una industria fonográfica propia, la generación de circuitos de espectáculos y la relación con la televisión (musicales, publicidad, videoclips y telenovelas) hasta la agresiva presencia de las *majors*, la internacionalización de músicas y cantantes, su reconocimiento en los contextos internacionales, la sofisticación de la producción musical y la transformación de los sistemas de distribución y circulación de sus productos.

La conexión entre lo local y lo global es otra característica que ha contribuido al predominio cultural de la música. Ana Maria Ochoa analiza el caso de la presencia de Totó la Monposina y Carlos Vives dentro de las denominadas "músicas del mundo", planteando que "en el proceso de pasar de lo regional a lo transnacional, cada una de estas músicas es mediada de forma diferente, tanto por el modo de acceso del artista al gran mercado de la industria, como por los imaginarios por medio de los cuales se vende el producto al consumidor".[1]

Estas transformaciones de la estética musical no sólo cruzan los modos en que lo local se globaliza, sino además los modos en que lo global se localiza (Jesús Martín- Barbero y Ana María Ochoa, 2001) Este ir y venir entre lo local y lo global, lo han vivido ciertas músicas y algunos músicos; el vallenato que ya era popular regionalmente se internacionaliza, de la mano de grupos como el Binomio de Oro en Venezuela, de las telenovelas, de Blas Piña en Monterrey (México) o de Carlos Vives en el mercado latino de los Estados Unidos.

El fenómeno del vallenato reúne así, por una parte, un proceso de afirmación cultural del Caribe que va siendo progresivamente un elemento de la identidad nacional y, por otra, una música que al industrializarse y fusionarse, entra al repertorio y los circuitos internacionales. Pero así como se globaliza, retorna al país, para diseminarse aún más, en medio obviamente, de las discusiones sobre su autenticidad y las posibles "distorsiones" impuestas por los mercados internacionales.

[1] Jesús Martín-Barbero y Fabio López de la Roche, *El multiculturalismo en la globalización de las músicas regionales*, En: Cultura, medios y sociedad, CES-Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 1998, p. 102.

CUADRO 6. EL VALLENATO. Comparación por edades, nivel educativo y sexo

Otras dos relaciones se deben destacar en la fuerza de la música en Colombia: su asociación con la telenovela (Martín-Barbero y Ochoa, 2001, Rey, 2001) y con las fiestas. Lo regional, el humor, la música y lo grotesco, han formado parte del desarrollo del melodrama colombiano a partir de los 80 (Martín-Barbero, 1998; Martín-Barbero y Rey, 1999; Rey, 2001, 2002). En las obras de Marta Bossio, la música correspondía a un fuerte matiz regional, ya sea a través de la ranchera en *"Pero sigo siendo el rey"* o de la música de la Costa Caribe en *"Gallito Ramírez"* y *"San Tropel"*. Sin embargo, es a comienzos de los 80, cuando se consolida una línea muy importante de telenovela centrada en lo musical, con obras como *"Quieta Margarita"*, *"Música Maestro"* y especialmente con *"Escalona"*, protagonizada por el propio Carlos Vives. Son telenovelas en que la música incide en la trama argumental, el diseño de los personajes y el transcurso dramático de la historia. *"Perro Amor"* y *"Por qué diablos"*, novelas mucho más urbanas de los 90, asumen la música, aunque ya sin las connotaciones regionales ni la centralidad dramatúrgica del anterior melodrama, aunque sí como expresión cultural y presencia narrativa de la ciudad.

Las fiestas no son desplazadas ni por la mediatización ni por la elitización de la cultura, así sean los más jóvenes los que las califiquen mas bajo dentro del promedio. Es significativo que dentro del listado de ferias y fiestas que recibieron los encuestados, los jóvenes hayan calificado con la apreciación mas baja a la Semana Santa de Popayán, lo que coincide con el tipo de presencia religiosa que se espera en una sociedad que se ha secularizado.

En cambio las fiestas y ferias están ubicadas en el quinto lugar (entre quince opciones) de las manifestaciones culturales que hacen sentir mas colombiana a la gente, confirmando una tendencia general del estudio: la mezcla que hacen los colombianos entre cultura masiva, cultura culta y culturas populares y la relativa importancia que, frente a ciertos temas, se le da a las manifestaciones del patrimonio intangible.

CUADRO 7. FIESTAS Y CARNAVALES EN COLOMBIA por edades, nivel educativo, estrato social y sexo (172-276).

CUERPO Y CULTURA

Sin duda el predominio cultural de la música está relacionado con la corporeidad, las emociones y el afecto, sin que ello de ningún modo excluya sus implicaciones cognitivas. Lo que se debe evitar es precisamente la simple asimilación o reducción de la cultura a lo sensible, como oposición a la razón o al conocimiento.

Uno de los datos más sorprendentes de la encuesta es la aparición de la danza como la primera actividad a la que espontáneamente acuden los colombianos y colombianas al pensar en la cultura.

Los datos confirman la diferencia entre la danza y el baile, en las apreciaciones de los encuestados. Para los jóvenes entre 12 y 17 años bailar es la primera actividad cultural.

CUADRO 8. DANZAR por edades, nivel educativo, estrato social y sexo(108; 212)

CUADRO 9. BAILAR por edades, nivel educativo, estrato social y sexo (108,212).

Los deportes son el primer campo en que los encuestados creen que Colombia es más importante, y la segunda actividad que dicen practicar. El fútbol, por su parte, es la segunda manifestación cultural que hace sentir más colombiana a la gente.

CUADRO 10. PRÁCTICA DE DEPORTE por edades, nivel educativo, estrato social y sexo.

Tanto en el caso de la danza como en el de los deportes hay una combinación de cultura activa y cultura pasiva. De esa manera, ambos pueden ser prácticas referidas a los propios comportamientos, o algo que se observa y se disfruta.

Así, dentro del panorama de las respuestas a la encuesta, el cuerpo es danza, baile, juego, deporte y fiesta.

En tanto danza, el cuerpo es visto y admirado por su ritmo, el movimiento, su expresividad, es, probablemente, la manifestación artística más asociada al cuerpo y a sus posibilidades expresivas.

Al ser baile, el cuerpo es sentir y encuentro, experiencia emocional, motivo de identificación generacional. En la encuesta el baile es práctica y disposición personal. Transformado en juego, el cuerpo es memoria, vínculo afectivo con la infancia, sentido de las normas o de la espontaneidad sin objetivos. El juego es la base de la cultura, señaló Huitzinga y en la actividad lúdica infantil hay una pérdida del vínculo entre los medios y los fines, una reducción de las consecuencias que pueden derivarse de los errores que cometemos y una proyección del mundo interior (Bruner: 1984).

Al ser deporte, el cuerpo es competencia, destrezas, disciplina o elemento de cohesión social.

El cuerpo en la fiesta, es desde exaltación de la belleza y comparación regional (Reinado de Cartagena) hasta desinhibición, mimetismo o ironía carnestoléndica (Carnaval de Barranquilla).

" En los carnavales de Barranquilla –escribe Mirta Buelvas en Carnaval Caribe- el humor es la risa del pueblo en forma de parodia, de profanaciones, de inversiones y degradaciones; pero también es una fiesta folclórica tradicional, en que los valores culturales, y muy particularmente los de las danzas y la música encuentran la mejor pasarela para mostrarse.... Es una fiesta muy cercana a lo terrenal, a lo corporal y a esos sentimientos primigenios del hombre, en que las necesidades naturales adquieren un carácter esencial. Durante los cuatro días de carnaval, olvidan cualquier asunto que no corresponda a admitir que la satisfacción del cuerpo es una ley universal. Por ello el menos avezado en las lides del carnaval sabe que es imposible vivir solo, en la abstracción, olvidando las bases naturales, terrenales y corporales del mundo".[2]

La distancia entre la danza y el baile solo se sobrepasa cuando se trata de jóvenes, para quienes es más importante lo segundo que lo primero.
En cambio, el juego aparece como la principal manifestación que se recuerda de la infancia, muy por encima de los cuentos y de los cantos, que ocupan el segundo y el tercer lugar en las prioridades de la memoria.
En *La escuela: risa y libertad*, Claudio Magris escribe que:

"El verdadero juego es ligero, pero también apasionado y por consiguiente serio; es raro, en la vida, que uno se entregue luego a otras actividades con el mismo ímpetu con que se lanzaba a los juegos de la infancia. El juego -el que aún no ha sido pervertido por el mortal y aburrido fanatismo competitivo que arruina todo placer para conseguir un récord estulto- es libertad, ironía, conciencia de las ficciones de las que está hecha la vida y participación intensa pero desenfadada en su carrusel" [3]

LA FUERZA DE LOS MEDIOS O LA MEDIATIZACIÓN DE LA CULTURA

La relación entre medios de comunicación y cultura se puede percibir en la encuesta de varios modos, ya sea por la relevancia de los medios como mediadores culturales o como lugares de visibilidad de otras expresiones culturales.

[2] Diego Samper Ospina y Mirta Buelvas Aldana, *El carnaval de Barranquilla*, En: Carnaval Caribe, Andes Editores, Diego Samper Editores, Bogotá, 1994, pp.186 y 187.
[3] Claudio Magris, *Utopía y desencanto. Historias, esperanzas e ilusiones de la modernidad*, Anagrama, Barcelona, 2001, p. 312.

En el primer caso, los propios medios se convierten en dispositivos culturales que dan lugar a rutinas, prácticas de consumo, relaciones con la tecnología, formatos o narrativas particulares. Si la televisión se desenvuelve a través de la instantaneidad, la fragmentación y las mezclas audiovisuales, la radio restituye la conversación y la interacción más cálida con sus audiencias, mientras que la prensa combina conocimientos, información y entretenimiento.

En el primer caso, los medios son claramente las actividades más destacadas del consumo cultural de los colombianos. Después de escuchar música se encuentran, el ver televisión, escuchar radio y leer periódicos. Mientras la escucha de música desciende con la edad, ver televisión se mantiene como una actividad constante, cualquiera que sea la edad de sus receptores y la escucha de radio decrece, aunque levemente. La lectura de periódicos es sobre todo una actividad de los adultos, menos que de jóvenes.

La segunda presencia de los medios es la "mediatización" de la cultura, que une a la vez, la exposición de otras expresiones culturales en la televisión, la radio, la prensa o Internet, pero que también significa el encuentro –muy fuerte y conflictivo-, entre los relatos del arte y las lógicas expresivas y comerciales de los medios.

Aquellas manifestaciones culturales que han encontrado formas de articulación con los medios, han obtenido mayores grados de visibilidad, desarrollos industriales importantes, expansión significativa de sus públicos y procesos nuevos de consumo y resignificación. La música, es quizás, el mejor ejemplo aunque también existen otras combinaciones, como el cine y el teatro en video y televisión, la unión de artes plásticas y diseño en periódicos y revistas, los montajes de danza u ópera en video, cine y televisión o la transmisión de festivales y fiestas por los canales de televisión.

Cada uno de estos encuentros da lugar a reglas diferentes de combinación y a procesos de producción en que la hibridación significa replanteamientos de las maneras tradicionales de crear, hacer visible o establecer las relaciones con el público. Las comprensiones de estos encuentros, son por supuesto muy variadas y obedecen a diferentes enfoques de la cultura. Hay quienes insisten en la estandarización a que son sometidas las manifestaciones culturales, por su ubicación en los medios y sobre todo, por su inserción en los procedimientos de lo masivo, lo comercial o lo tecnológico.

Hay por el contrario quienes piensan, que estos encuentros dan lugar a posibilidades de innovación y experimentación y sobre todo a un mayor

acercamiento de manifestaciones culturales de élite a las oportunidades de una mayor exposición y una circulación masiva.

La mediatización de la cultura significa, además de lo anterior, una relativa diversificación de la oferta cultural, la generación de nichos de mercado y segmentos de público, la transformación de los consumos culturales de los jóvenes, asociados, por ejemplo, a las transformaciones tecnológicas, la profesionalización de la actividad cultural y la aparición de nuevos oficios y prácticas.

Pero también puede significar el relegamiento de ciertas manifestaciones culturales que no son precisamente las que más interesan a los productores o a los ratings, el énfasis en solo aquellos aspectos de las artes que son comercializables para públicos mayoritarios, el olvido de expresiones minoritarias, o el acotamiento de complejidades para que puedan pasar por ciertos canales de distribución.

La pregunta no es sólo que hacen los medios con la cultura, sino que pasa en las interacciones de la gente con estas mezclas, cómo los públicos sintonizan con ellas y se las apropian.

La mediatización no puede hacer olvidar la gran cantidad de procesos culturales que no pasan por los medios, la afirmación de las identidades locales frente a los modelos globales estandarizados, las cohesiones que estos procesos producen en las comunidades, posiblemente en menor escala pero en mayor intensidad, así como el valor social de la interculturalidad.

Mientras que en el consumo de medios las diferencias entre clases sociales no son tan altas y se han logrado importantes niveles de democratización el acceso, las brechas se acentúan en la asistencia a conciertos o cine, la visita de exposiciones y centros históricos, el teatro y el uso de Internet.

Los hombres escuchan más música, ven más televisión, disfrutan más del espacio público, leen más periódicos, asisten más a espectáculos deportivos, bailan más, participan más en fiestas populares, alquilan más videos, asisten más a conciertos que las mujeres. También van más a cine, a exposiciones, centros históricos, monumentos y museos. Navegan más que las mujeres en Internet.
En cambio las mujeres leen mas libros y revistas, van a más presentaciones de danza y escuchan más poesía.

El baile crece con el nivel educativo, mientras que el alquiler de videos, el teatro, los conciertos, el cine y la visita de sitios arqueológicos, son los que tienen índices más bajos en las personas que solo tienen estudios de primaria.

CUADRO 11. ASISTENCIA A CINE (120)
CUADRO 12. ASISTENCIA A BIBLIOTECAS(125)

CUADRO 13. ALQUILER DE VIDEOS(124)
CUADRO 14. USO DE INTERNET(126)

La asistencia a bibliotecas desciende vertiginosamente con la edad, igual que el alquiler de videos y la asistencia a cine. De esa manera, las mayores diferencias generacionales en materia de consumo cultural (comparando el consumo entre los mas jóvenes y los mas viejos) se encuentran en la asistencia a bibliotecas, el cine, el video y la utilización de Internet. Los jóvenes señalan que usan el Internet especialmente para conversar con sus amigos. La asistencia a bibliotecas tiene que ver con las responsabilidades escolares (Melo, 2001), mientras que los otros tres están relacionados con lo audiovisual y las nuevas tecnologías.
La clase popular es la que dice asistir más a eventos deportivos, mientras que la clase media escucha menos radio. La clase alta es la mayor lectora de libros, la que más asiste a cine y a conciertos, la clase media sobresale en baile y es además la que va mas a bibliotecas y museos. Las mayores distancias entre la clase alta y la popular están en las exposiciones (25 puntos) e Internet (27 puntos).

El panorama del consumo cultural puede provocar otras hipótesis. Si los medios han ofrecido una oportunidad bastante semejante de acceso entre clases, aún existen diferencias muy marcadas y preocupantes en el acceso a manifestaciones de la cultura culta. Unas diferencias que también están acentuadas entre los hombres y las mujeres.

Las distancias generacionales en cuanto a las preferencias culturales también son notables. Los jóvenes están mucho mas cerca que los adultos del cine, el video, e Internet.

LOS SENTIDOS DE LA CULTURA

(MIRAR MAS HACIA EL PORVENIR QUE HACIA EL PASADO.)

La encuesta ofrece varias constataciones sobre las comprensiones que la gente tiene de la cultura.

La primera es el alto porcentaje que la liga con el porvenir, evitando asociarla con el pasado. Buena parte de las alternativas que escogen los encuestados en la pregunta Nº 12 de la encuesta, sustentan este sentido al señalar como las dos principales opciones, que la cultura es importante para la educación de los niños y que es importante para el porvenir de nuestra sociedad. La clase alta tiene el nivel mas alto en esta última afirmación, mientras la clase popular tiene el más bajo; así mismo, es la clase popular la que cree que la cultura mira más hacia el pasado.

Cuando Jack Lang hizo el análisis de una encuesta similar en Francia (2001) apuntó, como uno de los resultados más destacados el rol estratégico de la cultura en la construcción del futuro.

La segunda constatación es el sentido que los encuestados le da a la cultura como una dimensión fundamental del desarrollo, las identidades, la calidad de vida y la paz. Estas afirmaciones conforman un segundo grupo, después de las vinculadas con el porvenir.

CUADRO 15. SIGNIFICADOS DE LA CULTURA (p. 19)

El tercer grupo de afirmaciones está relacionado con una visión más individual de la cultura. Son los más jóvenes (12 a 17 años) los que están de acuerdo con que la cultura es una fuente personal de placer. También se puede confirmar, que la clase alta es la que en términos porcentuales obtuvo los índices mas altos en la comprensión de la cultura como enriquecedora individualmente, con un 58%, seguida de la clase media (38.8) y de la popular (38.4).

Es muy posible, que tanto la asimilación de la cultura con el porvenir, como su vinculación con el aumento del nivel de vida, estén influidas por las expectativas de futuro que tienen los sectores populares, presionados en su vida cotidiana, por la pobreza, el desempleo y en general la falta de oportunidades.

CUADRO 16. LA CULTURA ES IMPORTANTE PARA EL PORVENIR DE LA SOCIEDAD (158)

La cuarta constatación es la combinación que hace la gente entre la cultura culta, la cultura popular y la masiva. Si las actividades relacionadas con los medios de comunicación están en los primeros lugares del consumo cultural, también es cierto que hay unas tendencias, claramente visibles en los diferentes datos de la encuesta, que confirman el interés por manifestaciones de la cultura "culta" (por ejemplo la lectura, la literatura, la danza), el patrimonio tangible (monumentos, centros históricos) y el patrimonio intangible (comida, fiestas, símbolos patrios)

SEÑALES CULTURALES DE LA IDENTIDAD

CUADRO 17. MANIFESTACIONES CULTURALES QUE HACEN SENTIR MAS COLOMBIANO (195;299)

La música es la manifestación cultural que genera mas identidad entre los colombianos. El vallenato, en el primer lugar y el bambuco, en el tercero, no

dejan duda sobre las manifestaciones culturales que hacen sentir mas colombianos a los encuestados.

Resaltando el concepto de narrativa como uno de los esquemas cognoscitivos más importantes que poseemos los seres humanos, Pablo Vila(2001)ha estudiado las relaciones entre identidad y música. Al analizar los trabajos de la escuela subculturalista inglesa, Vila recuerda su postulado de que la música refleja o representa a actores sociales particulares, a través de una "resonancia estructural" entre posición social y expresión musical. Avanzando en su reflexión, el autor se pregunta, "¿Cómo las interpelaciones en el nivel de la música popular y de que manera explican la construcción de identidades sociales y culturales?" (p.20). Responde que el sonido, las letras y las interpretaciones de la música ofrecen maneras de ser y de comportarse y modelos de satisfacción psíquica y emocional.

Desde esta perspectiva, sería muy interesante reconstruir los hilos que vinculan, en el caso colombiano, el vallenato con las fiestas populares, los sentidos del cuerpo, la cultura oral y la importancia que los encuestados le dan a la radio. Pero la interpelación, como señala Vila no se centra únicamente en el sentido inmanente de la música, sino también en "lo que la música significa para ellos", es decir, participa de los procesos de construcción de sentido de los sujetos y las sociedades.

Partiendo de los más recientes estudios de Frith, busca superar las ideas de homologación y de interpelación, introduciendo el concepto de narrativa. Tal como escribió Frith, "El placer musical no deriva de la fantasía -no está mediado por las ensoñaciones- sino que se experimenta directamente: la música nos da una experiencia real de lo que podría ser ideal " (123).

Vila aporta el concepto de "trama argumental" de la narrativa, insistiendo, de forma por lo demás muy interesante, en "que es la narrativa la que construye la identidad del personaje al construir el argumento de la historia" (37). De esa manera, dice, "la trama argumental de la narrativa es la responsable del establecimiento concreto de las diferentes alianzas que erigimos entre nuestras diversas e imaginarias identidades narrativizadas y las imaginarias identidades esenciales que diferentes prácticas musicales materializan " (36).

El fútbol aparece en el segundo lugar, completamente coherente con la selección que las personas entrevistadas hicieron de los deportes como el campo en el cual creen que Colombia es más importante.

Si la Vuelta a Colombia fue uno de los primeros eventos que, a través de la radio, facilitó reconocer un país de regiones, el fútbol trasciende las identificaciones locales (que por supuesto existen y fuertes) convirtiéndose en uno de elementos de cohesión como nación. Los triunfos de la Selección colombiana de fútbol, son sin duda uno de los momentos más intensos del sentimiento colombiano.

Hay unos matices en este paisaje de la identidad: el vallenato es importante para todas las clases sociales y las edades, el bambuco particularmente para los mayores y el fútbol para los jóvenes.

La comida autóctona es mucho más importante para la clase alta que para la baja, para las mujeres que para los hombres. Para las mujeres son también más importantes las artesanías y las telenovelas.

Es muy significativo, por otra parte, que se le haya dado importancia a formas de la cultura popular como la gastronomía, las fiestas y las artesanías y que en cambio, la pintura y las telenovelas aparezcan en los lugares más bajos de las preferencias.

La relación entre melodrama e identidad no parece ser percibida por las audiencias, mientras la pintura se mantiene distanciada de los imaginarios de la gente.

Es interesante observar que si bien la televisión aparece muy alta dentro de las preferencias del consumo cultural colombiano, apenas se insinúa en las influencias culturales de la infancia (memoria) o en los motivos de identificación y pertenencia.

En términos de identidad son las expresiones regionales, las que mediatizadas, identifican más, seguidas por las formas intangibles del patrimonio y por algunas manifestaciones de la cultura culta.

Mientras que Carlos Vives es más importante para la clase popular, Shakira lo es para la alta. Fernando Botero es el único pintor colombiano reconocido entre los primeros personajes de la cultura colombiana, mas identificado además por la clase alta, y García Márquez (el personaje colombiano más importante) lo es particularmente para la clase media.

La literatura es mucho más importante para los jóvenes que para los adultos, una situación que tiende a hacerse aún más explícita en la pintura.

LO EXTRANJERO, LOS OTROS

Es impresionante la visión pragmática que los colombianos tienen de lo extranjero. Porque escoger los idiomas y las tecnologías como las dos primeras manifestaciones culturales extranjeras, muestra claramente el perfil de los intereses:

por una parte, la posibilidad de establecer contacto y por otra tener acceso a los avances tecnológicos.

A los hombres les interesa más la tecnología, a las mujeres los idiomas y a los jóvenes el rock. (Cfr. Los estudios de Germán Muñoz sobre las culturas juveniles y el consumo de música y cine por parte de los jóvenes).

Las diferencias también existen por estratos sociales. Para la clase popular lo más importante de la cultura extranjera son los idiomas, para la clase media la tecnología y para la alta, el cine. Sin duda se trata de una singular descripción del espectro de los intereses sobre lo extranjero.

CUADRO 18. MANIFESTACIONES CULTURALES EXTRANGERAS QUE MÁS LLAMAN LA ATENCIÓN (196; 300)

Para los encuestados de mayor edad, la música clásica es la segunda manifestación cultural que más les llama la atención de lo extranjero.

Las costumbres son mucho más importantes para la clase popular que para la alta, para las mujeres que para los hombres.

Una de las preguntas de la encuesta buscó conocer las percepciones que tiene la gente sobre los otros diferentes, o mejor, sobre las condiciones culturales de los otros, ya sean indígenas, pobres, mujeres o jóvenes. Y también valorar las asignaciones que se hacen habitualmente de lo que es una persona "culta". Se buscaba ir más allá de la diferencia que los franceses habían calibrado en su encuesta entre cultura activa y cultura pasiva. Además de las competencias artísticas era importante explorar el estado de las competencias culturales más amplias.

En cuanto a lo primero, hay un alto acuerdo en que los indígenas tienen cultura, llamativamente un poco mas bajo en los de más edad que en los más jóvenes.

Una situación que cambia radicalmente cuando se pregunta "si los jóvenes de hoy son más cultos que los jóvenes de antes", la afirmación con la que hay mayores grados de desacuerdo, comenzando por los propios jóvenes.

En general se piensa que las mujeres son más cultas que los hombres y que las personas de escasos recursos tienen cultura. En esta afirmación los mayores niveles de desacuerdo se encontraron en las personas de más edad.

En cuanto a lo segundo, es decir, a las percepciones sobre lo que es una persona "culta" se tiende a creer que es la que respeta más las normas de urbanidad, seguida por la que conoce las tradiciones y la que tiene muchos conocimientos.

Son mucho más altos los porcentajes que respaldan la afirmación de que a los colombianos les hace falta conocer más la cultura propia que los porcentajes referidos al conocimiento de las culturas extranjeras

LOS LUGARES DE LA CULTURA, LOS RECODOS DE LA MEMORIA

Entre todos los lugares, la casa es el que ocupa las preferencias culturales de los colombianos. Esta concentración en lo doméstico y privado quizás pueda ser explicada por la presencia que tienen los medios de comunicación en la vida cotidiana de la gente. El espacio doméstico se ha convertido, gracias a la tecnología y a la convergencia intermedial, en un centro de recepción y de consumo inevitable. La televisión, la radio, el significativamente denominado "cine en casa", la Internet, las videograbadoras o los aparatos- cada vez mas sofisticados- de reproducción musical, ofrecen una diversidad inmensa de soportes tecnológicos para la circulación de expresiones culturales. Incluso la tendencia es al crecimiento de la oferta y la simplificación y concentración de los canales en un mismo soporte tecnológico.

Las modalidades de consumo doméstico también se han ampliado. La señal llega directamente al hogar, se puede "pagar por ver", construir menús al gusto, grabar.

Entretanto, los espacios públicos ligados al consumo cultural o se han especializado (las exposiciones de pintura se cuelgan habitualmente en los museos o en las galerías), o han buscado conectarse con el espacio doméstico tratando de ampliar también ellos sus usos (como por ejemplo, las bibliotecas que prestan libros para llevar a casa o los ubican en sus páginas web). También se han recompuesto con ofertas mucho más diversas y menos particularizadas, que les permitan a los usuarios utilizaciones variadas, combinaciones oportunas (Museos, por ejemplo, que tienen tiendas de venta, salas para niños, hemerotecas, artefactos interactivos, restaurantes y salas de proyección de video, música o cine). En realidad son centro polivalentes y multifuncionales.

Formas tradicionales de circulación cultural se han modificado, a través de exposiciones que salen a la calle, asociaciones del arte al espacio urbano, vinculaciones del desarrollo de las aptitudes artísticas a rituales de la convivencia ciudadana.

Algunos espacios urbanos han entrado a formar parte de los lugares de la cultura, mientras otros tienden a desaparecer o a replantearse dramáticamente. Entre los primeros están, las grandes superficies comerciales en las que circulan libros, revistas, música, videos y materiales multimediales. Entre los segundos están las

grandes salas de cine que fueron desapareciendo para dar paso a centros múltiples, en que varias salas pequeñas y confortables ofrecen una cartelera amplia y diversa de cine. Ana Rosas Mantecón ha hecho aportes destacados en este tema, investigando lo sucedido con el consumo de cine en la Ciudad de México.

En algunas ciudades hay una reformulación de sus centros, así como una reconversión cultural de las grandes fábricas o núcleos fabriles en desuso.

"Hasta hace apenas 20 años -escribe Néstor García Canclini- las teorías de la urbanización caracterizaban a las ciudades por su diferencia con el campo, y la transferencia de fuerza de trabajo de labores agrícolas a las secundarias y terciarias. En las últimas décadas, los impulsos más potentes para el desarrollo proceden, más que de la industrialización, de procesos informacionales y financieros. La terciarización, o sea el pasaje de las industrias manufactureras a los servicios, está llevando a reconceptualizar las funciones de las *megápolis*"[4]

Existe otra alternativa interpretativa de este desplazamiento del consumo cultural hacia el espacio doméstico y es, lo que Martín-Barbero ha calificado precisamente como la expulsión de los miedos hacia los medios. La inseguridad y hostilidad de la ciudad, la ubicación de los centros culturales y las distancias que exigen recorrer a sus usuarios, las relaciones entre oportunidades de consumo y rutinas del tiempo, podrían estar incidiendo en la privatización de la topología del consumo, así como en las prácticas de apropiación de la cultura.

CUADRO 19. LUGARES DE LA CULTURA (197;301)

CUADRO 20. LUGARES DE LA MEMORIA (198;302)

Las plazas y parques son poco importantes como lugares culturales para los más jóvenes (de 12 a 17 años); como si lo son los centros educativos y las bibliotecas. Sin embargo cuando se revisan los lugares por rangos de edad se descubre que las casas de cultura son más importantes precisamente para los más jóvenes.

Los lugares de trabajo y las parroquias son importantes para los sectores populares; los primeros lo son para los hombres y las segundas para las mujeres, demostrando así que también existe una topología demarcada por el género,

[4] Néstor García Canclini, *Las cuatro ciudades de México*, En: Cultura y comunicación en la ciudad de México, Grijalbo, México, 1998.

unos territorios completamente generacionales y una geografía espacial de las clases sociales.
Los monumentos y centros históricos son, según los encuestados, el tercer campo cultural en que consideran que es más importante Colombia después de los deportes y la música.

El centro comercial, que no aparece entre los lugares culturales importantes, es mucho más relevante para los hombres que para las mujeres.
Ya se ha señalado que los juegos ocupan mayor parte del territorio de la memoria cultural de los colombianos. Junto con la música son un poco mas recordados por los hombres, mientras que los cantos y el baile lo son por las mujeres.
Los juegos son más importantes para la clase popular y los cuentos para la alta.
Los jóvenes asocian muy poco la televisión a la infancia. Un resultado que llama la atención puesto que ellos ya pertenecen por entero a la cultura de la imagen. Son hijos de la televisión pero no la han ubicado preferencialmente en su memoria.

MIRAR HACIA EL CARIBE

En sus *Notas para una interpretación de Colombia* (1958) Jaime Jaramillo Uribe escribió que Colombia fue desde sus orígenes un pueblo mediterráneo y montañés.
"Este proceso de poblamiento colombiano lejos del mar –dice- ha tenido entre otras muchas, dos consecuencias importantes: la primera es que la población colombiana se ha desarrollado casi exclusivamente a partir de sí misma, es decir, casi sin aportes de inmigración o con la contribución muy escasa de ésta. La segunda ha sido el desarrollo de tipos regionales muy diferentes y característicos, ya que, por lo menos en los siglos anteriores, las comunicaciones entre unas regiones y otras eran lentas y difíciles" [5]

Una de las tendencias mas polémicas y publicitadas de la encuesta fue la que resaltó la importancia de varias manifestaciones culturales de la Costa Caribe, dentro del mapa de las percepciones de los colombianos y colombianas.

Sin ser el conjunto de datos más significativos del estudio si ha sido el que ha generado mayores controversias, lo que de por sí, resulta significativo.

[5] Jaime Jaramillo Uribe, *De la sociología a la historia*, Ediciones Uniandes, Bogotá 1994, p.78

El vallenato es la manifestación cultural que hace sentir a la gente más colombiana. Lo es más para las mujeres que para los hombres y para los que solo tienen estudios de primaria.

También para la clase popular, seguida por la alta y doblando al bambuco dentro de las percepciones de los mas jóvenes, es decir, de las personas comprendidas entre los 12 y 24 años.

Se trata entonces de un fenómeno que supera las regiones y llega a ser una expresión cultural que genera identificación nacional, está mucho más afirmado en los sectores populares y es muy cercano a las generaciones jóvenes. En este último aspecto, como ya se anotó, existen diferencias generacionales fuertes entre la juventud vinculada con el vallenato y el bambuco, que convoca particularmente a las personas de más edad. Para las mujeres la segunda manifestación cultural asociada al sentirse colombiano es el bambuco, mientras que para los hombres son los deportes (con cerca de 20 puntos de diferencia entre hombres y mujeres).

El Reinado de Belleza de Cartagena fue el evento que apareció en el primer lugar de la selección que hicieron los encuestados, aunque no es el que tiene la mejor imagen. En efecto, las imágenes positivas más altas las tienen el Festival Iberoamericano de Teatro, la Feria de las flores y el desfile de Silleteros, el Festival Internacional de Cine de Cartagena, el Festival internacional de Poesía de Medellín y el Carnaval del Diablo en Riosucio.

Al Reinado de Belleza lo siguen, en su orden, el Carnaval de Barranquilla y el Festival Vallenato.

Finalmente, el otro dato fuerte con relación a la presencia nacional de manifestaciones culturales de la Costa Caribe tiene que ver con la lista de principales personajes artísticos o de la cultura escogidos por los encuestados: los tres primeros son oriundos de la Costa, Gabriel García Márquez, Shakira y Carlos Vives.

Una primera constatación de este conjunto de datos es la articulación que las manifestaciones culturales de la Costa Caribe han logrado con las industrias culturales y los medios de comunicación.

Una segunda es su relación con fiestas populares, de fuerte carga simbólica e iconográfica.

Una tercera, la capacidad que han tenido de servir de escenario para que circulen sentidos locales y para que, a la vez, su significado desborde lo meramente regional para transformarse en motivo de identidad nacional.

"A diferencia de Totó –escribe Ana María Ochoa- la entrada de Carlos Vives al mercado transnacional depende totalmente del hecho de que primero se convirtió en un fenómeno de gran auge nacional; un fenómeno tan importante

como para atraer a las grandes disqueras multinacionales, en este caso PolyGram. Es curioso que el vallenato comience a ser considerado como un fenómeno de auge nacional en el momento del surgimiento de Carlos Vives. Sin duda alguna, las ventas de Carlos Vives han superado inmensamente las ventas de otros artistas más clásicos del vallenato. Pero, anteriormente a él, el vallenato era ya un fenómeno nacional, sobre todo en ciertos sectores de las clases populares y campesinas. Con Carlos Vives sí se da la aceptación de ese género musical en las clases medias y altas de la sociedad. Estamos aquí ante el clásico fenómeno de *cross-over* que ha caracterizado a los géneros musicales con elementos afroamericanos. Una de las dimensiones del *cross-over* es el proceso mediante el cual un género musical de origen afroamericano pasa a ser masivo y de auge nacional y transnacional cuando es promulgado por un músico blanco. Ha sido la historia del blues y hasta de los orígenes del mismo rock".[6]

Pero aún es más incisiva la interpretación que Ana María Ochoa hace del significado que tiene Vives en la aceptación del vallenato y que ofrece elementos muy interesantes para analizar lo que ha pasado con el fenómeno de difusión y traspaso de los límites regionales, hacia su circulación nacional e internacional. "Creo que en el fenómeno Vives -dice- desempeña un papel fundamental la desafricanización del género musical y la generación de una imagen del vallenato aceptable entre las clases medias y altas de la sociedad. Su auge nacional depende no sólo de la inclusión de elementos rítmicos del rock; depende, y creo que de modo profundo, de que la imagen de Carlos Vives minimiza tanto la raíz popular como la africana del vallenato para un país al que todavía le cuesta aceptarse desde su pluralidad. Además, los elementos musicales étnicos(el uso de las gaitas de origen indígena, por ejemplo) se admiten precisamente porque son mediados de modo aceptable por los grandes circuitos del mercado musical. En ese sentido es un fenómeno comparable al de Gabriel: sólo a través de una mediación que convierta la diferencia en similitud pasa a ser aceptada la diversidad, lo cual nos dice bastante de los modos como el mundo contemporáneo está dispuesto a aceptar la multiculturalidad" (111-112).

Tanto en los datos de la encuesta como en las interpretaciones que ha provocado, sobresalen algunos temas que requerirían mayor investigación: los motivos de la identificación nacional con el vallenato, el crecimiento del interés de los jóvenes por esa manifestación cultural, especialmente a través de la dinámica región-nación-global-nación y su difusión fonográfica, el dislocamiento de lo que en el pasado sociólogos, antropólogos

[6] Jesús Martín- Barbero y Fabio López de la Roche, *El multiculturalismo en la globalización de las músicas regionales,* En: Cultura, medios y sociedad, Bogotá: CES-Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 1998, p.p. 110-111).

e historiadores denominaron los tipos regionales y la provocación de mezclas, la fractura de lo tradicional-andino frente a la dupla modernización-Caribe, entre otros.

También por supuesto, la exploración de la trama narrativa que une espectáculo e identidad local, medios y cultura popular, cuerpo, músicas y regiones.

LAS HIBRIDACIONES DE LAS CULTURAS

Es impresionante la capacidad que tiene la gente de realizar mezclas y encontrar equilibrios entre las diversas manifestaciones de la cultura culta, las culturas masivas y las culturas populares (Garcia Canclini: 1989).

En los personajes mas admirados se mezcla la cultura culta, que ya de por sí tiene lazos con nuestra identidad como colombianos (Gabo, Botero, Patarroyo) con personajes de las culturas masivas, que también poseen elementos evidentes de identificación local a pesar de su actual circulación global. Entre ellos sobresalen Shakira, Carlos Vives y Diomedes Díaz.

Por otra parte lo que hace sentir mas colombiana a la gente es fundamentalmente lo relacionado con la cultura popular. Primero la cultura mediatizada (vallenato y fútbol) y después, el patrimonio intangible: las fiestas, comidas, símbolos patrios.

En las actividades culturales en las que más se participa (consumo cultural) primero están las mediáticas como la música, la televisión, la radio, la lectura de prensa, los deportes, después, en un segundo grupo, los libros, la danza, la poesía y las bibliotecas, seguidos por el patrimonio tangible (centros históricos y monumentos). No hay que olvidar que éstos ocupan el tercer lugar dentro de los campos culturales más importantes en el país.

INSINUACIONES PARA LA ACCIÓN

Los datos de la encuesta permiten plantear algunas insinuaciones. Una primera tiene que ver con las relaciones entre cultura y medios. La mediatización de la cultura, es sin duda selectiva y limitada; solo algunas expresiones culturales, habitualmente la mas articulables a las lógicas comerciales y masivas, pasan por los medios. Lo que significa que muchas otras no están presentes en los sistemas de programación de los medios, o en caso de estarlo, su aparición es muy restringida, ya sea por su forma de presentación, las horas dedicadas, las audiencias a que están dirigidas o las franjas en que están ubicadas.

Así, no todas las músicas circulan en los medios, como no todo el cine se exhibe en las pantallas de los teatros.

Pero, por otra parte, hay un debate constante sobre asuntos como la estandarización de los productos culturales provocada por la comercialización, la incidencia de las estrategias de mercadeo para resaltar tales o cuales manifestaciones culturales, las orientaciones gerenciales que construyen fenómenos que suelen ser tan efímeros como la moda o que solo se interesan en aquello que ya tiene mercados comprobados y seguros. Se critica con razón, la poca permeabilidad de muchos productores mediáticos a la experimentación y a las propuestas innovadoras, la aparente diversidad de las ofertas mediáticas finalmente muy homogéneas o la insistencia en determinados géneros que crecen sobre el olvido de otros.

No es una paradoja que los creadores y las creaciones culturales que han ingresado con mayor éxito a los mercados internacionales, han sido precisamente aquellos en que se encuentran, la permeabilidad de las fusiones con una autenticidad que se expone creativamente a las mezclas.

García Márquez o Botero son artistas mundialmente conocidos y valorados que no han perdido sus lazos con la riqueza cultural de un país que permanentemente forma parte medular de sus obras literarias y plásticas sin que hagan un "arte nacional", mientras que el vallenato o las telenovelas, han logrado conmover las sensibilidades de audiencias muy distantes, con las que sintonizan sus relatos de amor o sus estrategias narrativas.

Por eso hay que salir del encierro que ha atrapado a algunas comprensiones sobre la cultura, que consideran que la mediatización es su degradación o que por el contrario abdican de toda actitud critica frente a lo que los medios están haciendo con la cultura.

Algunos analistas colaboran a este encerramiento al entender la cultura como sustancia o "conciencia de sí mismo", es decir, al comprenderla desde una perspectiva ontológica, o al insistir en las divisiones entre cultura y folclor, pureza originaria o corrupción por el espectáculo. "No se puede confundir la cultura con el folclor, con los hábitos de un pueblo" escribió Alberto Aguirre a propósito de la encuesta. "Éstos si conservan su pureza original y no se han convertido en espectáculo, pueden ser mediaciones para alcanzar ese olvido"[7]

[7] Alberto Aguirre, *Cultura a la medida*, Cromos, julio 26 de 2002, p. 10).

[8] Eduardo Escobar, *Estado de la cultura colombiana*, El Tiempo, Bogotá, 16 de julio de 2002, p. 1-13.

Es impresionante, que algunas interpretaciones de los resultados de la encuesta reproduzcan, casi literalmente, los ecos de las polémicas del pasado sobre la degradación, la pérdida de los valores, el envenenamiento de la incultura o la "elevación" que necesitarían con urgencia las masas incultas.
"Festivales vallenatos, de tristezas andinoides y reinados de muchachitas entre oropeles de silicona –escribe Eduardo Escobar- de una pobreza fastidiosa y atávica, donde se degrada la música popular, macerada en el estercolero de la industria de los ídolos y se reproduce la ramplonería sin fin de nuestro paisaje cultural". Para más adelante concluir que "reforzándolos en la trivialización de la vida, en el hipnotismo de las vanidades, el adormecimiento y la estupidez. Con la justificación falaz de que la gente ama su mediocridad y necesita que la diviertan y la envenenen, no que la despierten y eleven"[8]

A diferencia de las opiniones anteriores, Oscar Collazos -también pronunciándose sobre la encuesta- advierte sobre las relaciones entre cultura y medios de comunicación, como también sobre el efecto de restricción que suelen tener los medios.

" Si no hay espectáculo, si la promoción de personalidades y eventos no pasa por la televisión y la radio, toda expresión cultural corre el riesgo de perecer en el silencio. Si a esto se añade la mediación de las multinacionales del espectáculo, el riesgo es doble: grandes figuras de la cultura popular pasan su larga vida creativa en el anonimato, desterrados de los grandes canales de difusión donde se bendicen el fulgor de la fama y las mieles de la riqueza. Fama y riqueza pueden ser efímeras, pues esta es una cultura de reciclajes constantes".[9]

La búsqueda de otras opciones mediáticas de la cultura, como por ejemplo, las que podrían llevar adelante las televisiones públicas -desde Señal Colombia hasta los canales regionales- dentro de una propuesta cultural diferente y creativa es una alternativa (Cfr. Jesús Martín-Barbero, Germán Rey y Omar Rincón, Manifiesto por una televisión pública y cultural). Como lo es el apoyo a los grupos de productores mediáticos independientes, el aporte formativo mas allá de las simples demandas comerciales, la circulación de productos mediáticos producidos en otros países y con otros enfoques y el estímulo a la creación audiovisual de calidad. Una tarea igualmente importante es contribuir a la recuperación y apropiación de la memoria cultural que está inscrita en los medios, desde el cine y la radio hasta la televisión y la prensa escrita.

[9] Oscar Collazos, *La cultura de los mass media* , El Tiempo, Bogotá, 1 de agosto de 2002, p. 1-18).

Una segunda insinuación es la atención que se debe prestar no solamente a los productos culturales mediáticos sino, sobre todo, a los procesos culturales. Muchos de ellos conforman experiencias locales que deberían desarrollarse aún mas, circular y conocerse tal como lo plantea el Plan Decenal de Cultura.

Una tercera insinuación se fundamenta en la combinación que muestra la encuesta entre la cultura culta, las culturas masivas y las culturas populares. Los colombianos suelen matizar el papel de los medios, de una manera clara y precisa: ellos no son los primeros en su memoria como tampoco ocupan un papel destacado dentro de los procesos de herencia cultural. Las posibilidades que presentan la música, la danza, la lectura y la literatura deberían explorarse aún más en el escenario de la escuela, desde la primaria a la Universidad. Pero también es importante apoyar procesos aún más dinámicos de apropiación del patrimonio tangible e intangible, que tiene su fuerza dentro de la encuesta.

Una cuarta insinuación, es la necesidad de reforzar las iniciativas que permitan el diálogo entre regiones, la circulación y el reconocimiento de nuestra propia diversidad cultural. Los diálogos de nación forman parte de un proyecto cuya validez se acentúa.

Uno de los aspectos que más destacaron los medios sobre los resultados de la encuesta fue el vigor de las manifestaciones culturales de la Costa Atlántica, que un editorial de El Tiempo describió como "el imperialismo cultural", en una licencia que días después el mismo editorialista llamó "pequeña libertad prosaica". "Tras un prolongado imperio cultural andino –dice-, los colombianos han dado un giro rotundo en sus predilecciones: nos encanta la música, el arte y la literatura de la costa atlántica"[10]. Ante la crítica de que la encuesta esconde el país "diverso y multicultural", responde nuevamente el editorialista de El Tiempo que " mal puede deducirse de allí que existan culturas "mejores" o "peores", que se pretenda olvidar otras manifestaciones culturales de gran riqueza, que hablar de la cultura caribeña represente atentado contra nuestra diversidad, ni muchísimo menos que alguien (¿nosotros?) este interesado en "dividir para vencer" (¿dividir qué? ¿vencer a quién?)".[11]

Una quinta insinuación parte de la enorme importancia que los encuestados le dan a la radio y a los propios creadores en el desarrollo de la cultura. Continuadora de una larga tradición oral, la radio conserva una gran influencia en la difusión

[10] El Tiempo, Bogotá, 17 de julio de 2002, p. 1-14

[11] El Tiempo, Bogotá, 28 de julio de 2002, p.1-20.

[12] Eduardo Escobar, *Estado de la cultura colombiana*, El Tiempo, Bogotá, 16 de julio de 2002, p. 1-13.

cultural que debería ser aún mas aprovechada, desde la acción de las grandes cadenas hasta las de las emisoras comunitarias y populares.

Los creadores y sus gremios tienen también un papel que cumplir y sobre todo un espacio ganado de legitimidad para impulsar los rumbos de la cultura.
Una sexta insinuación se fundamenta en las inmensas maneras de participación de los colombianos en la cultura y sobre todo en la riqueza que significan los altos índices tanto de cultura activa como de cultura pasiva. Un potencial que subraya Eduardo Escobar cuando escribe que "la encuesta realizada por Lemoine para Mincultura es otra muestra del fracaso desastroso del Estado colombiano, que ha sido, también, incapaz de educar una nación donde, según la misma encuesta, ventitrés de cada cien habitantes cantan, catorce tocan un instrumento, veinte pintan y diecinueve escribe. Por la incapacidad del Estado como educador, este país de artistas, científicos y santos se revuelca en las porquerías de la guerra como un idiota".[12]

Una séptima insinuación es mirar con cuidado las topologías de la cultura, sus lugares y especialmente su creciente concentración en el espacio doméstico, pese a que el espacio público tiene una relevancia destacada en algunas de las preguntas de la encuesta ¿Cómo unir la casa -lugar de lo íntimo- con los espacios públicos, del compartir, mas allá de la familia? ¿ Cómo convertir algunos espacios, entre ellos el escolar, en espacios culturales activos y vivos? ¿De que manera vincular las ciudadanías culturales con la ampliación de espacios de democracia y de convivencia frente a la usurpación de los territorios por parte de los violentos?

Finalmente, una octava y quizás más importante insinuación. Posiblemente uno de los datos más estimulantes de la encuesta es haber percibido la importancia que los colombianos le dan a la cultura, pero sobre todo, la observación que hacen de ella, no como un asunto del pasado sino como una apertura hacia el porvenir. Su relación con el desarrollo, la calidad de vida, la paz y la educación de los niños, es una de las vetas más valiosas del imaginario colombiano sobre el valor y las posibilidades de la cultura. Que se convierte en una de las riquezas más importantes para un país que busca entre tribulaciones los caminos transitables de un mejor destino.

CONTRAPANFLETO O LOS ESTRAGOS DEL MAL DE OJO

GERMÁN REY

Borges escribió que "la democracia es un abuso de la estadística". La afirmación contraria es igualmente irónica y probablemente verdadera: las estadísticas son un abuso de la democracia.

Hace unos meses los medios de comunicación publicaron algunos datos de la Encuesta Nacional de Cultura, promovida por el Ministerio de Cultura del anterior gobierno. Se tomó como ejemplo un ejercicio similar realizado en Francia, aunque se agregaron preguntas que buscaban conocer algunas percepciones sobre otros temas como consumo cultural, memoria e identidad, lugares para el acceso cultural, entre otros. A diferencia de la encuesta francesa, el estudio no se centró en la dicotomía, bastante artificial por cierto, entre cultura activa y cultura pasiva, una distinción que tiene serios problemas de carácter teórico.

El Ministerio, con el apoyo del Proyecto de Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello, me solicitó un análisis amplio de la encuesta, que tuvo en cuenta no sólo los datos generales publicados por los medios, sino sobre todo los cruces estadísticos, las diferencias por variables y en general los matices de la información que había revelado la aplicación del cuestionario (cf. Las vetas de la cultura, en este Cuaderno de Nación)

El escritor Héctor Abad Faciolince fue uno de los analistas escogidos para dar su propia interpretación de los datos. Interpretación que apareció inicialmente en la edición número 41 de la Revista *El Malpensante* bajo el título *"Panfleto contra el populismo cultural"*. (Artículo incluido en este Cuaderno de Nación)

El panfleto es una mezcla de imprecisiones, peleas contra molinos de viento, puyas razonables y sobre todo apreciaciones muy discutibles sobre la cultura. En suma, una especie de lectura estrábica.

No es la primera vez que el autor se embarca en las aventuras de la controversia cultural. En el libro que escribimos con Jesús Martín-Barbero y que fue publicado por la editorial Gedisa de Barcelona, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva* (1999), se recoge la polémica que aquel le interpuso a un planteamiento de Héctor Abad Faciolince sobre las relaciones entre cultura, televisión y melodrama, que Martín-Barbero calificó como "el mal de ojo de los intelectuales".

Varias cosas me llamaron la atención apenas publicados los datos de la encuesta. En primer lugar, el significado de las reacciones sobre el concepto de cultura, que osciló entre las interpretaciones metafísicas y la idea de superar la degradación de las masas, entre el canto decimonónico de la cultura como "conciencia de sí mismo" y las propuestas de salvación de la música popular, "macerada en el estercolero de la industria de los ídolos", según una de las afirmaciones febriles del poeta nadaísta Eduardo Escobar en *El Tiempo*.

En general, las voces que saltaron al ruedo no se preguntaron por las transformaciones de las comprensiones de la cultura, ni sobre las relaciones entre la denominada cultura "culta", las culturas populares y las culturas masivas, ni sobre las interacciones –que son mucho más complejas y menos maniqueas- entre medios de comunicación, lógicas industriales y expresiones culturales, ni sobre las conexiones entre procesos sociales y políticas culturales. En general acudieron a planteamientos exasperados y francamente anacrónicos.

Es sorprendente que las comprensiones de algunos intelectuales aún se paseen, sin rubor, por entre lo peor de las ideas higienistas que tuvieron su hegemonía en la educación colombiana del siglo XIX y parte de los comienzos del XX y que aún sostengan visiones de la cultura afianzadas en los prejuicios de la degradación, la ausencia de los valores y los mensajes salvíficos. Puro moralismo en pleno comienzo del milenio.

El segundo tema de interés fue la presentación que los medios hicieron de la encuesta. Resaltaron aspectos accesorios, encuadraron la discusión a partir de los datos menos importantes, eludieron los análisis y languidecieron como los volcanes de Navidad, en medio más del humo que del fuego. Por eso su énfasis en el "imperialismo cultural", que el propio editorialista de *El Tiempo* llamó después "una pequeña libertad prosaica", pero que al resaltar lo costeño dejó por fuera constataciones mucho más claves, como la importancia cultural de las músicas, las relaciones entre cuerpo y cultura, las conexiones entre memoria e identidades. O el

énfasis de los medios de comunicación en algunas fiestas como el reinado de Cartagena y el Carnaval de Barranquilla, dos acontecimientos completamente diferentes en sus significados simbólicos, y su olvido de la opinión de los encuestados que tienen una mejor imagen de eventos como el Festival Iberoamericano de Teatro, el Festival de Cine o los encuentros de poesía.

El propio Abad Faciolince pica donde los medios han hecho estragos, haciendo una disquisición sobre la aprobación de las mayorías a los espectáculos de dudosa condición cultural como el Reinado de Belleza y el peligro de un Estado que defina sus prioridades a partir del populismo de las preferencias y no de las determinaciones dadas por el elitismo de los expertos. El problema de semejante embate del panfletista es que ni la encuesta fue hecha para eso ni sus curiosos análisis estadísticos (como el que hace sobre la ubicación geográfica de las fiestas y sus porcentajes estadísticos de aceptación) se sostienen juiciosamente.

Las inconsistencias del texto de Héctor Abad Faciolince comienzan desde sus apreciaciones iniciales sobre el significado y los usos de las encuestas. Los datos de una encuesta –mucho más en estos temas- son insinuaciones, resultados frágiles, elementos provisionales de análisis. Quien suponga que está frente a axiomas o actos de fe, o no ha entendido su naturaleza o busca en ellas lo que nunca podrá encontrar. Pero además quienes pretendan definir políticas culturales a partir de encuestas, no saben ni de lo uno ni de lo otro. Una de las grandes críticas que se hacen a ciertos manejos tecnocráticos del poder es precisamente tratar de gobernar a partir de imágenes, video política o insinuaciones de las encuestas de opinión. Si la democracia es un gobierno de opinión, es poder en público, como lo señaló Norberto Bobbio, nunca será gobierno de las encuestas. Es tan frívolo pensar en la reverencia a los datos como en una aristocracia de los expertos.

Pero esos no son los asuntos más criticables del Panfleto. Hay otros, mucho más preocupantes.

Uno primero es la disquisición sobre la omnipresencia del concepto de cultura, que podría abarcar desde "el funcionamiento de la banca, el cultivo del maíz, la recolección de la hoja de coca, la extracción y transformación del petróleo en gasolina, la solución de teoremas matemáticos, los reglamentos de tejo, la letra de los vallenatos". Esta enumeración singular le sirve al escritor para pasar después a una curiosa y rígida distribución de funciones de las instancias del Estado, que supuestamente se deberían encargar de responder a los requerimientos de su enumeración.

Todos sabemos que el problema de los U´was y las concesiones petroleras no son simplemente un asunto para el Ministerio de Minas, ni que la recolección de la hoja de coca o su erradicación con métodos químicos corresponda únicamente a las

medidas de orden público del Ministerio del Interior, o que el funcionamiento de la banca sea una cuestión meramente técnica de Hacienda. Porque junto a las protestas de los U´was están sus cosmovisiones y sus creencias religiosas, en la erradicación de la coca los procesos históricos de poblamiento o los efectos ambientales de los nuevos arraigos, y en los desastres de la banca, las implicaciones sociales o la pérdida de la confianza.

Es evidente que definiciones tan abiertas de cultura conducen a callejones sin salida, pero visiones restringidas llevan a incomprensiones fatales. Kluckohn revisó hace años cientos de definiciones de cultura y naufragó en su intento de buscar una que las comprendiera a todas. Prefiero, sin embargo, la de Clifford Geertz, que en *La interpretación de las culturas*, un clásico del tema, propone comprender a la cultura como una red de significados, como un documento público, borroso, "plagado de elipsis, de incoherencias, de sospechosas enmiendas y de comentarios tendenciosos y además escrito, no en las grafías convencionales de representación sonora, sino en ejemplos volátiles de conducta modelada".

O la más reciente, adoptada por el excelente documento del PNUD en Chile, que hizo un esfuerzo original por estudiar el desarrollo humano en ese país desde las transformaciones culturales (a partir, entre otras fuentes, de la información estadística que tanto molesta a nuestro talentoso escritor) y que entiende como "el modo particular en que una sociedad experimente su convivencia y la forma en que la imagina y se la representa"[1].

Un segundo aspecto del mal de ojo es todo lo que no ve el escritor en los datos de la encuesta: la importancia que la gente le da a la lectura –un dato que se puede ampliar con nuestro estudio, recogido en el libro *Hábitos de lectura y consumo de libros en Colombia* (2001)-, la posición destacada de la literatura frente a otras artes que los colombianos perciben como más distantes, los modos pragmáticos del abordaje de la cultura extranjera, la importancia en la memoria cultural de expresiones tradicionales como los cantos, los juegos y los cuentos, la poca relevancia que se le da a la televisión en una perspectiva de memoria de largo plazo, aún dentro de aquellos que ya pertenecen estrictamente a la cultura de la imagen. Pero también el significado del patrimonio tangible e intangible dentro de las expectativas culturales de la gente, el desplazamiento hacia la casa, es decir, hacia el reducto privado del disfrute de la cultura y los signos del consumo cultural que resaltan nuevamente el peso de las

[1] Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, *Desarrollo humano en Chile, Nosotros los chilenos: un desafío cultural,* Santiago de Chile, 2002, p. 37.

músicas y de los medios. Todo ello queda sin explicación, absurdamente menospreciado frente a los enfados del Panfleto.

Un tercer signo del mal de ojo es la prevención, muchas veces justificada, que se tiene sobre las relaciones entre medios de comunicación y cultura y la desatención de lo que se ha llamado desde hace años el "consumo cultural". Lo que probablemente existe, en ambos casos, es una profunda incomprensión sobre lo que revelan y ocultan las lógicas mediáticas, un desgano transformado en queja por estudiar todo lo que ponen en movimiento esos productos masivos que son descalificados radicalmente como frívolos y banales, pero que a la vez muestran formas del relato popular, estilos de vida, percepciones sociales del futuro.

"Confundiendo iletrado con inculto, las élites ilustradas desde el siglo XVIII, al mismo tiempo que afirmaban al pueblo en la política lo negaban en la cultura, haciendo de la incultura el rasgo intrínseco que configuraba la identidad de los sectores populares, y el insulto con que tapaban su interesada incapacidad de aceptar que en esos sectores pudiera haber experiencias y matrices de otra cultura"[2]. La reflexión la hizo Martín-Barbero hace unos años al analizar una crítica a la televisión de Héctor Abad Faciolince que en su opinión no se sale del circuito cerrado de lo obvio y es una mezcolanza de indignación moral con asco estético.

Pero el punto central del Panfleto es la propuesta del autor de orientar la cultura desde una élite de expertos. "No será el pueblo mediante voto directo -dice- o por medio de encuestas, quién definirá qué es cultura. Será un pequeño grupo de expertos el llamado a decidir qué tipo de manifestaciones culturales se van a apoyar, y cuáles se van a dejar progresar espontáneamente sin intervención del gobierno".

Y el criterio para las decisiones es uno: el gusto. "Será una decisión subjetiva -escribe- dictada no por criterios científicos sino de gusto. Esto es inevitable, porque las verdades sobre la calidad cultural no son de tipo científico sino humanístico y por tanto precarias, discutibles y transitorias".

La propuesta, entonces, está completa. Las políticas culturales deben ser definidas por un conciliábulo de expertos, a través de criterios propuestos por el gusto subjetivo.

Es perfectamente increíble que a estas alturas del debate cultural y del desarrollo de experiencias de muchos países en la definición de políticas culturales el tema se devuelva hacia un gobierno de los expertos, que además tiene como máximo criterio el gusto subjetivo. Pero, por otra parte, con su idea de elitismo cultural, el escritor

[2] Jesús Martín-Barbero y Germán Rey, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, Editorial Gedisa, Barcelona, 1999, p. 16.

ignora o por lo menos no resalta que hay actores y procesos culturales, saberes acumulados y exposición pública de ellos, circuitos por donde circulan los productos de la cultura y determinaciones sociales del gusto. El Plan de Cultura de Colombia, la cartografía y los cabildos culturales de Chile, los observatorios culturales –desde los de Australia y Canadá hasta los de México y Argentina-, las experiencias de gestión cultural de la ciudad en Barcelona, la importancia de las fundaciones artísticas y culturales en los Estados Unidos, los replanteamientos recientes de la educación en Francia desde la lectura y la literatura, demuestran que hace mucho tiempo se dejó atrás el gobierno de los expertos, como el único y máximo referente de la política cultural.

Una política cultural, por el contrario, es una mezcla eficiente de diversas formas de participación, que une creativamente la investigación con la consulta social, el análisis de los expertos con el reconocimiento de los procesos que se desarrollan en grupos y comunidades. Participación además que se preocupa por la diversidad cultural, por la relación entre cultura, equidad y procesos sociales, por la promoción de una interculturalidad efectiva, como la llama Arturo Escobar. Las políticas culturales no son simplemente políticas del gusto de unos pocos, ni trazos obedientes a los resultados aparentes de unas simples encuestas.

Son construcciones que reconocen los procesos que pasan por la industrialización, pero también por la soledad de la creación, que transcurren tanto por las realidades vitales de mucha gente como por las prácticas de unos pocos que experimentan en la música, el multimedia o las artes plásticas, que reconocen el aporte de las manifestaciones ancestrales y a la vez reivindican la importancia de las expresiones de ruptura y más contemporáneas.

El tono del Panfleto –y por eso el escritor lo llama acertadamente Panfleto- hace que el ojo, además de no percibir algunas cosas, desdeñe otras. Porque más que preocuparse por el eventual apoyo de un gobierno anarquista a las borracheras (y no son solamente empresas públicas como las licoreras las que asocian el expendio de bebidas alcohólicas a eventos, sino también grandes grupos económicos que compran festejos populares para vender cerveza), o por patrocinar el paseo bucólico por las aceras, o invertir los recursos escasos del Estado en campos de tejo o en la promoción de Shakira, lo que muestran los datos son otra cosa.

Demuestran que la presencia de lo cultural en los medios es selectiva y limitada, que hay muchísimas expresiones de la cultura que no se acomodan -afortunadamente- a las lógicas mediáticas, que el interés de los Estados se debe orientar no sólo a los productos sino a los procesos culturales, como los que detecta el Plan Decenal de Cultura de Colombia. Que iniciativas como los Diálogos de Nación que propuso Juan Luis Mejía durante su paso por el Ministerio de Cultura son absolutamente

relevantes para el reconocimiento de nuestra diversidad cultural, la conversación entre las regiones y la posibilidad de construir un proyecto de país.

Que es sugerente la importancia que los encuestados le conceden a la radio (probablemente uno de los puntos de contacto de los colombianos con las culturas orales) y a los propios creadores como claves en el desarrollo de la cultura, el énfasis en la trascendencia de las músicas, en la relevancia del profundo sentido corporal de nuestra cultura o los contrastes entre lo privado y lo público en la apropiación cultural.

Nada de eso se trata en el Panfleto. Y esta tarea de lectura es precisamente uno de los retos de la cultura. Así lo recuerda Clifford Geertz cuando escribe que "Creyendo como Max Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que el mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser, por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en búsqueda de significaciones".

VERSIONES Y PERVERSIONES DE UN CHIMPANCÉ ILUMINADO

EFRAÍM MEDINA

I LA TELE Y OTROS DEMONIOS

Es obvio que la tele marca, como ningún otro medio, los ritmos y percepciones de nuestra vida, que las últimas generaciones hemos crecido bajo su influjo y que de la tele derivamos nuestros conceptos básicos, nuestra sensibilidad, criterios y juicios. Sus posibilidades para influenciar y enriquecer nuestro espectro cultural e intelectual son infinitas pero la tele es un negocio y los negocios sólo buscan enriquecerse a sí mismos. También son negocios el cine, los periódicos, la radio, las revistas y todo eso que llamamos mass-media. Se trata de vender y hoy, hasta para vender el alma al diablo, habría que poner un aviso, *pasar la información*, porque la información es el producto esencial, la mercancía definitiva de los medios. Todo lo que hacen y programan tiene como objetivo cautivar nuestras almas y vendérselas al mejor postor. Si el diablo quiere ganar tiene que saber bien dónde pone el aviso. Confundir información con sabiduría es una de las más graves y extendidas enfermedades contemporáneas y la sufren por igual filósofos y sirvientas: cientos de personas en los cafés y aulas universitarias miden ferozmente su capacidad intelectual a través de lo que son capaces de recordar de los noticieros, sobre todo de las secciones de farándula, de hecho se llama artista con más propiedad a un cantante o presentador de la tele que a un poeta o pintor. No me sorprende que, según la encuesta, entre los personajes y artistas más admirados figuren esperpentos como Shakira, Juanes o Miguel Varóni mezclados con la inefable momia sagrada que es García Márquez y los deportistas de moda. La tele impone su criterio y su criterio es tan eficaz como

el concepto de libre albedrío en una gallina. Para la tele lo que se vende es bueno y punto. Precisamente las chicas, a propósito de gallinas, que presentan las secciones de farándula son quienes rigen el gusto y dictan cátedra (mientras venden artefactos múltiples) sobre diseñadores, músicos, novelistas y cocineros.
Si no apareces, o al menos eres mencionado en la tele, no existes. Visto así la tele es el enemigo a vencer, el monstruo que devora los valores esenciales y nos convierte en impávidos mamíferos repletos de ansiedad, bebidas gaseosas y sueños de plástico, pero la tele es más que eso, es el magnífico dios del hogar, la *aspirina del alma*, la respuesta fácil e inmediata a nuestras pequeñas inquietudes. Esta hecha a nuestra medida y poco puede hacer Umberto Eco para alejarnos de un *culebrón* mexicano. Mejorar los contenidos y calidades de la tele significa esfuerzo y dinero: si la horrible telenovela con su historia barata, sus actores de cuarta y su estúpido mensaje logra mantener el rating y satisfacer por igual clientes y televidentes, ¿para qué rayos cambiar de fórmula? La lógica de esa pregunta es exacta e implacable, tanto como que las telenovelas son fiel reflejo de nuestras ensoñaciones e identidad cultural o quizá sean exactamente lo contrario, quizá explotan nuestra carencia de sueños y las frágiles cuerdas que sostienen nuestra cacareada identidad cultural.

Es un hecho que Colombia es un país diverso tanto en su naturaleza geográfica como en sus etnias, de esto resulta, al menos eso se ha dicho y escrito con orgullo muchas veces, una riqueza cultural invaluable. ¿Existe esa riqueza o es parte de nuestra pretenciosa retórica?, según la encuesta nuestra fiesta nacional más famosa es el Reinado Nacional de Belleza que suplanta de mala forma la celebración de nuestra Independencia y los Cabildos que son más representativos, auténticos y ancestrales. El Reinado Nacional de Belleza es un producto hecho a la medida de la tele, su estructura no tiene como objetivo servir de punto de encuentro sino marcar las diferencias raciales, económicas y sociales, estratificar desde la belleza (Reina Nacional y Reina Popular[1]) hasta los lugares de diversión (Elegantes clubes de la aristocracia criolla[2] y casetas en los barrios marginales). A pesar de nuestra diversidad étnica para la tele sólo existe la raza blanca: los bebés de sus comerciales son rubios. Las amas de casa son rubias, los adolescentes y hasta las mascotas son rubias. Las otras razas aparecen para ocupar roles secundarios: la sirvienta y los meseros sueles ser negros, el tipo idiota de la telenovela puede ser un mestizo y sólo bajo mucha presión, y en medio de la crisis y la decadencia más atroz, fue posible que Colombia

[1] A la Reina Popular le está vedado representar nacionalmente a su distrito o departamento.
[2] Vedados a quien no tenga apellido ilustre, aunque últimamente se puede suplir con un montón de dinero sin importar su origen.

tuviera una reina nacional de belleza de raza negra. La tele marca los ritmos de nuestros pensamientos, hace que sintamos asco de nosotros mismos, movidos por su mensaje seductor vamos detrás del dentífrico mágico, el alimento ideal, el limpiaculos perfecto para el perfecto imbécil.

II POETAS Y CARNICEROS

Poeta: Shakira no canta ni baila, tiene un sonsonete y un meneo.
Carnicero: Pero su enorme trasero y su estribillo venden miles de copias y en cambio nadie compra tus libros.
Poeta: Mis libros no están hechos para las manadas sino para espíritus selectos.
Carnicero: Selecto mi culo. ¿Para qué te sirve la inteligencia si te mueres de hambre?
Poeta: En cinco años nadie sabrá quién fue Shakira, en cambio lo mío es inmortal.
Carnicero: Todo se acaba y seguro tu inmortalidad no durará tanto como piensas. ¿Quién te conoce aparte de mí?
Poeta: No importa quién, en lo invisible, en lo improbable, seguiré existiendo.
Carnicero: A mí me gusta ver, me gusta toda esa carne que mueve Shakira y espero que no metas en lo invisible la cuenta que me debes.

Alonso, un extraordinario y desconocido escritor y director de teatro solía decir que no sabía qué cosa era arte pero sabía lo que no lo era. Definir las fronteras entre lo que es cultura y lo que no lo es resulta aún más complicado. ¿Qué cosa no es cultura? El arte es parte de la cultura pero la cultura va más allá, abarca cada rasgo de un hombre o de una comunidad y dentro de una determinada cultura todos esos rasgos tienen un valor. ¿Qué hace que una sinfonía de J.S. Bach sea más importante que una canción de Alejo Durán? ¿O no es más importante? A mi modo de ver no es "más" importante pero lo es. En el tiempo, en la historia de la humanidad, y ya sabemos que la historia es una trama de hierro construida por hombres de hierro, en la mayor parte del mundo, lo es. En algunos pueblos de las sabanas de Bolívar y Sucre nadie escuchó hablar de J.S. Bach y aunque supieran quien es jamás lo pondrían por encima de Alejo. ¿Acaso pesa más un kilo de algodón que un kilo de plomo? No existe una competencia entre Alejo y Bach, sería estúpido pero más estúpido es negarle a esos pueblos donde Alejo es un dios la oportunidad de escuchar a Bach, dar por sentado que eso no es para ellos y olvidar que música es música y el acordeón es un instrumento de origen alemán.

Carnicero: ¿Por qué odias a Shakira?
Poeta: No la odio, me gusta. Me parece bella y me divierte, ella está en el negocio de los sonsonetes y el meneo y no lo hace mal, no todos tienen que hacer música.

Carnicero: Pero ella hace música y canta muy bien, por eso se ha ganado una pila de premios.
Poeta: Si te fijas bien su sonsonete, eso que llamas música, siempre es igual. Hay variaciones de tiempo y algunos efectos electrónicos pero no música y las letras son de una pobreza infame. Los premios son parte de la promoción, los dueños del negocio se lo dan a quien vende más para que venda aún más.
Carnicero: ¿Y Juanes?
Poeta: Es peor que Shakira. Esta gente está hecha y enlatada al vacío y cuando se agoten serán reemplazados, la fábrica de muñecos de plástico trabaja día y noche. Una canción no aguanta mucho tiempo en el número uno...
Carnicero: ¿Qué vaina es música entonces?
Poeta: Cada quien tiene sus exigencias, las mías tienen que ver con la exploración, gamas y relaciones de sonidos. No importa el género siempre se pueden encontrar buenas cosas, cosas hechas sin intención de mercado.
Carnicero: Te gusta lo que no se vende, lo que casi nadie escucha.
Poeta: Al contrario, me gustaría que esa música hecha a partir de la música y no del Hit Parade fuera escuchada por millones, que pudieran notar las diferencias...
Carnicero: Para joder a Shakira.
Poeta: Una cosa no excluye a la otra, un día se pueden comer frijoles y al otro día langosta, todos deberíamos tener la oportunidad de escuchar *La Ofrenda Musical*, es magnífica y también lo es *El Mejoral*.
Carnicero: Pero Shakira es una langosta, hermano.
Poeta: ¿Por qué tiene toda la carne atrás?

Los tres primeros lugares de mi Hit Parade de toda la vida serían: 1. Ben de Michael Jackson – 2. Lucero Espiritual de Juancho Polo Valencia – 3. La Ofrenda Musical de Bach.

1. Ben: Creo que fue compuesta por D. Black-W. Scharf aunque eso es meramente anecdótico. La canción no sería posible sin Michael. Es él, con su increíble habilidad, quien convierte unos sencillos acordes y algo de blanda retórica en algo letal, algo que nos atraviesa, nos destruye y nos deja pasmados. Ben es la rata asesina, el animal acosado que todos quieren aniquilar. Michael es Ben y lo sabe y por eso la canción es única.

2. Lucero Espiritual: ¿Qué puedo decir sobre los apurados acordes, la desgarrada voz y el fastuoso sortilegio de las palabras? De verdad me eriza recordar esta pieza irrepetible que por si sola justifica, supera y borra toda esa bulla que

llamamos vallenato. En otra canción, el autor de Lucero Espiritual, se autorretrata así: *Juancho Polo Valencia/ no tiene dientes ni tiene muelas/ No tuvo grado de escuela/ Pero al cantar es la ciencia.* Y lo era.

3. La Ofrenda Musical: Gustavo Taylor (un amigo pianista) me enseñó a escuchar y descubrir el arduo artificio que sostiene esta catedral del sonido. Un impertinente rey mortificó a Bach (es una historia larga y maravillosa que vale la pena investigar) y su respuesta, su regalo envenenado, fue esta pieza. Bach la compuso a partir de unas pocas notas dadas por el rey. ¡De unas pocas notas! Es increíble pero siempre están allí esas notas aunque no sé si el rey pudo encontrarlas.

III LENGUAJE E IDIOMA

Mi afición por el rock viene de la infancia y recuerdo que en esa época muchos se burlaban de mí porque escuchaba una música que no podía entender, para ellos una canción era la letra y si no podías entender la letra, la canción no existía. Pero ya sabemos que la música es un lenguaje y el lenguaje no tiene idioma. A diferencia del idioma el lenguaje es más abstracto e imaginativo, sus fronteras no están definidas. El idioma es limitado y apreciar las cosas sólo dentro del contexto del idioma nos limita aún más. Las cosas son buenas, malas y todo lo contrario pero una manía colombiana es el extremismo, el sólo amar y odiar y juzgar todo a partir de esos sentimientos: si aman admiran lo que aman, aprecian lo que aman, lo que aman es lo mejor. Si odian no ven ningún atributo en lo que odian. Es una visión estrecha y pasional que no deja margen a la reflexión ni a la crítica, nada es más complicado para un colombiano que reconocer un error o un defecto. Si alguien se lo señala se convertirá al instante en su enemigo. Este rasgo fundamental y negativo de nuestra cultura distorsiona la idea que tenemos de nosotros mismos, nos hace dar tumbos entre el entusiasmo de una nacionalidad pervertida y el implacable filo del auto despreció, y la verdad es que no somos tan buenos ni malos sino todo lo contrario. Se supone que la cultura debería jugar su papel más importante aportando elementos para la comunicación y la tolerancia, abriendo espacios donde las nuevas generaciones puedan expresar el origen cada vez más fragmentado de sus ensoñaciones, búsquedas y fracasos. Pensar que un chico es estúpido porque escucha rock en una ciudad del Caribe o es peligroso porque no se identifica con la desmesurada saga de Macondo, *obligarlo* a sentir la nacionalidad en el calendario festivo o en las inocuas máscaras de la tele es una forma de aniquilación. También lo es repetir día tras día con el pecho inflado que García Márquez es el más grande escritor del mundo, que no existe un

pintor en el mundo más famoso que Botero, que sin el Pibe Valderrama no podemos jugar al fútbol… y bla, bla, bla… Son buenos, son grandes, han hecho lo suyo pero la vida sigue y los nuevos pintores, escritores, deportistas, etc. deben encontrar su propio espacio y lenguaje. Necesitamos no uno sino muchos capaces de escribir bien, pintar bien, jugar bien al fútbol. Brasil ama a Jorge Amado y a Pelé pero no vive de sus glorias, lo mismo sucede en Argentina con Borges y Maradona. La cultura se mueve con la vida y la idea de cultura debe adaptarse a la idea de vida. ¿Por qué rayos no se puede criticar a ciertos personajes y mitos de nuestra cultura? Nada hay de sagrado en ellos, no son intocables y nada en una cultura lo es. Es curioso que, precisamente a la mayoría de esos personajes que inflan nuestros pechos de orgullo, les importe muy poco la suerte que corramos. Ninguno de estos intelectuales y celebridades han aportado sus ideas y el innegable eco que podrían tener ante el mundo en la búsqueda de salidas a nuestro conflicto, más bien se han hecho los de la vista gorda y sólo aparecen para recibir honores y tomarse fotos con los mismos políticos corruptos e incapaces que han construido nuestra miseria. Nos desgañitamos a gritos porque Montoya gana una carrera de Fórmula Uno pero Montoya sólo viene aquí a firmar comerciales que le llenan la bolsa de billetes y claro, vive a pocos kilómetros del Principado de Mónaco (donde no hay que pagar impuestos). García Márquez y su familia viven en México y USA (y allí invierten buena parte de su fortuna), Botero y su familia en Europa y USA, etc, etc. De vez en cuando traen alguna migaja por acá y entonces los medios recogen el gesto y los elevan a héroes. Es cierto que cada persona hace con su vida lo que se le antoja y que un artista o celebridad no tiene porque comprometerse con un país, lo inaceptable es la farsa. Todos esos ídolos locales van diciendo en cada entrevista que aman su país, que es el país más bello del mundo, que todos los libros, canciones y gestas deportivas las han realizado por la paz de su país. Mentira: ninguna canción, novela o triunfo deportivo aporta un ápice por la paz de este país. Detrás de estos íconos de nuestra cultura rigen la miseria y la guerra sangrienta que ellos observan, si es que lo hacen, a prudente distancia. Como Alonso ignoro que cosa es la cultura pero me niego a creer que está sea una suma de festividades, algunos recuerdos borrosos de una historia borrosa y todavía mal contada o la aparición en una seguidilla de comerciales del arrogante Montoya, convertido en títere para la diversión de los reyes del mundo. En mi opinión el Realismo Mágico es la ceniza de un sueño porque en Colombia vivimos personas que cualquier día volamos por el aire no víctima de un conjuro sino de una bomba. Personas que tenemos los mismos sueños, la mente, la cultura y los líos de cualquier ser humano en el planeta. Los elementos ancestrales perviven en todas las culturas pero en el mundo contemporáneo hay elementos afines y un

lenguaje que va más allá del idioma o la geografía. Valoro cada cosa que soy y de la que estoy hecho y deshecho, el mundo es mi hogar aun el mundo que se niega a aceptarme y el que yo no acepto.

Los resultados de esta encuesta me dejan la sensación de una cultura enferma, enferma de tele y violencia, de ignorancia, de ausencia de criterios. Una cultura del abandono, del auto desprecio, de lo mediático. Los colombianos hemos sido, de manera sistemática, condenados a no saber qué sucede en torno nuestro, a ignorar porque nos eliminan día tras día y en todos los sentidos posibles. Sólo sabemos de Reinados de Belleza, cantantes y actores de moda, momias sagradas y fechas históricas sin contenido. Tras la violencia y la tele se oculta un mundo vibrante y poderoso donde convergen elementos culturales de diversa indóle, un mundo donde es posible elegir un modo que no sería el "modo típico colombiano". Donde Carlos Vives no es el salvador del vallenato ni García Márquez el dios omnipotente de las letras ni Botero importa un pito. De ese mundo soy parte y por eso prefiero ,antes que posar de momia ilustrada o monje intocable, ser un chimpancé perverso e iluminado.

ENCUESTA NACIONAL DE CULTURA 2002

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

I. DATOS DEL INFORMANTE

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
MUNICIPIOS							
BOGOTA	**159**	**159**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
* Bogotá	159	159	-	-	-	-	-
ATLANTICA	**211**	**-**	**211**	**-**	**-**	**-**	**-**
* Barranquilla	81	-	81	-	-	-	-
* Cienaga	50	-	50	-	-	-	-
* Turbaco	20	-	20	-	-	-	-
* Astrea	20	-	20	-	-	-	-
* Moñitos	20	-	20	-	-	-	-
* Toluviejo	20	-	20	-	-	-	-
PACIFICA	**210**	**-**	**-**	**210**	**-**	**-**	**-**
* Cali	80	-	-	80	-	-	-
* Cartago	50	-	-	50	-	-	-
* Corinto	21	-	-	21	-	-	-
* Chachagui	19	-	-	19	-	-	-
* Aldana	20	-	-	20	-	-	-
* Rosas	20	-	-	20	-	-	-
CENTRAL	**210**	**-**	**-**	**-**	**210**	**-**	**-**
* Medellin	80	-	-	-	80	-	-
* Calarca	50	-	-	-	50	-	-
* Tello	20	-	-	-	20	-	-
* Supia	20	-	-	-	20	-	-
* Mistrato	20	-	-	-	20	-	-
* Guayabal	20	-	-	-	20	-	-
ORIENTAL	**210**	**-**	**-**	**-**	**-**	**210**	**-**
* Bucaramanga	80	-	-	-	-	80	-
* Girardot	50	-	-	-	-	50	-
* Pesca	20	-	-	-	-	20	-
* Salazar	20	-	-	-	-	20	-
* El Playon	20	-	-	-	-	20	-
* Ubala	20	-	-	-	-	20	-
TERRITORIOS NACIONALES	**90**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**90**
* Leticia	30	-	-	-	-	-	30
* Yopal	30	-	-	-	-	-	30
* Puerto Inirida	30	-	-	-	-	-	30
	1090	159	211	210	210	210	90

ENCUESTA NACIONAL DE CULTURA 2002

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

I. DATOS DEL INFORMANTE

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
EDAD							
* 12-17 años	14.9	10.1	17.1	13.3	16.7	15.7	15.5
* 18-24 años	17.3	16.3	17.5	18.6	13.3	21.0	16.7
* 25-34 años	19.9	23.9	17.5	21.0	20.5	17.6	20.0
* 35-44 años	20.5	20.8	17.5	20.5	24.8	17.1	25.5
* 45-54 años	15.0	15.7	14.7	13.3	15.7	14.8	16.7
* 55 ó más	12.4	13.2	15.7	13.3	9.0	13.8	5.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
SEXO							
* Masculino	49.1	49.7	50.2	47.6	51.0	49.0	44.4
* Femenino	50.9	50.3	49.8	52.4	49.0	51.0	55.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ESTRATO							
* Alto	6.8	6.3	4.8	4.8	4.8	13.3	6.7
* Medio	27.4	54.7	14.2	16.7	17.6	29.5	53.3
* Bajo	22.2	39.0	19.4	17.1	15.7	19.1	33.3
* Sin estrato	43.6	-	61.6	61.4	61.9	38.1	6.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

I. DATOS DEL INFORMANTE

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
NIVEL EDUCATIVO							
* Ninguno	2.1	1.3	2.4	0.9	4.8	0.9	2.2
* Primaria	29.6	19.5	24.6	34.3	35.2	36.2	20.0
* Secundaria	51.3	54.7	54.5	50.0	49.5	46.7	55.6
* Profesional	14.1	18.2	18.5	11.9	8.6	11.9	20.0
* Postgrado	0.9	1.9	-	1.0	1.4	0.9	-
* Otros	1.9	4.4	-	1.9	0.5	2.9	2.2
* No responde	0.1	-	-	-	-	0.5	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

II. LA CULTURA

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%

1. ¿Cuáles son las disciplinas o actividades

que usted recuerda espontáneamente cuando piensa en la palabra Cultura? Encuestador: NO LEER, y clasifique según Tarjeta XX

*** ACTIVAS**	**40.5**	**36.5**	**38.9**	**45.7**	**37.1**	**50.5**	**23.3**
* Practicar deporte	12.6	5.0	5.2	18.6	14.8	21.9	2.2
* Relacionarse/pertenecer a grupos sociales/ actividades	6.8	5.7	10.9	8.6	5.2	4.8	3.3
* Hacer teatro/actúa	4.4	5.0	2.8	3.8	1.0	11.4	-
* Hacer música/cantar	4.3	3.1	6.2	2.4	4.8	5.2	3.3
* Pintar/pintura	3.5	3.8	5.2	1.4	2.9	3.8	4.4
* Enseñar comportamiento/modales/costumbres	3.1	2.5	2.4	1.0	7.6	0.5	6.7
* Escribir libros	2.3	2.5	0.5	2.9	2.4	4.3	-
* Practicar fútbol/campeonatos de fútbol	2.1	2.5	1.9	4.8	2.4	-	-
* Hacer danza/practicar danza	1.9	4.4	0.5	2.9	1.4	1.9	-
* Practicar/hacer recreación	1.8	5.0	0.9	1.0	2.4	1.0	1.1
* Toca guitarra	1.7	0.6	1.9	1.4	1.0	4.3	-
* Ir a bibliotecas	1.7	1.3	1.4	1.0	1.4	2.9	2.2
* Escribir poesía	1.6	-	0.9	1.9	1.0	4.3	-
* Ir a parques	1.3	3.8	1.9	0.5	1.0	0.5	-
* Escribir/pertenecer a un periódico	1.0	1.3	1.4	-	0.5	0.5	4.4
* Hacer cine	0.9	0.6	-	-	-	4.3	-
* Hacer arte/crear	0.8	1.9	0.5	1.4	1.0	-	-
* Practicar basqueball	0.4	1.3	-	0.5	0.5	-	-
* Componer	0.4	0.6	0.5	-	-	1.0	-
* Crear tecnología	0.4	1.3	0.5	0.5	-	-	-
* Hacer esculturas/monumentos	0.3	0.6	-	-	0.5	0.5	-
* Participar en campeonatos de tejo	0.3	0.6	0.5	-	-	0.5	-
* Practicar natación	0.3	-	0.5	-	1.0	-	-
* Hacer televisión	0.2	0.6	-	-	-	0.5	-
* Hacer fotografía	0.2	1.3	-	-	-	-	-
* Practicar ciclismo	0.2	0.6	-	-	0.5	-	-
* Participar en campeonatos de rana	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Crítica	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Enseñar danzas	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Practicar atletismo	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Enseñar poesía	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Hacer radio	0.1	0.6	-	-	-	-	-
*** PASIVAS**	**74.2**	**84.3**	**74.9**	**73.8**	**64.8**	**81.9**	**60.0**
* Lectura de libros	15.7	11.3	11.4	18.6	14.8	26.7	3.3
* Escuchar música	13.7	10.7	6.2	28.6	10.5	16.2	3.3
* Comportamiento	13.4	16.4	19.0	14.3	14.3	2.9	15.6
* Bailar/bailes	12.6	13.8	15.6	14.8	9.5	9.5	12.2
* Ver televisión	10.2	5.0	4.7	21.9	10.5	9.0	6.7
* Asistir a teatro	7.6	18.9	1.4	5.2	4.3	14.3	-
* Costumbres	6.8	3.1	14.2	6.7	2.4	4.8	11.1
* Aprendizaje	6.1	13.8	3.3	7.1	4.8	4.3	3.3
* Visita a museos/museos	5.5	9.4	1.9	4.8	8.1	5.2	3.3
* Escuchar radio	5.4	5.7	1.9	14.3	1.9	4.8	2.2
* Folckore	5.2	4.4	8.5	4.8	2.4	3.8	10.0
* Leer Revistas	5.0	20.1	0.5	3.3	2.9	4.3	-
* Recreación	4.1	7.5	6.2	1.0	6.7	0.5	3.3
* Asistencia a presentaciones de danza	3.2	5.7	0.5	1.4	-	10.5	-
* Asistir a eventos deportivos/juegos	3.1	3.1	2.4	2.9	1.9	6.7	-
* Lectura de periódico	2.8	1.9	0.5	5.7	5.2	1.4	1.1
* Asistir a cine	2.7	7.5	-	0.5	1.4	6.2	-
* Viajes	2.2	1.3	1.9	5.2	1.0	1.4	2.2
* Visitar sitios Históricos	2.0	4.4	-	2.9	0.5	2.4	3.3
* Visita a exposiciones de pintura	1.8	2.5	0.9	0.5	-	6.2	-
* Recitales	1.7	-	0.5	2.9	0.5	5.2	-
* Asistencia a conciertos (guitarra, etc)	1.7	5.7	-	-	1.0	2.9	1.1
* Parques	1.6	2.5	-	2.4	2.4	1.4	-
* Disciplina	1.2	1.3	1.9	1.9	-	0.5	2.2
* Lectura de poesía	1.1	2.5	-	1.9	1.0	1.0	-

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

II. LA CULTURA

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Lenguaje	1.0	2.5	0.9	1.0	0.5	-	2.2
* Historia	0.9	2.5	0.5	-	1.0	0.5	2.2
* Visita a monumentos/esculturas	0.9	1.3	0.5	0.5	1.0	1.4	1.1
* Salir a comer	0.8	-	0.9	0.5	-	-	6.7
* Utilización de la tecnología/internet	0.5	-	-	1.0	1.4	-	-
* Asistir a eventos de malabarismo	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Asistir a eventos de natación	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Asistir a eventos de judo	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Asistir a eventos de atletismo	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Asistir a eventos de ciclismo	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Asistir a eventos de Karate	0.1	0.6	-	-	-	-	-

*** GENERALES**	**54.6**	**40.3**	**59.7**	**65.2**	**58.1**	**38.1**	**73.3**
* Danza	17.5	3.1	22.7	22.9	12.4	20.0	24.4
* Teatro	12.2	13.2	6.2	21.4	16.2	3.3	14.4
* Lectura	11.8	14.5	7.1	16.2	17.1	1.0	21.1
* Música	11.7	11.3	12.8	12.9	14.3	1.0	25.6
* Deportes	10.4	8.2	17.1	5.7	12.9	2.9	21.1
* Pintura	7.4	5.0	7.6	10.5	6.7	6.7	7.8
* Arte	5.7	4.4	5.7	11.0	4.8	1.0	8.9
* Educación	5.3	5.0	10.9	2.9	3.3	1.0	13.3
* Cine	5.2	6.9	0.9	12.9	4.8	1.4	4.4
* Manualidades	3.2	-	1.9	3.8	2.9	7.6	1.1
* Poesía	2.8	1.9	0.9	3.8	4.3	3.3	2.2
* Artesanías	2.0	0.6	1.9	1.4	2.9	2.9	2.2
* Religión	1.4	0.6	4.7	1.0	-	-	2.2
* Escultura	1.3	1.3	0.9	1.4	1.9	0.5	2.2
* Cuenteros	1.1	-	-	1.0	1.0	3.3	1.1
* Televisión	0.8	5.0	-	0.5	-	-	-
* Tenología	0.6	0.6	0.5	0.5	1.0	-	1.1
* Fotografía	0.2	-	-	0.5	0.5	-	-
* Belleza	0.2	-	0.9	-	-	-	-
* No responde	0.6	-	0.5	-	1.0	-	3.3

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

II. LA CULTURA

		REGIONES					
	TOTAL	BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS 1090	159	211	210	210	210	90	
	%	%	%	%	%	%	%
2. ¿En cuáles campos culturales o artísticos cree usted que es importante Colombia? Encuestador: entregue Tarjeta A, espere TRES respuestas							
* Deportes	62.7	57.9	66.8	68.1	64.3	56.7	58.9
* Música	52.1	49.7	57.8	51.0	54.3	53.3	37.8
* Monumentos y sitios históricos	40.6	43.4	35.5	38.6	43.3	38.1	51.1
* Literatura	40.5	44.7	41.2	38.6	36.7	43.8	36.7
* Danza	34.8	25.8	37.9	34.3	30.0	36.7	51.1
* Pintura/Escultura	32.4	45.9	20.9	28.1	40.0	25.2	44.4
* Ciencia y Tecnología	29.3	27.7	27.0	28.6	33.3	32.9	21.1
* Teatro	25.7	30.8	24.6	26.7	21.4	27.1	23.3
* Poesía	8.8	7.5	5.7	11.0	11.9	6.7	11.1
* Otros	2.2	5.0	1.4	1.9	1.0	1.0	5.6

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

		REGIONES					
	TOTAL	BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
3. ¿Asiste o presencia usted alguna actividad cultural o artística?							
* Si asisto o presencio	91.2	96.2	65.9	98.6	94.3	98.6	100.0
* No asisto ni presencio	8.7	3.2	34.1	1.4	5.7	1.4	-
* No responde	0.1	0.6	-	-	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
ACTIVIDADES CULTURALES QUE PARTICIPA							
* Escuchar música	95.0	99.4	93.4	97.6	93.8	94.3	88.9
* Ver televisión	90.8	90.6	87.7	93.3	91.0	93.8	85.6
* Escuchar radio	90.6	95.0	86.7	96.2	88.1	91.4	82.2
* Disfrute del espacio público (ciclovías, parques, plazas)	71.2	80.5	70.1	68.1	75.2	62.4	75.6
* Lectura de periódicos	68.1	79.9	70.1	69.5	66.2	58.1	66.7
* Asistencia a eventos deportivos	66.7	70.4	67.3	62.9	59.0	68.1	82.2
* Lectura de libros	65.6	78.6	67.8	64.3	61.4	52.4	81.1
* Lectura de revistas	63.5	78.0	64.9	65.2	56.2	51.4	75.6
* Bailar (discotecas, rumba)	59.0	66.7	61.6	63.8	55.2	49.5	58.9
* Participación en fiestas populares	57.4	52.2	63.0	70.0	52.9	44.8	64.4
* Asistencia a presentaciones de danza	47.0	48.4	51.7	45.7	38.6	41.4	68.9
* Escuchar poesía	41.8	48.4	37.4	45.2	38.6	36.2	53.3
* Asistencia a bibliotecas	40.8	52.8	36.5	33.8	36.2	38.6	62.2
* Alquiler de videos	37.6	50.9	20.9	41.9	36.2	36.2	50.0
* Asistencia a conciertos	35.8	47.2	31.3	37.6	31.0	32.4	41.1
* Asistencia a cine	34.9	56.0	24.2	35.2	35.2	30.0	32.2
* Visita a exposiciones	33.1	42.8	16.6	38.6	32.4	27.1	57.8
* Visita a centros históricos	32.3	53.5	22.7	29.5	32.4	23.3	44.4
* Visita a monumentos	31.3	54.1	25.6	29.5	29.5	24.3	28.9
* Visita a museos	30.3	61.0	15.6	29.0	31.4	21.0	32.2
* Asistencia a teatro	27.3	46.5	10.4	30.0	28.6	26.2	26.7
* Navegación en Internet	26.2	34.6	13.7	27.6	23.8	25.7	44.4
* Asistencia a Toros	22.5	17.0	24.6	25.7	18.1	23.3	27.8
* Visita a sitios arqueológicos	20.4	34.6	13.3	17.6	22.4	14.3	27.8
* Otras actividades	5.3	5.7	0.9	11.0	5.7	2.9	6.7

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.

5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
a. LECTURA DE LIBROS							
¿Asiste o presencia?							
* Si	65.6	78.6	67.8	64.3	61.4	52.4	81.1
* No	34.4	21.4	32.2	35.7	38.6	47.6	18.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	715	125	143	135	129	110	73
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	715	125	143	135	129	110	73
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	11.3	8.0	7.0	10.4	11.6	20.0	13.7
* Frecuentemente [4]	25.2	25.6	28.0	18.5	27.1	23.6	30.1
* De vez en cuando [3]	60.0	61.6	60.1	68.9	58.2	54.6	52.1
* Casi nunca [2]	3.5	4.8	4.9	2.2	3.1	1.8	4.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Top Two Boxes	36.5	33.6	35.0	28.9	38.8	43.6	43.8
Bottom Two Boxes	3.5	4.8	4.9	2.2	3.1	1.8	4.1
Promedio	3.4	3.4	3.4	3.4	3.5	3.6	3.5

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES
4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
b. LECTURA DE REVISTAS							
¿Asiste o presencia?							
* Si	63.5	78.0	64.9	65.2	56.2	51.4	75.6
* No	36.5	22.0	35.1	34.8	43.8	48.6	24.4
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	692	124	137	137	118	108	68
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	690	124	137	137	118	107	67
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	9.0	10.5	3.7	9.5	11.9	10.3	9.0
* Frecuentemente [4]	29.7	37.1	24.1	27.7	24.6	34.6	32.8
* De vez en cuando [3]	55.1	46.8	62.0	56.2	60.2	51.4	50.7
* Casi nunca [2]	6.1	5.6	10.2	6.6	2.5	3.7	7.5
* Nunca [1]	0.1	-	-	-	0.8	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.3	-	-	-	-	0.9	1.5
Top Two Boxes	38.7	47.6	27.7	37.2	36.4	44.9	41.8
Bottom Two Boxes	6.2	5.6	10.2	6.6	3.4	3.7	7.5
Promedio	3.4	3.5	3.2	3.4	3.4	3.5	3.4

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES
4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
c. LECTURA DE PERIODICOS							
¿Asiste o presencia?							
* Si	68.1	79.9	70.1	69.5	66.2	58.1	66.7
* No	31.9	20.1	29.9	30.5	33.8	41.9	33.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	742	127	148	146	139	122	60
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	741	127	148	146	139	121	60
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	12.5	16.5	12.1	7.5	10.8	17.4	11.7
* Frecuentemente [4]	35.0	34.7	33.8	32.2	36.7	40.5	30.0
* De vez en cuando [3]	46.4	38.6	48.0	54.1	47.5	38.8	53.3
* Casi nunca [2]	6.1	10.2	6.1	6.2	5.0	3.3	5.0
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.1	-	-	-	-	0.8	-
Top Two Boxes	47.5	51.2	45.9	39.7	47.5	57.9	41.7
Bottom Two Boxes	6.1	10.2	6.1	6.2	5.0	3.3	5.0
Promedio	3.5	3.6	3.5	3.4	3.5	3.7	3.5

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
d. ESCUCHAR POESIA							
¿Asiste o presencia?							
* Si	41.8	48.4	37.4	45.2	38.6	36.2	53.3
* No	58.2	51.6	62.6	54.8	61.4	63.8	46.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	456	77	79	95	81	76	48
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	455	77	79	95	81	75	48
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	13.0	16.9	8.9	16.8	13.6	10.7	8.3
* Frecuentemente [4]	22.6	26.0	25.3	17.9	22.2	26.7	16.7
* De vez en cuando [3]	54.3	42.8	50.6	57.9	56.8	54.6	66.7
* Casi nunca [2]	9.9	14.3	13.9	7.4	7.4	8.0	8.3
* Nunca [1]	0.2	-	1.3	-	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.2	-	-	-	-	1.3	-
Top Two Boxes	35.6	42.9	34.2	34.7	35.8	37.3	25.0
Bottom Two Boxes	10.1	14.3	15.2	7.4	7.4	8.0	8.3
Promedio	3.4	3.5	3.3	3.4	3.4	3.4	3.3

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
e. ESCUCHAR MÚSICA							
¿Asiste o presencia?							
* Si	95.0	99.4	93.4	97.6	93.8	94.3	88.9
* No	5.0	0.6	6.6	2.4	6.2	5.7	11.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	1035	158	197	205	197	198	80
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	1034	158	197	205	197	197	80
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	42.8	41.8	32.5	50.2	47.2	47.2	30.0
* Frecuentemente [4]	41.8	43.0	47.7	35.1	40.1	39.6	51.2
* De vez en cuando [3]	14.8	14.6	19.3	13.7	12.7	12.7	17.5
* Casi nunca [2]	0.6	0.6	0.5	1.0	-	0.5	1.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.1	-	-	-	-	0.5	-
Top Two Boxes	84.6	84.8	80.2	85.4	87.3	86.8	81.3
Bottom Two Boxes	0.6	0.6	0.5	1.0	-	0.5	1.3
Promedio	4.3	4.3	4.1	4.3	4.3	4.3	4.1

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
f. ESCUCHAR RADIO							
¿Asiste o presencia?							
* Si	90.6	95.0	86.7	96.2	88.1	91.4	82.2
* No	9.4	5.0	13.3	3.8	11.9	8.6	17.8
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	987	151	183	202	185	192	74
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	986	151	183	202	185	191	74
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	42.5	41.1	26.8	50.5	48.7	45.1	40.5
* Frecuentemente [4]	40.9	43.0	47.5	39.1	40.0	36.1	39.2
* De vez en cuando [3]	15.9	13.9	25.7	9.4	10.8	18.3	20.3
* Casi nunca [2]	0.7	2.0	-	1.0	0.5	0.5	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.1	-	-	-	-	0.5	-
Top Two Boxes	83.4	84.1	74.3	89.6	88.6	81.2	79.7
Bottom Two Boxes	0.7	2.0	-	1.0	0.5	0.5	-
Promedio	4.3	4.2	4.0	4.4	4.4	4.3	4.2

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
g. VER TELEVISIÓN							
¿Asiste o presencia?							
* Sí	90.8	90.6	87.7	93.3	91.0	93.8	85.6
* No	9.2	9.4	12.3	6.7	9.0	6.2	14.4
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	990	144	185	196	191	197	77
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	988	144	185	196	190	196	77
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	41.6	38.2	34.1	47.4	49.0	42.3	31.2
* Frecuentemente [4]	40.3	40.3	47.0	37.8	34.2	42.9	38.9
* De vez en cuando [3]	17.1	20.1	18.9	13.8	16.3	13.3	27.3
* Casi nunca [2]	1.0	1.4	-	1.0	0.5	1.5	2.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.2	-	-	-	0.5	0.5	-
Top Two Boxes	81.9	78.5	81.1	85.2	83.2	85.2	70.1
Bottom Two Boxes	1.0	1.4	-	1.0	0.5	1.5	2.6
Promedio	4.2	4.2	4.2	4.3	4.3	4.3	4.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
h. ASISTENCIA A CINE							
¿Asiste o presencia?							
* Sí	34.9	56.0	24.2	35.2	35.2	30.0	32.2
* No	65.1	44.0	75.8	64.8	64.8	70.0	67.8
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	380	89	51	74	74	63	29
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	379	89	51	74	74	62	29
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	6.6	5.6	5.9	6.7	4.0	12.9	3.5
* Frecuentemente [4]	15.3	11.2	11.8	17.6	17.6	16.1	20.7

* De vez en cuando [3]	67.0	69.7	74.5	67.6	68.9	58.1	58.6
* Casi nunca [2]	11.1	13.5	7.8	8.1	9.5	12.9	17.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.3	-	-	-	-	1.6	-
Top Two Boxes	21.9	16.9	17.6	24.3	21.6	29.0	24.1
Bottom Two Boxes	11.1	13.5	7.8	8.1	9.5	12.9	17.2
Promedio	3.2	3.1	3.2	3.2	3.2	3.3	3.1

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
i. ASISTENCIA A TEATRO							
¿Asiste o presencia?							
* Si	27.3	46.5	10.4	30.0	28.6	26.2	26.7
* No	72.7	53.5	89.6	70.0	71.4	73.8	73.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	298	74	22	63	60	55	24
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	297	74	22	63	60	54	24
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	4.0	2.7	-	6.4	6.7	1.9	4.2
* Frecuentemente [4]	11.5	8.1	-	6.3	23.3	11.1	16.7
* De vez en cuando [3]	66.3	63.5	77.3	76.2	53.3	72.2	58.3
* Casi nunca [2]	18.2	25.7	22.7	11.1	16.7	14.8	20.8
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.3	-	-	-	-	1.8	-
Top Two Boxes	15.5	10.8	-	12.7	30.0	13.0	20.8
Bottom Two Boxes	18.2	25.7	22.7	11.1	16.7	14.8	20.8
Promedio	3.0	2.9	2.8	3.1	3.2	3.0	3.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
j. VISITA A MUSEOS							
¿Asiste o presencia?							

* Si	30.3	61.0	15.6	29.0	31.4	21.0	32.2
* No	69.7	39.0	84.4	71.0	68.6	79.0	67.8
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	330 %	97 %	33 %	61 %	66 %	44 %	29 %
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	329 %	97 %	33 %	61 %	66 %	43 %	29 %
* Muy frecuentemente [5]	1.5	2.1	-	1.6	-	2.3	3.4
* Frecuentemente [4]	10.3	8.2	9.1	8.2	12.1	9.3	20.7
* De vez en cuando [3]	73.9	70.1	75.8	77.1	77.3	79.1	62.1
* Casi nunca [2]	14.0	19.6	15.1	13.1	9.1	9.3	13.8
* Nunca [1]	0.3	-	-	-	1.5	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.3	-	-	-	-	2.3	-
Top Two Boxes	11.9	10.3	9.1	9.8	12.1	11.6	24.1
Bottom Two Boxes	14.3	19.6	15.2	13.1	10.6	9.3	13.8
Promedio	3.0	2.9	2.9	3.0	3.0	3.0	3.1

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090 %	159 %	211 %	210 %	210 %	210 %	90 %
k. VISITA A EXPOSICIONES							
¿Asiste o presencia?							
* Si	33.1	42.8	16.6	38.6	32.4	27.1	57.8
* No	66.9	57.2	83.4	61.4	67.6	72.9	42.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	361 %	68 %	35 %	81 %	68 %	57 %	52 %
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	360 %	68 %	35 %	81 %	68 %	56 %	52 %
* Muy frecuentemente [5]	3.6	7.3	2.9	3.7	4.4	1.8	-
* Frecuentemente [4]	14.4	20.6	11.4	12.3	13.2	16.1	11.5
* De vez en cuando [3]	68.1	50.0	74.3	70.4	72.1	73.2	73.1
* Casi nunca [2]	13.9	22.1	11.4	13.6	10.3	8.9	15.4
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.3	-	-	-	-	1.8	-
Top Two Boxes	18.1	27.9	14.3	16.0	17.6	17.9	11.5
Bottom Two Boxes	13.9	22.1	11.4	13.6	10.3	8.9	15.4
Promedio	3.1	3.1	3.1	3.1	3.1	3.1	3.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.

5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
l. ALQUILER DE VIDEOS							
¿Asiste o presencia?							
* Si	37.6	50.9	20.9	41.9	36.2	36.2	50.0
* No	62.4	49.1	79.1	58.1	63.8	63.8	50.0
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	410	81	44	88	76	76	45
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	408	81	44	88	75	75	45
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	9.3	9.9	6.8	9.1	13.3	10.7	2.2
* Frecuentemente [4]	31.4	25.9	25.0	35.2	26.7	37.3	37.8
* De vez en cuando [3]	52.7	51.9	63.6	51.1	53.3	49.3	51.1
* Casi nunca [2]	6.6	12.3	4.6	4.6	6.7	2.7	8.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.5	-	-	-	1.3	1.3	-
Top Two Boxes	40.7	35.8	31.8	44.3	40.0	48.0	40.0
Bottom Two Boxes	6.6	12.3	4.5	4.5	6.7	2.7	8.9
Promedio	3.4	3.3	3.3	3.5	3.5	3.6	3.3

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
m. ASISTENCIA A BIBLIOTECAS							
¿Asiste o presencia?							
* Si	40.8	52.8	36.5	33.8	36.2	38.6	62.2
* No	59.2	47.2	63.5	66.2	63.8	61.4	37.8
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	445	84	77	71	76	81	56
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	443	84	77	70	76	80	56
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	9.9	9.5	3.9	11.4	13.2	12.5	8.9
* Frecuentemente [4]	30.3	34.5	35.1	25.7	27.6	25.0	33.9
* De vez en cuando [3]	53.3	45.3	54.5	57.2	55.3	56.2	51.8
* Casi nunca [2]	6.5	10.7	6.5	5.7	3.9	6.3	5.4
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.4	-	-	1.4	-	1.2	-
Top Two Boxes	40.2	44.0	39.0	37.1	40.8	37.5	42.9

Bottom Two Boxes	6.5	10.7	6.5	5.7	3.9	6.3	5.4
Promedio	3.4	3.4	3.4	3.4	3.5	3.4	3.5

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES
4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
n. NAVEGACIÓN EN INTERNET							
¿Asiste o presencia?							
* Si	26.2	34.6	13.7	27.6	23.8	25.7	44.4
* No	73.8	65.4	86.3	72.4	76.2	74.3	55.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	286	55	29	58	50	54	40
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	285	55	29	58	50	53	40
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	17.9	20.0	27.6	13.8	18.0	18.9	12.5
* Frecuentemente [4]	28.4	30.9	27.6	27.6	36.0	22.6	25.0
* De vez en cuando [3]	47.7	43.6	37.9	56.9	44.0	49.1	50.0
* Casi nunca [2]	6.0	5.5	6.9	1.7	2.0	9.4	12.5
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.3	-	-	-	-	1.9	-
Top Two Boxes	46.3	50.9	55.2	41.4	54.0	41.5	37.5
Bottom Two Boxes	6.0	5.5	6.9	1.7	2.0	9.4	12.5
Promedio	3.6	3.7	3.8	3.5	3.7	3.5	3.4

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES
4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
o. ASISTENCIA A CONCIERTOS							
¿Asiste o presencia?							
* Si	35.8	47.2	31.3	37.6	31.0	32.4	41.1
* No	64.2	52.8	68.7	62.4	69.0	67.6	58.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	390	75	66	79	65	68	37
	%	%	%	%	%	%	%

¿Con qué frecuencia asiste/participa?

Base=Informan frecuencia de la actividad	389	75	66	79	65	67	37
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	8.2	9.3	13.6	11.4	9.2	1.5	-
* Frecuentemente [4]	19.0	10.7	22.7	20.3	20.0	23.9	16.2
* De vez en cuando [3]	61.5	54.7	56.1	58.2	67.7	67.2	70.3
* Casi nunca [2]	11.3	25.3	7.6	10.1	3.1	7.4	13.5
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.3	-	-	-	-	1.5	-
Top Two Boxes	27.2	20.0	36.4	31.6	29.2	25.4	16.2
Bottom Two Boxes	11.3	25.3	7.6	10.1	3.1	7.5	13.5
Promedio	3.2	3.0	3.4	3.3	3.4	3.2	3.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
p. ASISTEMCIA A EVENTOS DEPORTIVOS							
¿Asiste o presencia?							
* Si	66.7	70.4	67.3	62.9	59.0	68.1	82.2
* No	33.3	29.6	32.7	37.1	41.0	31.9	17.8
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	727	112	142	132	124	143	74
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	726	112	142	132	124	142	74
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	11.6	2.7	13.4	15.9	14.5	13.4	5.4
* Frecuentemente [4]	35.1	27.7	36.6	26.5	42.8	35.9	44.6
* De vez en cuando [3]	48.8	57.1	45.1	53.8	42.7	49.3	43.2
* Casi nunca [2]	4.5	12.5	4.9	3.8	-	1.4	6.8
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.1	-	-	-	-	0.7	-
Top Two Boxes	46.7	30.4	50.0	42.4	57.3	49.3	50.0
Bottom Two Boxes	4.5	12.5	4.9	3.8	-	1.4	6.8
Promedio	3.5	3.2	3.6	3.5	3.7	3.6	3.5

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90

	%	%	%	%	%	%	%
q. ASISTENCIA A PRESENTACIONES DE DANZA							
¿Asiste o presencia?							
* Si	47.0	48.4	51.7	45.7	38.6	41.4	68.9
* No	53.0	51.6	48.3	54.3	61.4	58.6	31.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	512	77	109	96	81	87	62
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	510	77	108	96	81	86	62
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	7.4	5.2	6.5	8.3	12.4	5.8	6.4
* Frecuentemente [4]	27.1	22.1	23.1	26.1	33.3	26.7	33.9
* De vez en cuando [3]	56.5	50.6	63.9	60.4	49.4	60.5	48.4
* Casi nunca [2]	8.6	20.8	6.5	5.2	4.9	7.0	9.7
* Nunca [1]	0.4	1.3	-	-	-	-	1.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.4	-	0.9	-	-	1.1	-
Top Two Boxes	34.5	27.3	29.6	34.4	45.7	32.6	40.3
Bottom Two Boxes	9.0	22.1	6.5	5.2	4.9	7.0	11.3
Promedio	3.3	3.1	3.3	3.4	3.5	3.3	3.3

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
r. ASISTENCIA A TOROS							
¿Asiste o presencia?							
* Si	22.5	17.0	24.6	25.7	18.1	23.3	27.8
* No	77.5	83.0	75.4	74.3	81.9	76.7	72.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	245	27	52	54	38	49	25
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	243	27	52	54	38	48	24
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	4.9	11.1	3.9	3.7	5.3	6.2	-
* Frecuentemente [4]	13.6	14.8	5.8	16.7	13.1	16.7	16.7
* De vez en cuando [3]	67.9	59.3	78.8	68.5	73.7	64.6	50.0
* Casi nunca [2]	13.2	14.8	11.5	11.1	7.9	10.4	33.3
* Nunca [1]	0.4	-	-	-	-	2.1	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.8	-	-	-	-	2.0	4.0
Top Two Boxes	18.5	25.9	9.6	20.4	18.4	22.9	16.7
Bottom Two Boxes	13.6	14.8	11.5	11.1	7.9	12.5	33.3
Promedio	3.1	3.2	3.0	3.1	3.2	3.1	2.8

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
s. VISITA A MONUMENTOS							
¿Asiste o presencia?							
* Si	31.3	54.1	25.6	29.5	29.5	24.3	28.9
* No	68.7	45.9	74.4	70.5	70.5	75.7	71.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	341	86	54	62	62	51	26
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	340	86	54	62	62	50	26
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	4.7	2.3	3.7	9.7	8.0	2.0	-
* Frecuentemente [4]	16.2	15.1	9.3	19.3	21.0	8.0	30.8
* De vez en cuando [3]	67.6	74.4	72.2	58.1	61.3	76.0	57.7
* Casi nunca [2]	11.5	8.2	14.8	12.9	9.7	14.0	11.5
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.3	-	-	-	-	2.0	-
Top Two Boxes	20.9	17.4	13.0	29.0	29.0	10.0	30.8
Bottom Two Boxes	11.5	8.1	14.8	12.9	9.7	14.0	11.5
Promedio	3.1	3.1	3.0	3.3	3.3	3.0	3.2

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
t. VISITA A SITIOS ARQUEOLÓGICOS							
¿Asiste o presencia?							
* Si	20.4	34.6	13.3	17.6	22.4	14.3	27.8
* No	79.6	65.4	86.7	82.4	77.6	85.7	72.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	222	55	28	37	47	30	25
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	221	55	28	37	47	29	25
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	2.7	3.6	-	5.4	4.2	-	-
* Frecuentemente [4]	18.1	14.5	21.4	24.3	17.0	6.9	28.0

* De vez en cuando [3]	66.1	65.5	71.4	62.2	66.0	75.9	56.0
* Casi nunca [2]	13.1	16.4	7.2	8.1	12.8	17.2	16.0
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.5	-	-	-	-	3.3	-
Top Two Boxes	20.8	18.2	21.4	29.7	21.3	6.9	28.0
Bottom Two Boxes	13.1	16.4	7.1	8.1	12.8	17.2	16.0
Promedio	3.1	3.1	3.1	3.3	3.1	2.9	3.1

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
u. PARTICIPACIÓN EN FIESTAS POPULARES							
¿Asiste o presencia?							
* Si	57.4	52.2	63.0	70.0	52.9	44.8	64.4
* No	42.6	47.8	37.0	30.0	47.1	55.2	35.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	626	83	133	147	111	94	58
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	624	83	133	147	111	92	58
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	8.2	6.0	8.3	15.0	8.1	2.2	3.5
* Frecuentemente [4]	28.8	19.3	27.8	32.0	34.2	27.2	29.3
* De vez en cuando [3]	56.7	63.9	60.1	46.9	53.2	60.8	63.8
* Casi nunca [2]	6.1	10.8	3.8	6.1	4.5	8.7	3.4
* Nunca [1]	0.2	-	-	-	-	1.1	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.3	-	-	-	-	2.1	-
Top Two Boxes	37.0	25.3	36.1	46.9	42.3	29.3	32.8
Bottom Two Boxes	6.3	10.8	3.8	6.1	4.5	9.8	3.4
Promedio	3.4	3.2	3.4	3.6	3.5	3.2	3.3

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
v. BAILAR (DISCOTECAS, RUMBA)							

¿Asiste o presencia?							
* Si	59.0	66.7	61.6	63.8	55.2	49.5	58.9
* No	41.0	33.3	38.4	36.2	44.8	50.5	41.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	643 %	106 %	130 %	134 %	116 %	104 %	53 %
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	640 %	106 %	130 %	134 %	115 %	102 %	53 %
* Muy frecuentemente [5]	15.6	15.1	15.4	23.1	10.4	12.7	15.1
* Frecuentemente [4]	27.4	23.6	26.2	23.9	33.1	31.4	26.4
* De vez en cuando [3]	52.0	52.8	56.1	47.8	53.9	51.0	49.1
* Casi nunca [2]	5.0	8.5	2.3	5.2	2.6	4.9	9.4
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.5	-	-	-	0.9	1.9	-
Top Two Boxes	43.0	38.7	41.5	47.0	43.5	44.1	41.5
Bottom Two Boxes	5.0	8.5	2.3	5.2	2.6	4.9	9.4
Promedio	3.5	3.5	3.5	3.6	3.5	3.5	3.5

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090 %	159 %	211 %	210 %	210 %	210 %	90 %
w. VISITA A CENTROS HISTÓRICOS							
¿Asiste o presencia?							
* Si	32.3	53.5	22.7	29.5	32.4	23.3	44.4
* No	67.7	46.5	77.3	70.5	67.6	76.7	55.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	352 %	85 %	48 %	62 %	68 %	49 %	40 %
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	351 %	85 %	48 %	62 %	68 %	48 %	40 %
* Muy frecuentemente [5]	6.6	7.0	4.2	14.5	7.3	2.1	-
* Frecuentemente [4]	16.2	15.3	18.8	16.1	14.7	16.7	17.5
* De vez en cuando [3]	68.7	65.9	70.8	61.3	72.1	70.8	75.0
* Casi nunca [2]	8.5	11.8	6.2	8.1	5.9	10.4	7.5
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.3	-	-	-	-	2.0	-
Top Two Boxes	22.8	22.4	22.9	30.6	22.1	18.8	17.5
Bottom Two Boxes	8.5	11.8	6.3	8.1	5.9	10.4	7.5
Promedio	3.2	3.2	3.2	3.4	3.2	3.1	3.1

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B.

Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
x. DISFRUTE DEL ESPACIO PÚBLICO (CICLOVIAS, PARQUES, PLAZAS)							
¿Asiste o presencia?							
* Si	71.2	80.5	70.1	68.1	75.2	62.4	75.6
* No	28.8	19.5	29.9	31.9	24.8	37.6	24.4
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	776	128	148	143	158	131	68
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	776	128	148	143	158	131	68
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	17.2	15.6	10.1	23.8	17.7	19.1	16.2
* Frecuentemente [4]	43.3	45.3	41.9	40.5	41.1	41.2	57.3
* De vez en cuando [3]	36.7	35.2	42.6	34.3	39.3	37.4	25.0
* Casi nunca [2]	2.8	3.9	5.4	1.4	1.9	2.3	1.5
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	60.4	60.9	52.0	64.3	58.9	60.3	73.5
Bottom Two Boxes	2.8	3.9	5.4	1.4	1.9	2.3	1.5
Promedio	3.7	3.7	3.6	3.9	3.7	3.8	3.9

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES
4. ¿A cuál o cuáles actividades culturales o artísticas asiste o presencia? Encuestador: entregue Tarjeta B y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B. Si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
5. ¿Con qué frecuencia asiste a cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
y. OTRAS ACTIVIDADES							
¿Asiste o presencia?							
* Si	5.3	5.7	0.9	11.0	5.7	2.9	6.7
* No	94.7	94.3	99.1	89.0	94.3	97.1	93.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	58	9	2	23	12	6	6
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia asiste/participa?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	57	9	2	23	12	6	5
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	31.6	22.2	-	56.5	16.7	-	20.0
* Frecuentemente [4]	31.6	33.3	50.0	21.8	33.3	33.3	60.0
* De vez en cuando [3]	35.1	44.5	50.0	21.7	41.7	66.7	20.0
* Casi nunca [2]	1.7	-	-	-	8.3	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	1.7	-	-	-	-	-	16.7
Top Two Boxes	63.2	55.6	50.0	78.3	50.0	33.3	80.0
Bottom Two Boxes	1.8	-	-	-	8.3	-	-

Promedio	3.9	3.8	3.5	4.3	3.6	3.3	4.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
6. ¿Practica o realiza usted personalmente alguna actividad cultural o artística?							
* Si practico	87.9	96.9	55.0	95.7	91.4	98.1	98.9
* No practico	11.8	2.5	44.5	4.3	8.1	1.9	1.1
* No sabe/No responde	0.3	0.6	0.5	-	0.5	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente?
Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
ACTIVIDADES CULTURALES QUE PRATICAN							
* Disfruta activamente de los espacios públicos	65.7	83.0	60.2	67.6	56.2	61.4	75.6
* Practica algún deporte	53.2	68.6	39.8	53.8	50.5	51.0	67.8
* Hace manualidades	32.5	40.9	29.4	37.1	28.6	25.7	38.9
* Canta	23.1	23.9	28.4	22.9	17.6	18.6	33.3
* Pinta	20.6	25.2	16.6	20.0	21.4	16.7	31.1
* Hace decoración	18.9	30.2	16.1	18.6	17.1	10.5	30.0
* Danza	15.2	22.0	13.3	13.8	11.0	10.0	33.3
* Toca un instrumento	14.2	20.1	10.0	16.2	11.9	12.4	18.9
* Pertenece a alguna asociación cultural, un grupo de teatro, danza, talleres, grupos musicales, club deportivo o de alguna actividad antes mencionada	14.1	11.9	12.3	18.6	11.4	11.9	23.3
* Hace jardinería	14.0	24.5	9.5	15.2	14.3	6.2	21.1
* Escribe poesía	10.6	13.2	8.1	10.0	10.0	8.1	21.1
* Escribe (novelas, cuentos ...)	8.7	9.4	6.2	9.5	7.1	7.1	18.9
* Hace teatro/actúa	7.8	11.3	3.8	8.6	7.1	6.2	14.4
* Hace fotografía	6.9	13.8	4.7	5.2	6.7	1.9	15.6
* Realiza alguna otra actividad cultural o artística	4.4	3.8	1.4	7.6	2.9	3.3	11.1
* Hace escultura	3.6	6.9	1.9	2.4	4.3	1.9	6.7
* Hace cine	1.1	1.9	0.5	2.4	0.5	1.0	-

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente?
Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
a. ESCRIBE POESÍA							
¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	10.6	13.2	8.1	10.0	10.0	8.1	21.1
* No	89.4	86.8	91.9	90.0	90.0	91.9	78.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	116	21	17	21	21	17	19
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	116	21	17	21	21	17	19
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	10.4	4.8	11.8	14.3	14.3	5.9	10.5
* Frecuentemente [4]	19.8	28.6	5.9	4.7	23.8	35.3	21.0
* De vez en cuando [3]	65.5	57.1	82.3	76.2	61.9	52.9	63.2
* Casi nunca [2]	4.3	9.5	-	4.8	-	5.9	5.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	30.2	33.3	17.6	19.0	38.1	41.2	31.6
Bottom Two Boxes	4.3	9.5	-	4.8	-	5.9	5.3
Promedio	3.4	3.3	3.3	3.3	3.5	3.4	3.4
¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?							
* Si	11.2	9.5	11.7	9.5	9.5	11.8	15.8
* No	83.6	90.5	76.5	81.0	90.5	82.3	78.9
* No responde	5.2	-	11.8	9.5	-	5.9	5.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?							
* Si	80.2	66.7	76.5	81.0	90.5	82.3	84.2
* No	13.8	33.3	11.7	9.5	9.5	11.8	5.3
* No responde	6.0	-	11.8	9.5	-	5.9	10.5
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
b. ESCRIBE (NOVELAS, CUENTOS ...)							
¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	8.7	9.4	6.2	9.5	7.1	7.1	18.9
* No	91.3	90.6	93.8	90.5	92.9	92.9	81.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	95	15	13	20	15	15	17
	%	%	%	%	%	%	%

¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?

Base=Informan frecuencia de la actividad	95	15	13	20	15	15	17
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	3.2	-	-	-	13.3	6.6	-
* Frecuentemente [4]	22.1	20.0	38.5	25.0	20.0	6.7	23.5
* De vez en cuando [3]	68.4	53.3	61.5	75.0	66.7	80.0	70.6
* Casi nunca [2]	6.3	26.7	-	-	-	6.7	5.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	25.3	20.0	38.5	25.0	33.3	13.3	23.5
Bottom Two Boxes	6.3	26.7	-	-	-	6.7	5.9
Promedio	3.2	2.9	3.4	3.3	3.5	3.1	3.2
¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?							
* Si	12.6	6.7	7.7	10.0	20.0	13.3	17.6
* No	85.3	93.3	84.6	90.0	80.0	86.7	76.5
* No responde	2.1	-	7.7	-	-	-	5.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?							
* Si	84.2	60.0	84.6	100.0	66.7	93.3	94.1
* No	13.7	40.0	7.7	-	33.3	6.7	-
* No responde	2.1	-	7.7	-	-	-	5.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
c. CANTA							
¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	23.1	23.9	28.4	22.9	17.6	18.6	33.3
* No	76.8	76.1	71.6	77.1	82.4	81.4	65.6
	99.9	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	98.9
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	252	38	60	48	37	39	30
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	252	38	60	48	37	39	30
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	17.5	21.1	13.3	14.6	18.9	15.4	26.7
* Frecuentemente [4]	30.5	36.8	28.3	29.2	29.7	33.3	26.7
* De vez en cuando [3]	49.6	39.5	56.7	50.0	51.4	48.7	46.6
* Casi nunca [2]	2.4	2.6	1.7	6.2	-	2.6	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	48.0	57.9	41.7	43.8	48.6	48.7	53.3
Bottom Two Boxes	2.4	2.6	1.7	6.3	-	2.6	-
Promedio	3.6	3.8	3.5	3.5	3.7	3.6	3.8
¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?							
* Si	19.4	15.8	13.3	31.2	18.9	15.4	23.3

* No	78.6	84.2	85.0	66.7	81.1	76.9	76.7
* No responde	2.0	-	1.7	2.1	-	7.7	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?							
* Si	78.2	78.9	73.3	87.5	70.3	79.5	80.0
* No	18.6	21.1	25.0	10.4	29.7	10.2	13.3
* No responde	3.2	-	1.7	2.1	-	10.3	6.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
d. TOCA UN INSTRUMENTO							
¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	14.2	20.1	10.0	16.2	11.9	12.4	18.9
* No	85.8	79.9	90.0	83.8	88.1	87.6	81.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	155	32	21	34	25	26	17
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	155	32	21	34	25	26	17
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	17.4	15.6	14.3	26.5	16.0	15.4	11.8
* Frecuentemente [4]	25.8	18.8	14.3	17.6	28.0	34.6	52.9
* De vez en cuando [3]	50.3	59.4	66.7	50.0	48.0	46.2	23.5
* Casi nunca [2]	6.5	6.2	4.7	5.9	8.0	3.8	11.8
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	43.2	34.4	28.6	44.1	44.0	50.0	64.7
Bottom Two Boxes	6.5	6.3	4.8	5.9	8.0	3.8	11.8
Promedio	3.5	3.4	3.4	3.6	3.5	3.6	3.6
¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?							
* Si	54.9	59.4	47.6	50.0	56.0	61.5	52.9
* No	43.2	40.6	47.6	50.0	40.0	38.5	41.2
* No responde	1.9	-	4.8	-	4.0	-	5.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?							
* Si	80.6	78.1	76.2	82.4	80.0	84.6	82.3
* No	16.8	21.9	19.0	17.6	16.0	15.4	5.9
* No responde	2.6	-	4.8	-	4.0	-	11.8
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
e. DANZA							
¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	15.2	22.0	13.3	13.8	11.0	10.0	33.3
* No	84.8	78.0	86.7	86.2	89.0	90.0	66.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	166	35	28	29	23	21	30
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	166	35	28	29	23	21	30
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	15.7	8.6	25.0	13.8	26.1	14.3	10.0
* Frecuentemente [4]	37.9	37.1	28.6	27.6	52.2	38.1	46.7
* De vez en cuando [3]	42.8	51.4	46.4	55.2	17.4	38.1	40.0
* Casi nunca [2]	3.6	2.9	-	3.4	4.3	9.5	3.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	53.6	45.7	53.6	41.4	78.3	52.4	56.7
Bottom Two Boxes	3.6	2.9	-	3.4	4.3	9.5	3.3
Promedio	3.7	3.5	3.8	3.5	4.0	3.6	3.6
¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?							
* Si	45.8	31.4	53.6	37.9	60.9	57.1	43.4
* No	51.8	68.6	42.8	58.6	39.1	38.1	53.3
* No responde	2.4	-	3.6	3.5	-	4.8	3.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?							
* Si	85.5	82.9	82.1	86.2	91.3	85.7	86.7
* No	11.5	17.1	14.3	10.3	8.7	9.5	6.6
* No responde	3.0	-	3.6	3.5	-	4.8	6.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%

f. HACE TEATRO/ACTÚA

¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	7.8	11.3	3.8	8.6	7.1	6.2	14.4
* No	92.2	88.7	96.2	91.4	92.9	93.8	85.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	85 %	18 %	8 %	18 %	15 %	13 %	13 %
¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	85 %	18 %	8 %	18 %	15 %	13 %	13 %
* Muy frecuentemente [5]	10.6	-	12.5	27.8	13.3	7.7	-
* Frecuentemente [4]	24.7	27.8	37.5	5.5	33.3	23.1	30.8
* De vez en cuando [3]	58.8	55.5	50.0	66.7	46.7	61.5	69.2
* Casi nunca [2]	5.9	16.7	-	-	6.7	7.7	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	35.3	27.8	50.0	33.3	46.7	30.8	30.8
Bottom Two Boxes	5.9	16.7	-	-	6.7	7.7	-
Promedio	3.4	3.1	3.6	3.6	3.5	3.3	3.3
¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?							
* Si	37.7	33.3	50.0	33.3	53.3	38.5	23.1
* No	58.8	66.7	37.5	66.7	46.7	53.8	69.2
* No responde	3.5	-	12.5	-	-	7.7	7.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?							
* Si	83.5	72.2	87.5	88.9	73.3	92.3	92.3
* No	13.0	27.8	-	11.1	26.7	-	-
* No responde	3.5	-	12.5	-	-	7.7	7.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090 %	159 %	211 %	210 %	210 %	210 %	90 %
g. PINTA							
¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	20.6	25.2	16.6	20.0	21.4	16.7	31.1
* No	79.4	74.8	83.4	80.0	78.6	83.3	68.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	225 %	40 %	35 %	42 %	45 %	35 %	28 %
¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	225 %	40 %	35 %	42 %	45 %	35 %	28 %
* Muy frecuentemente [5]	16.9	22.5	14.3	14.3	22.2	22.9	-
* Frecuentemente [4]	29.3	25.0	25.7	35.7	33.4	14.3	42.9
* De vez en cuando [3]	52.0	52.5	60.0	47.6	42.2	57.1	57.1

* Casi nunca [2]	1.8	-	-	2.4	2.2	5.7	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	46.2	47.5	40.0	50.0	55.6	37.1	42.9
Bottom Two Boxes	1.8	-	-	2.4	2.2	5.7	-
Promedio	3.6	3.7	3.5	3.6	3.8	3.5	3.4
¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?							
* Si	34.2	37.5	31.4	35.7	33.3	37.1	28.6
* No	63.6	62.5	65.7	64.3	62.2	60.0	67.8
* No responde	2.2	-	2.9	-	4.5	2.9	3.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?							
* Si	88.4	82.5	85.7	95.2	86.7	91.4	89.3
* No	8.9	17.5	11.4	2.4	8.9	5.7	7.1
* No responde	2.7	-	2.9	2.4	4.4	2.9	3.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
h. HACE FOTOGRAFÍA							
¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	6.9	13.8	4.7	5.2	6.7	1.9	15.6
* No	93.1	86.2	95.3	94.8	93.3	98.1	84.4
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	75	22	10	11	14	4	14
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	75	22	10	11	14	4	14
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	10.7	9.1	20.0	-	21.4	25.0	-
* Frecuentemente [4]	26.7	36.3	10.0	18.2	21.4	25.0	35.7
* De vez en cuando [3]	50.6	36.4	60.0	72.7	50.0	50.0	50.0
* Casi nunca [2]	12.0	18.2	10.0	9.1	7.2	-	14.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	37.3	45.5	30.0	18.2	42.9	50.0	35.7
Bottom Two Boxes	12.0	18.2	10.0	9.1	7.1	-	14.3
Promedio	3.4	3.4	3.4	3.1	3.6	3.8	3.2
¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?							
* Si	33.3	36.4	30.0	36.4	28.6	50.0	28.6
* No	64.0	63.6	70.0	63.6	71.4	25.0	64.3
* No responde	2.7	-	-	-	-	25.0	7.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?							

* Si	84.0	77.3	90.0	90.9	92.9	50.0	85.7
* No	13.3	22.7	10.0	9.1	7.1	25.0	7.2
* No responde	2.7	-	-	-	-	25.0	7.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
i. HACE ESCULTURA							
¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	3.6	6.9	1.9	2.4	4.3	1.9	6.7
* No	96.4	93.1	98.1	97.6	95.7	98.1	93.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	39	11	4	5	9	4	6
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	39	11	4	5	9	4	6
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	15.4	27.3	25.0	-	22.2	-	-
* Frecuentemente [4]	15.4	9.1	25.0	-	-	25.0	50.0
* De vez en cuando [3]	59.0	36.3	50.0	80.0	77.8	75.0	50.0
* Casi nunca [2]	10.2	27.3	-	20.0	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	30.8	36.4	50.0	-	22.2	25.0	50.0
Bottom Two Boxes	10.3	27.3	-	20.0	-	-	-
Promedio	3.4	3.4	3.8	2.8	3.4	3.3	3.5
¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?							
* Si	41.0	27.3	50.0	40.0	55.6	25.0	50.0
* No	56.4	72.7	50.0	60.0	44.4	50.0	50.0
* No responde	2.6	-	-	-	-	25.0	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?							
* Si	79.5	72.7	75.0	100.0	77.8	75.0	83.3
* No	15.4	27.3	25.0	-	22.2	-	-
* No responde	5.1	-	-	-	-	25.0	16.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?

10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
j. HACE CINE							
¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	1.1	1.9	0.5	2.4	0.5	1.0	-
* No	98.7	98.1	99.5	97.6	99.5	98.6	98.9
	99.8	100.0	100.0	100.0	100.0	99.5	98.9
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	12	3	1	5	1	2	-
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	12	3	1	5	1	2	-
	%	%	%	%	%	%	%
* Frecuentemente [4]	33.4	66.7	-	20.0	-	50.0	-
* De vez en cuando [3]	58.3	33.3	-	80.0	100.0	50.0	-
* Casi nunca [2]	8.3	-	100.0	-	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-
Top Two Boxes	33.3	66.7	-	20.0	-	50.0	-
Bottom Two Boxes	8.3	-	100.0	-	-	-	-
Promedio	3.3	3.7	2.0	3.2	3.0	3.5	-
¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?							
* Si	25.0	66.7	-	20.0	-	-	-
* No	75.0	33.3	100.0	80.0	100.0	100.0	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-
¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?							
* Si	83.3	33.3	100.0	100.0	100.0	100.0	-
* No	16.7	66.7	-	-	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
k. HACE DECORACIÓN							
¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	18.9	30.2	16.1	18.6	17.1	10.5	30.0
* No	81.1	69.8	83.9	81.4	82.9	89.5	70.0
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	206	48	34	39	36	22	27
	%	%	%	%	%	%	%

¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?

Base=Informan frecuencia de la actividad	206	48	34	39	36	22	27
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	12.1	16.7	5.9	5.1	22.2	18.2	3.7
* Frecuentemente [4]	27.7	20.8	32.3	33.3	30.6	36.4	14.8
* De vez en cuando [3]	56.3	56.2	61.8	59.0	47.2	45.4	66.7
* Casi nunca [2]	3.4	6.3	-	2.6	-	-	11.1
* Nunca [1]	0.5	-	-	-	-	-	3.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	39.8	37.5	38.2	38.5	52.8	54.5	18.5
Bottom Two Boxes	3.9	6.3	-	2.6	-	-	14.8
Promedio	3.5	3.5	3.4	3.4	3.8	3.7	3.0

¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?

* Si	39.8	35.4	26.5	53.8	33.4	54.6	40.7
* No	55.8	64.6	67.6	43.6	58.3	31.8	59.3
* No responde	4.4	-	5.9	2.6	8.3	13.6	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

* Si	85.9	85.4	91.2	87.2	80.6	81.8	88.9
* No	9.2	14.6	2.9	10.2	11.1	4.6	7.4
* No responde	4.9	-	5.9	2.6	8.3	13.6	3.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
1. HACE JARDINERÍA							
¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	14.0	24.5	9.5	15.2	14.3	6.2	21.1
* No	86.0	75.5	90.5	84.8	85.7	93.8	78.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	153	39	20	32	30	13	19
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	152	39	20	32	29	13	19
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	10.5	10.2	-	12.5	17.2	-	15.8
* Frecuentemente [4]	33.6	28.2	50.0	31.3	37.9	30.8	26.3
* De vez en cuando [3]	52.6	59.0	50.0	50.0	41.4	69.2	52.6
* Casi nunca [2]	3.3	2.6	-	6.2	3.5	-	5.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.7	-	-	-	3.3	-	-
Top Two Boxes	44.1	38.5	50.0	43.8	55.2	30.8	42.1
Bottom Two Boxes	3.3	2.6	-	6.3	3.4	-	5.3
Promedio	3.5	3.5	3.5	3.5	3.7	3.3	3.5

¿Recibe o ha recibido cursos especiales

en esta o estas actividades?

* Si	18.3	10.3	20.0	25.0	13.3	30.8	21.1
* No	76.5	89.7	80.0	75.0	70.0	61.5	68.4
* No responde	5.2	-	-	-	16.7	7.7	10.5
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

* Si	81.1	74.4	95.0	90.6	70.0	76.9	84.2
* No	13.7	25.6	5.0	9.4	13.3	15.4	5.3
* No responde	5.2	-	-	-	16.7	7.7	10.5
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%

m. HACE MANUALIDADES

¿Practica o realiza usted personalmente?

* Si	32.5	40.9	29.4	37.1	28.6	25.7	38.9
* No	67.5	59.1	70.6	62.9	71.4	74.3	61.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	354	65	62	78	60	54	35
	%	%	%	%	%	%	%

¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?

Base=Informan frecuencia de la actividad	354	65	62	78	60	54	35
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	16.1	12.3	11.3	20.5	23.3	14.8	11.4
* Frecuentemente [4]	28.0	29.2	17.7	24.4	33.4	40.7	22.9
* De vez en cuando [3]	51.7	53.9	64.5	55.1	40.0	38.9	57.1
* Casi nunca [2]	4.2	4.6	6.5	-	3.3	5.6	8.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	44.1	41.5	29.0	44.9	56.7	55.6	34.3
Bottom Two Boxes	4.2	4.6	6.5	-	3.3	5.6	8.6
Promedio	3.6	3.5	3.3	3.7	3.8	3.6	3.4

¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?

* Si	41.8	43.1	32.3	44.9	33.3	50.0	51.4
* No	54.2	56.9	67.7	53.8	55.0	44.4	40.0
* No responde	4.0	-	-	1.3	11.7	5.6	8.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

* Si	82.2	78.5	85.5	84.6	75.0	85.2	85.7
* No	14.1	21.5	14.5	14.1	13.3	9.3	8.6
* No responde	3.7	-	-	1.3	11.7	5.5	5.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
n. PRACTICA ALGÚN DEPORTE							
¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	53.2	68.6	39.8	53.8	50.5	51.0	67.8
* No	46.8	31.4	60.2	46.2	49.5	49.0	32.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	580	109	84	113	106	107	61
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	580	109	84	113	106	107	61
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	28.3	15.6	38.1	34.5	30.2	29.9	19.7
* Frecuentemente [4]	41.0	49.5	35.7	35.4	43.4	38.3	44.3
* De vez en cuando [3]	28.5	34.9	23.8	28.3	23.6	29.9	29.5
* Casi nunca [2]	2.2	-	2.4	1.8	2.8	1.9	6.5
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	69.3	65.1	73.8	69.9	73.6	68.2	63.9
Bottom Two Boxes	2.2	-	2.4	1.8	2.8	1.9	6.6
Promedio	4.0	3.8	4.1	4.0	4.0	4.0	3.8
¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?							
* Si	32.6	31.2	28.6	37.2	33.0	28.1	39.3
* No	64.1	68.8	71.4	59.3	60.4	71.0	49.2
* No responde	3.3	-	-	3.5	6.6	0.9	11.5
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?							
* Si	80.0	75.2	81.0	84.1	77.4	85.0	75.4
* No	16.6	24.8	19.0	12.4	16.0	13.1	13.1
* No responde	3.4	-	-	3.5	6.6	1.9	11.5
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90

	%	%	%	%	%	%	%
o. DISFRUTA ACTIVAMENTE DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS							
¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	65.7	83.0	60.2	67.6	56.2	61.4	75.6
* No	34.3	17.0	39.8	32.4	43.8	38.6	24.4
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	716	132	127	142	118	129	68
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	713	132	127	142	117	128	67
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	16.1	17.4	13.4	20.4	16.3	15.6	10.4
* Frecuentemente [4]	44.7	44.7	45.7	37.3	42.7	51.6	49.3
* De vez en cuando [3]	36.8	34.9	37.8	38.8	39.3	32.8	37.3
* Casi nunca [2]	2.4	3.0	3.1	3.5	1.7	-	3.0
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	0.4	-	-	-	0.8	0.8	1.5
Top Two Boxes	60.9	62.1	59.1	57.7	59.0	67.2	59.7
Bottom Two Boxes	2.4	3.0	3.1	3.5	1.7	-	3.0
Promedio	3.7	3.8	3.7	3.7	3.7	3.8	3.7
¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?							
* Si	9.4	13.6	6.3	12.7	8.5	4.7	10.3
* No	70.8	86.4	89.8	69.7	68.6	64.3	23.5
* No responde	19.8	-	3.9	17.6	22.9	31.0	66.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?							
* Si	50.8	62.1	52.0	56.3	44.9	49.6	27.9
* No	29.2	37.9	44.1	26.1	32.2	19.4	4.4
* No responde	20.0	-	3.9	17.6	22.9	31.0	67.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
p. PERTENECE A ALGUNA ASOCIACIÓN CULTURAL, UN GRUPO DE TEATRO, DANZA, TALLERES, GRUPOS MUSICALES, CLUB DEPORTIVO O DE ALGUNA ACTIVIDAD ANTES MENCIONADA							
¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	14.1	11.9	12.3	18.6	11.4	11.9	23.3
* No	85.7	88.1	87.7	81.4	88.1	87.6	76.7
	99.8	100.0	100.0	100.0	99.5	99.5	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	154	19	26	39	24	25	21
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	152	19	26	39	24	25	19
	%	%	%	%	%	%	%

* Muy frecuentemente [5]	36.2	47.4	42.3	43.6	33.3	24.0	21.0
* Frecuentemente [4]	46.7	42.1	50.0	43.6	37.5	44.0	68.4
* De vez en cuando [3]	14.5	5.2	7.7	10.2	25.0	32.0	5.3
* Casi nunca [2]	2.0	5.3	-	-	4.2	-	5.3
* Nunca [1]	0.6	-	-	2.6	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	1.3	-	-	-	-	-	9.5
Top Two Boxes	82.9	89.5	92.3	87.2	70.8	68.0	89.5
Bottom Two Boxes	2.6	5.3	-	2.6	4.2	-	5.3
Promedio	4.2	4.3	4.3	4.3	4.0	3.9	4.1
¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?							
* Si	42.2	68.4	46.2	43.6	37.5	40.0	19.0
* No	37.0	31.6	53.8	28.2	58.3	36.0	14.3
* No responde	20.8	-	-	28.2	4.2	24.0	66.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?							
* Si	61.7	84.2	73.1	64.1	45.8	72.0	28.6
* No	17.5	15.8	26.9	7.7	50.0	4.0	4.7
* No responde	20.8	-	-	28.2	4.2	24.0	66.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

7. ¿Cuál o cuáles actividades culturales o artísticas practica o realiza usted personalmente? Encuestador: entregue Tarjeta B, y lea cada una de las siguientes actividades. Espere respuesta de la Tarjeta B, si la respuesta es NO continúe con el siguiente ítem.
8. ¿ Con qué frecuencia realiza cada una de estas actividades? Usted diría que Muy Frecuentemente, Frecuentemente, De vez en Cuando, Casi Nunca, Nunca.
9. ¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?
10. ¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
q. REALIZA ALGUNA OTRA ACTIVIDAD CULTURAL O ARTÍSTICA							
¿Practica o realiza usted personalmente?							
* Si	4.4	3.8	1.4	7.6	2.9	3.3	11.1
* No	95.4	96.2	98.6	92.4	96.7	96.2	88.9
	99.8	100.0	100.0	100.0	99.5	99.5	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE PRACTICAN O REALIZAN PERSONALMENTE EN LA ACTIVIDAD	48	6	3	16	6	7	10
	%	%	%	%	%	%	%
¿Con qué frecuencia realiza esta actividad?							
Base=Informan frecuencia de la actividad	46	6	3	16	5	6	10
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	41.3	33.3	-	56.2	40.0	66.6	20.0
* Frecuentemente [4]	28.3	16.7	66.7	25.0	40.0	16.7	30.0
* De vez en cuando [3]	23.9	50.0	33.3	12.5	20.0	16.7	30.0
* Casi nunca [2]	4.3	-	-	6.3	-	-	10.0
* Nunca [1]	2.2	-	-	-	-	-	10.0
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	4.2	-	-	-	16.7	14.3	-
Top Two Boxes	69.6	50.0	66.7	81.3	80.0	83.3	50.0
Bottom Two Boxes	6.5	-	-	6.3	-	-	20.0
Promedio	4.0	3.8	3.7	4.3	4.2	4.5	3.4
¿Recibe o ha recibido cursos especiales en esta o estas actividades?							

* Si	41.7	66.7	33.3	56.2	16.7	28.6	30.0
* No	33.3	33.3	66.7	37.5	50.0	28.6	10.0
* No responde	25.0	-	-	6.3	33.3	42.8	60.0
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
¿Le gustaría recibir algún curso especial de esta actividad?							
* Si	66.7	83.3	100.0	93.8	33.4	57.1	30.0
* No	8.3	16.7	-	-	33.3	-	10.0
* No responde	25.0	-	-	6.2	33.3	42.9	60.0
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

III. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
11. ¿Con qué frecuencia realiza usted reuniones o tertulias artísticas o culturales en su hogar? Usted diría que...							
Base=Informan frecuencia	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy frecuentemente [5]	2.0	1.3	-	5.2	2.4	0.5	3.3
* Frecuentemente [4]	7.6	9.4	5.2	6.7	10.0	6.7	8.9
* De vez en cuando [3]	26.3	36.5	19.9	28.6	25.2	19.0	36.7
* Casi nunca [2]	21.2	25.1	20.4	16.2	29.1	15.7	22.2
* Nunca [1]	42.9	27.7	54.5	43.3	33.3	58.1	28.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	9.6	10.7	5.2	11.9	12.4	7.1	12.2
Bottom Two Boxes	64.1	52.8	74.9	59.5	62.4	73.8	51.1
Promedio	2.0	2.3	1.8	2.1	2.2	1.8	2.4

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

12. Voy a leer algunas afirmaciones. Por favor dígame si usted está Totalmente de acuerdo, De acuerdo, No muy de acuerdo, En desacuerdo o Totalmente en desacuerdo. Encuestador: entregue Tarjeta C

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
a. La cultura es importante para la educación de los niños							
Base=Informan	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	61.6	70.4	54.5	68.6	62.4	60.5	47.8
* De acuerdo [4]	38.0	28.3	45.0	31.4	37.6	39.5	51.1
* No muy de acuerdo [3]	0.3	1.3	-	-	-	-	1.1
* Totalmente de acuerdo [1]	0.1	-	0.5	-	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	99.6	98.7	99.5	100.0	100.0	100.0	98.9
Bottom Two Boxes	0.1	-	0.5	-	-	-	-
Promedio	4.6	4.7	4.5	4.7	4.6	4.6	4.5

b. La cultura es importante para el porvenir de nuestra sociedad

Base=Informan	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	51.5	61.6	33.6	59.5	53.8	55.2	42.2
* De acuerdo [4]	46.5	35.9	62.6	39.5	44.8	42.9	56.7
* No muy de acuerdo [3]	1.5	0.6	2.4	1.0	1.4	1.9	1.1
* En desacuerdo [2]	0.4	1.9	0.9	-	-	-	-
* Totalmente de acuerdo [1]	0.1	-	0.5	-	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Top Two Boxes	98.0	97.5	96.2	99.0	98.6	98.1	98.9
Bottom Two Boxes	0.6	1.9	1.4	-	-	-	-
Promedio	4.5	4.6	4.3	4.6	4.5	4.5	4.4

c. La cultura es enriquecedora individualmente

Base=Informan	1084	159	209	210	207	209	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	41.0	49.7	23.9	45.7	48.3	43.5	31.1
* De acuerdo [4]	48.8	39.6	62.2	44.3	45.9	45.9	57.8
* No muy de acuerdo [3]	6.7	7.6	7.7	5.2	3.4	9.6	7.8
* En desacuerdo [2]	3.1	3.1	4.8	4.8	2.4	0.5	3.3
* Totalmente de acuerdo [1]	0.4	-	1.4	-	-	0.5	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.6	-	0.9	-	1.4	0.5	-
Top Two Boxes	89.8	89.3	86.1	90.0	94.2	89.5	88.9
Bottom Two Boxes	3.5	3.1	6.2	4.8	2.4	1.0	3.3
Promedio	4.3	4.4	4.0	4.3	4.4	4.3	4.2

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

12. Voy a leer algunas afirmaciones. Por favor dígame si usted está Totalmente de acuerdo, De acuerdo, No muy de acuerdo, En desacuerdo o Totalmente en desacuerdo. Encuestador: entregue Tarjeta C

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%

d. La cultura es eficiente para fortalecer la identidad de los países

Base=Informan	1080	158	207	207	209	209	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	43.8	55.7	26.6	45.4	51.7	42.6	43.3
* De acuerdo [4]	50.5	36.7	63.3	48.3	47.3	54.1	48.9
* No muy de acuerdo [3]	4.2	6.3	6.3	5.3	0.5	2.4	6.7
* En desacuerdo [2]	1.3	1.3	2.9	1.0	0.5	0.9	1.1
* Totalmente de acuerdo [1]	0.2	-	0.9	-	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.9	0.6	1.9	1.4	0.5	0.5	-
Top Two Boxes	94.3	92.4	89.9	93.7	99.0	96.7	92.2
Bottom Two Boxes	1.5	1.3	3.9	1.0	0.5	1.0	1.1
Promedio	4.4	4.5	4.1	4.4	4.5	4.4	4.3

e. La cultura es una fuente personal de placer

Base=Informan	1066	159	201	207	203	206	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	27.0	28.3	11.9	29.5	36.9	30.1	23.3
* De acuerdo [4]	50.1	52.2	53.2	50.2	49.8	48.0	44.5
* No muy de acuerdo [3]	15.3	12.0	21.9	15.5	8.9	14.6	22.2
* En desacuerdo [2]	6.6	7.5	10.0	4.3	4.4	6.3	7.8
* Totalmente de acuerdo [1]	1.0	-	3.0	0.5	-	1.0	2.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	2.2	-	4.7	1.4	3.3	1.9	-
Top Two Boxes	77.1	80.5	65.2	79.7	86.7	78.2	67.8
Bottom Two Boxes	7.6	7.5	12.9	4.8	4.4	7.3	10.0

Promedio	4.0	4.0	3.6	4.0	4.2	4.0	3.8
f. La cultura está presente en su vida cotidiana							
Base=Informan	1086	159	211	209	207	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	30.8	32.1	19.4	31.1	38.2	27.6	44.5
* De acuerdo [4]	54.1	54.7	66.4	54.6	46.8	52.4	44.4
* No muy de acuerdo [3]	10.1	10.1	9.0	11.0	9.2	12.9	6.7
* En desacuerdo [2]	4.3	3.1	4.3	1.9	5.8	6.2	4.4
* Totalmente de acuerdo [1]	0.7	-	0.9	1.4	-	0.9	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.4	-	-	0.5	1.4	-	-
Top Two Boxes	84.9	86.8	85.8	85.6	85.0	80.0	88.9
Bottom Two Boxes	5.0	3.1	5.2	3.3	5.8	7.1	4.4
Promedio	4.1	4.2	4.0	4.1	4.2	4.0	4.3

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

12. Voy a leer algunas afirmaciones. Por favor dígame si usted está Totalmente de acuerdo, De acuerdo, No muy de acuerdo, En desacuerdo o Totalmente en desacuerdo. Encuestador: entregue Tarjeta C

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
g. La cultura está destinada a todo el mundo							
Base=Informan	1077	159	207	208	204	210	89
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	29.3	30.8	18.4	30.8	35.3	28.6	37.1
* De acuerdo [4]	44.5	35.2	60.4	42.8	37.7	46.7	38.2
* No muy de acuerdo [3]	16.4	19.5	13.0	19.2	16.7	14.7	15.7
* En desacuerdo [2]	8.5	13.9	6.3	5.8	9.3	9.5	5.6
* Totalmente de acuerdo [1]	1.3	0.6	1.9	1.4	1.0	0.5	3.4
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	1.2	-	1.9	1.0	2.9	-	1.1
Top Two Boxes	73.8	66.0	78.7	73.6	73.0	75.2	75.3
Bottom Two Boxes	9.7	14.5	8.2	7.2	10.3	10.0	9.0
Promedio	3.9	3.8	3.9	4.0	4.0	3.9	4.0
h. La cultura está acorde con nuestra época							
Base=Informan	1063	158	203	208	201	203	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	19.7	20.9	10.8	21.6	24.4	21.7	17.8
* De acuerdo [4]	49.9	47.5	64.5	48.1	41.3	49.2	46.7
* No muy de acuerdo [3]	20.2	19.6	16.3	19.7	22.9	21.2	23.3
* En desacuerdo [2]	8.7	10.7	7.4	8.7	10.4	6.4	8.9
* Totalmente de acuerdo [1]	1.5	1.3	1.0	1.9	1.0	1.5	3.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	2.5	0.6	3.8	1.0	4.3	3.3	-
Top Two Boxes	69.6	68.4	75.4	69.7	65.7	70.9	64.4
Bottom Two Boxes	10.2	12.0	8.4	10.6	11.4	7.9	12.2
Promedio	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.7
i. La cultura está reservada a una minoría							
Base=Informan	1057	159	201	205	198	206	88
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	9.8	10.7	3.5	16.1	8.6	11.2	6.8
* De acuerdo [4]	35.5	39.6	32.8	30.7	39.9	35.4	35.2
* No muy de acuerdo [3]	22.5	20.7	24.4	22.9	17.2	26.7	22.7
* En desacuerdo [2]	25.5	23.3	31.3	21.0	27.3	22.3	30.7
* Totalmente de acuerdo [1]	6.7	5.7	8.0	9.3	7.0	4.4	4.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

* No sabe/No responde	3.0	-	4.7	2.4	5.7	1.9	2.2
Top Two Boxes	45.2	50.3	36.3	46.8	48.5	46.6	42.0
Bottom Two Boxes	32.3	28.9	39.3	30.2	34.3	26.7	35.2
Promedio	3.2	3.3	2.9	3.2	3.2	3.3	3.1

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

12. Voy a leer algunas afirmaciones. Por favor dígame si usted está Totalmente de acuerdo, De acuerdo, No muy de acuerdo, En desacuerdo o Totalmente en desacuerdo. Encuestador: entregue Tarjeta C

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
j. La cultura mira más bien hacia el pasado							
Base=Informan	1062	157	206	209	197	207	86
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	14.9	11.5	13.6	18.6	10.7	21.7	8.1
* De acuerdo [4]	39.6	37.6	46.6	37.3	42.1	37.7	31.4
* No muy de acuerdo [3]	21.2	21.7	14.5	23.0	21.3	26.1	19.8
* En desacuerdo [2]	20.8	26.7	17.5	18.7	21.3	14.5	37.2
* Totalmente de acuerdo [1]	3.5	2.5	7.8	2.4	4.6	-	3.5
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	2.6	1.3	2.4	0.5	6.2	1.4	4.4
Top Two Boxes	54.5	49.0	60.2	56.0	52.8	59.4	39.5
Bottom Two Boxes	24.3	29.3	25.2	21.1	25.9	14.5	40.7
Promedio	3.4	3.3	3.4	3.5	3.3	3.7	3.0
k. La cultura contribuye a la paz							
Base=Informan	1080	159	211	208	203	210	89
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	39.3	45.9	25.1	46.6	37.0	42.8	40.5
* De acuerdo [4]	52.8	47.2	66.8	45.7	52.2	50.0	53.9
* No muy de acuerdo [3]	3.9	4.4	2.9	3.9	4.4	4.8	2.2
* En desacuerdo [2]	3.2	2.5	3.3	2.4	5.4	2.4	3.4
* Totalmente de acuerdo [1]	0.8	-	1.9	1.4	1.0	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.9	-	-	1.0	3.3	-	1.1
Top Two Boxes	92.0	93.1	91.9	92.3	89.2	92.9	94.4
Bottom Two Boxes	4.1	2.5	5.2	3.8	6.4	2.4	3.4
Promedio	4.3	4.4	4.1	4.3	4.2	4.3	4.3
l. La cultura contribuye a elevar el nivel de vida							
Base=Informan	1077	158	209	208	203	209	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	35.8	41.1	23.9	43.8	33.5	35.9	41.1
* De acuerdo [4]	55.2	46.8	69.8	49.5	55.7	54.5	48.9
* No muy de acuerdo [3]	5.5	5.1	4.8	4.8	6.9	5.3	6.7
* En desacuerdo [2]	2.9	7.0	1.0	0.5	2.9	3.8	3.3
* Totalmente de acuerdo [1]	0.6	-	0.5	1.4	1.0	0.5	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	1.2	0.6	0.9	1.0	3.3	0.5	-
Top Two Boxes	91.0	88.0	93.8	93.3	89.2	90.4	90.0
Bottom Two Boxes	3.5	7.0	1.4	1.9	3.9	4.3	3.3
Promedio	4.2	4.2	4.2	4.3	4.2	4.2	4.3

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

12. Voy a leer algunas afirmaciones. Por favor dígame si usted está Totalmente de acuerdo, De acuerdo, No muy de acuerdo, En desacuerdo o Totalmente en desacuerdo. Encuestador: entregue Tarjeta C

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
m. La cultura es una fuente importante para generar empleo							
Base=Informan	1078	159	209	208	203	209	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	29.6	30.8	20.1	38.0	24.7	34.0	31.1
* De acuerdo [4]	50.6	45.3	63.6	47.1	52.2	46.4	43.3
* No muy de acuerdo [3]	12.0	13.9	8.1	11.1	11.8	12.9	17.8
* En desacuerdo [2]	5.7	9.4	4.8	2.4	6.4	5.7	7.8
* Totalmente de acuerdo [1]	2.1	0.6	3.4	1.4	4.9	1.0	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	1.1	-	0.9	1.0	3.3	0.5	-
Top Two Boxes	80.1	76.1	83.7	85.1	76.8	80.4	74.4
Bottom Two Boxes	7.9	10.1	8.1	3.8	11.3	6.7	7.8
Promedio	4.0	4.0	3.9	4.2	3.9	4.1	4.0
n. La cultura es un aspecto fundamental del desarrollo							
Base=Informan	1079	159	209	209	204	208	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	32.7	37.1	19.1	39.7	31.4	35.1	37.8
* De acuerdo [4]	61.3	56.0	75.6	57.9	63.7	55.3	54.4
* No muy de acuerdo [3]	3.8	3.8	3.4	1.9	2.4	6.7	5.6
* En desacuerdo [2]	1.9	3.1	1.4	0.5	2.0	2.4	2.2
* Totalmente de acuerdo [1]	0.3	-	0.5	-	0.5	0.5	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	1.0	-	0.9	0.5	2.9	1.0	-
Top Two Boxes	94.1	93.1	94.7	97.6	95.1	90.4	92.2
Bottom Two Boxes	2.1	3.1	1.9	0.5	2.5	2.9	2.2
Promedio	4.2	4.3	4.1	4.4	4.2	4.2	4.3
o. La cultura es renovadora y moderna							
Base=Informan	1057	159	200	206	195	207	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	24.5	23.9	11.0	31.5	26.2	30.9	21.1
* De acuerdo [4]	58.5	58.5	72.0	53.4	55.9	51.7	61.1
* No muy de acuerdo [3]	11.8	11.9	12.0	10.7	12.8	11.1	13.3
* En desacuerdo [2]	4.4	5.7	3.5	3.9	4.1	5.8	3.4
* Totalmente de acuerdo [1]	0.8	-	1.5	0.5	1.0	0.5	1.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	3.0	-	5.2	1.9	7.1	1.4	-
Top Two Boxes	83.0	82.4	83.0	85.0	82.1	82.6	82.2
Bottom Two Boxes	5.2	5.7	5.0	4.4	5.1	6.3	4.4
Promedio	4.0	4.0	3.9	4.1	4.0	4.1	4.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

13. ¿Usted considera que hoy la cultura es más o es menos importante que hace 5 años?
Encuestador: entregue Tarjeta D

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%

a. La cultura es para el mundo							
* Más importante	57.1	57.9	56.9	51.4	64.8	56.7	52.2
* Igual de importante	21.5	23.9	26.5	19.0	12.4	24.7	25.6
* Menos importante	20.4	18.2	16.6	28.6	19.0	18.6	21.1
* No sabe/No responde	1.0	-	-	1.0	3.8	-	1.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
b. La cultura es para Colombia							
* Más importante	58.4	61.0	59.2	50.9	65.7	56.7	56.7
* Igual de importante	21.6	23.9	25.1	22.4	11.0	26.2	21.1
* Menos importante	18.9	15.1	15.2	25.7	19.5	17.1	21.1
* No sabe/No responde	1.1	-	0.5	1.0	3.8	-	1.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
c. La cultura para usted personalmente							
* Más importante	67.7	67.3	67.3	68.6	74.8	60.0	68.9
* Igual de importante	25.4	28.3	24.6	25.2	15.2	35.2	23.3
* Menos importante	6.7	4.4	8.1	6.2	9.5	4.8	6.7
* No sabe/No responde	0.2	-	-	-	0.5	-	1.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
d. La cultura para su familia							
* Más importante	63.0	62.9	64.9	63.8	66.2	57.2	63.3
* Igual de importante	27.9	30.2	26.5	28.6	20.0	35.2	26.7
* Menos importante	6.7	6.3	6.2	6.2	9.0	5.2	7.8
* No sabe/No responde	2.4	0.6	2.4	1.4	4.8	2.4	2.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
14. ¿Utiliza usted el internet?							
* Sí utilizo el internet	23.7	30.8	10.4	22.9	24.8	24.3	40.0
* No utilizo el internet	76.3	69.2	89.6	77.1	75.2	75.7	60.0
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=UTILIZAN EL INTERNET	258	49	22	48	52	51	36
	%	%	%	%	%	%	%
15. ¿Para cuál o cuáles de las siguientes actividades lo utiliza usted?							
Utiliza el internet para:							
* Hacer uso del correo electrónico	63.2	73.5	63.6	43.8	71.2	52.9	77.8
* Para investigar sobre temas artísticos o culturales	58.9	59.2	63.6	64.6	48.1	52.9	72.2
* Conversar con sus amigos	56.6	44.9	68.2	50.0	61.5	56.9	66.7
* Para informarse sobre actividades artísticas o culturales	43.8	44.9	36.4	33.3	55.8	27.5	66.7
* Conocer gente	43.4	40.8	54.5	45.8	55.8	27.5	41.7
* Otras actividades	27.1	22.4	27.3	20.8	23.1	25.5	50.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA
15. ¿Para cuál o cuáles de las siguientes actividades lo utiliza usted?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=UTILIZAN EL INTERNET	258	49	22	48	52	51	36

	%	%	%	%	%	%	%
Utiliza el internet para:							
a. Para informarse sobre actividades artísticas o culturales							
* Si	43.8	44.9	36.4	33.3	55.8	27.5	66.7
* No	56.2	55.1	63.6	66.7	44.2	72.5	33.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
b. Para investigar sobre temas artísticos o culturales							
* Si	58.9	59.2	63.6	64.6	48.1	52.9	72.2
* No	41.1	40.8	36.4	35.4	51.9	47.1	27.8
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
c. Hacer uso del correo electrónico							
* Si	63.2	73.5	63.6	43.8	71.2	52.9	77.8
* No	36.8	26.5	36.4	56.2	28.8	47.1	22.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA
15. ¿Para cuál o cuáles de las siguientes actividades lo utiliza usted?

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=UTILIZAN EL INTERNET	258	49	22	48	52	51	36
	%	%	%	%	%	%	%
Utiliza el internet para:							
d. Conversar con sus amigos							
* Si	56.6	44.9	68.2	50.0	61.5	56.9	66.7
* No	43.4	55.1	31.8	50.0	38.5	43.1	33.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
e. Conocer gente							
* Si	43.4	40.8	54.5	45.8	55.8	27.5	41.7
* No	56.6	59.2	45.5	54.2	44.2	72.5	58.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
f. Otras actividades							
* Si	27.1	22.4	27.3	20.8	23.1	25.5	50.0
* No	72.9	77.6	72.7	79.2	76.9	74.5	50.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA
16. Voy a leerle una lista de factores que intervienen en el desarrollo de la cultura. Usted por favor dígame si su papel es Muy útil, Útil, No muy útil, Poco útil o Nada útil. Encuestador: entregue Tarjeta E

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
FACTORES QUE INTERVIENE EN LA CULTURA							
a. Los artistas							
Base=Informan	1086	159	210	209	208	210	90

	%	%	%	%	%	%	%
* Muy útil [5]	40.4	35.2	38.1	48.8	43.3	33.3	45.6
* Util [4]	51.3	52.2	56.2	43.1	51.4	57.1	43.3
* No muy útil[3]	4.9	7.6	3.3	4.8	2.9	6.7	4.4
* Poco útil [2]	2.7	3.1	1.0	3.3	1.4	2.9	6.7
* Nada útil [1]	0.7	1.9	1.4	-	1.0	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.4	-	0.5	0.5	1.0	-	-
Top Two Boxes	91.7	87.4	94.3	91.9	94.7	90.5	88.9
Bottom Two Boxes	3.4	5.0	2.4	3.3	2.4	2.9	6.7
Promedio	4.3	4.2	4.3	4.4	4.3	4.2	4.3
b. Las asociaciones de músicos, pintores, etc.							
Base=Informan	1087	159	211	209	208	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy útil [5]	40.6	41.5	34.6	44.5	42.3	34.8	53.4
* Util [4]	53.7	50.9	60.7	47.8	53.8	59.0	43.3
* No muy útil[3]	3.2	2.5	2.8	4.3	3.4	3.8	1.1
* Poco útil [2]	2.1	3.2	1.4	3.4	0.5	2.4	2.2
* Nada útil [1]	0.4	1.9	0.5	-	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.3	-	-	0.5	1.0	-	-
Top Two Boxes	94.3	92.5	95.3	92.3	96.2	93.8	96.7
Bottom Two Boxes	2.5	5.0	1.9	3.3	0.5	2.4	2.2
Promedio	4.3	4.3	4.3	4.3	4.4	4.3	4.5
c. Cada ciudadano a su nivel							
Base=Informan	1078	159	206	209	208	207	89
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy útil [5]	27.4	27.7	17.0	33.0	29.8	26.6	33.7
* Util [4]	58.5	52.2	68.0	55.0	60.1	59.4	50.6
* No muy útil[3]	9.4	14.5	8.2	8.1	6.7	11.6	6.7
* Poco útil [2]	4.2	5.6	5.8	3.4	3.4	2.4	5.6
* Nada útil [1]	0.5	-	1.0	0.5	-	-	3.4
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	1.1	-	2.4	0.5	1.0	1.4	1.1
Top Two Boxes	85.9	79.9	85.0	88.0	89.9	86.0	84.3
Bottom Two Boxes	4.7	5.7	6.8	3.8	3.4	2.4	9.0
Promedio	4.1	4.0	3.9	4.2	4.2	4.1	4.1

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

16. Voy a leerle una lista de factores que intervienen en el desarrollo de la cultura. Usted por favor dígame si su papel es Muy útil, Útil, No muy útil, Poco útil o Nada útil. Encuestador: entregue Tarjeta E

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
FACTORES QUE INTERVIENE EN LA CULTURA							
d. La prensa							
Base=Informan	1088	159	211	210	208	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy útil [5]	45.4	44.7	35.5	54.8	37.5	48.1	60.0
* Util [4]	45.6	40.2	56.4	37.1	55.8	43.8	30.0
* No muy útil[3]	5.5	8.2	5.7	5.2	3.8	7.1	1.1
* Poco útil [2]	2.9	6.9	2.4	2.9	1.9	-	6.7
* Nada útil [1]	0.6	-	-	-	1.0	1.0	2.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.2	-	-	-	1.0	-	-

Top Two Boxes	91.0	84.9	91.9	91.9	93.3	91.9	90.0
Bottom Two Boxes	3.5	6.9	2.4	2.9	2.9	1.0	8.9
Promedio	4.3	4.2	4.3	4.4	4.3	4.4	4.4
e. La radio							
Base=Informan	1087	159	210	210	208	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy útil [5]	47.7	47.8	36.2	62.8	38.5	49.5	56.7
* Util [4]	46.7	43.4	60.5	32.9	52.9	46.7	38.9
* No muy útil[3]	3.3	7.6	2.4	2.9	3.8	2.4	-
* Poco útil [2]	1.7	0.6	0.9	1.4	3.4	0.9	3.3
* Nada útil [1]	0.6	0.6	-	-	1.4	0.5	1.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.3	-	0.5	-	1.0	-	-
Top Two Boxes	94.5	91.2	96.7	95.7	91.3	96.2	95.6
Bottom Two Boxes	2.2	1.3	1.0	1.4	4.8	1.4	4.4
Promedio	4.4	4.4	4.3	4.6	4.2	4.4	4.5
f. La televisión							
Base=Informan	1087	159	211	210	207	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy útil [5]	44.8	39.0	35.5	59.0	36.2	51.4	47.8
* Util [4]	44.6	40.3	58.8	32.4	54.6	38.1	40.0
* No muy útil[3]	6.0	13.2	2.8	5.2	2.9	7.6	5.5
* Poco útil [2]	4.0	6.9	2.4	2.9	4.8	2.4	6.7
* Nada útil [1]	0.6	0.6	0.5	0.5	1.5	0.5	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.3	-	-	-	1.4	-	-
Top Two Boxes	89.4	79.2	94.3	91.4	90.8	89.5	87.8
Bottom Two Boxes	4.6	7.5	2.8	3.3	6.3	2.9	6.7
Promedio	4.3	4.1	4.3	4.5	4.2	4.4	4.3

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

16. Voy a leerle una lista de factores que intervienen en el desarrollo de la cultura. Usted por favor dígame si su papel es Muy útil, Útil, No muy útil, Poco útil o Nada útil. Encuestador: entregue Tarjeta E

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
FACTORES QUE INTERVIENE EN LA CULTURA							
g. El ministerio de Cultura o el Gobierno							
Base=Informan	1080	159	210	209	204	208	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy útil [5]	42.7	37.1	42.4	48.8	37.7	40.9	54.4
* Util [4]	43.8	43.4	51.9	38.8	49.5	38.9	35.6
* No muy útil[3]	7.4	9.4	3.3	7.7	6.9	13.0	1.1
* Poco útil [2]	4.4	7.6	1.4	3.3	4.9	5.3	5.6
* Nada útil [1]	1.7	2.5	1.0	1.4	1.0	1.9	3.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.9	-	0.5	0.5	2.9	1.0	-
Top Two Boxes	86.5	80.5	94.3	87.6	87.3	79.8	90.0
Bottom Two Boxes	6.1	10.1	2.4	4.8	5.9	7.2	8.9
Promedio	4.2	4.1	4.3	4.3	4.2	4.1	4.3
h. Los intelectuales							
Base=Informan	1067	158	206	209	198	207	89
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy útil [5]	35.8	32.9	32.5	39.7	35.4	30.9	51.7

* Util [4]	47.7	50.7	49.0	42.6	55.1	49.3	31.5
* No muy útil[3]	10.1	9.5	11.2	11.5	4.5	15.0	6.7
* Poco útil [2]	4.9	4.4	6.3	4.8	4.5	2.9	7.9
* Nada útil [1]	1.5	2.5	1.0	1.4	0.5	1.9	2.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	2.1	0.6	2.4	0.5	5.7	1.4	1.1
Top Two Boxes	83.5	83.5	81.6	82.3	90.4	80.2	83.1
Bottom Two Boxes	6.4	7.0	7.3	6.2	5.1	4.8	10.1
Promedio	4.1	4.1	4.1	4.1	4.2	4.0	4.2
i. Las organizaciones internacionales							
Base=Informan	1057	158	206	202	195	207	89
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy útil [5]	36.8	39.2	29.6	40.1	37.4	33.3	48.3
* Util [4]	49.4	46.2	57.3	44.5	52.8	50.2	38.2
* No muy útil[3]	9.1	7.6	10.2	8.9	6.7	13.1	5.6
* Poco útil [2]	3.7	5.7	2.4	4.5	2.6	1.9	7.9
* Nada útil [1]	1.0	1.3	0.5	2.0	0.5	1.5	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	3.0	0.6	2.4	3.8	7.1	1.4	1.1
Top Two Boxes	86.2	85.4	86.9	84.7	90.3	83.6	86.5
Bottom Two Boxes	4.7	7.0	2.9	6.4	3.1	3.4	7.9
Promedio	4.2	4.2	4.1	4.2	4.2	4.1	4.3

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

16. Voy a leerle una lista de factores que intervienen en el desarrollo de la cultura. Usted por favor dígame si su papel es Muy útil, Útil, No muy útil, Poco útil o Nada útil. Encuestador: entregue Tarjeta E

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
FACTORES QUE INTERVIENE EN LA CULTURA							
j. Las empresas que venden y difunden los productos culturales							
Base=Informan	1074	158	208	208	201	209	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy útil [5]	40.5	43.7	33.7	44.2	36.3	38.3	56.7
* Util [4]	50.5	42.4	57.7	49.0	54.7	52.6	36.7
* No muy útil[3]	6.0	8.8	6.2	5.3	5.0	7.2	2.2
* Poco útil [2]	2.0	3.2	1.4	0.5	3.5	1.4	2.2
* Nada útil [1]	1.0	1.9	1.0	1.0	0.5	0.5	2.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	1.5	0.6	1.4	1.0	4.3	0.5	-
Top Two Boxes	91.0	86.1	91.3	93.3	91.0	90.9	93.3
Bottom Two Boxes	3.0	5.1	2.4	1.4	4.0	1.9	4.4
Promedio	4.3	4.2	4.2	4.4	4.2	4.3	4.4
k. Los mecenas o patrocinadores de los artistas							
Base=Informan	1071	158	208	207	200	208	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy útil [5]	34.6	34.8	26.9	39.1	31.5	36.5	44.4
* Util [4]	51.2	48.1	65.4	47.3	57.5	42.3	38.9
* No muy útil[3]	8.1	9.5	5.3	8.2	2.0	16.4	6.7
* Poco útil [2]	4.0	5.7	1.9	3.9	4.0	3.4	7.8
* Nada útil [1]	2.1	1.9	0.5	1.5	5.0	1.4	2.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	1.7	0.6	1.4	1.4	4.8	1.0	-
Top Two Boxes	85.8	82.9	92.3	86.5	89.0	78.8	83.3
Bottom Two Boxes	6.1	7.6	2.4	5.3	9.0	4.8	10.0

Promedio	4.1	4.1	4.2	4.2	4.1	4.1	4.2
l. Las alcaldias							
Base=Informan	1083	159	209	209	207	210	89
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy útil [5]	30.9	28.9	15.8	38.8	34.8	31.4	41.6
* Util [4]	52.6	52.8	68.4	45.9	52.2	48.1	41.6
* No muy útil [3]	8.6	10.1	10.5	7.2	3.8	11.9	7.8
* Poco útil [2]	5.7	4.4	4.8	5.7	6.3	5.7	9.0
* Nada útil [1]	2.2	3.8	0.5	2.4	2.9	2.9	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.6	-	0.9	0.5	1.4	-	1.1
Top Two Boxes	83.5	81.8	84.2	84.7	87.0	79.5	83.1
Bottom Two Boxes	7.9	8.2	5.3	8.1	9.2	8.6	9.0
Promedio	4.0	4.0	3.9	4.1	4.1	4.0	4.2

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

16. Voy a leerle una lista de factores que intervienen en el desarrollo de la cultura. Usted por favor dígame si su papel es Muy útil, Útil, No muy útil, Poco útil o Nada útil. Encuestador: entregue Tarjeta E

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
FACTORES QUE INTERVIENE EN LA CULTURA							
m. Los gobernantes elegidos (gobernadores, diputados, senadores, concejales, asesores...)							
Base=Informan	1082	159	208	210	205	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy útil [5]	26.1	20.8	13.9	31.9	29.8	30.0	32.2
* Util [4]	45.7	35.8	63.0	40.0	50.7	41.0	35.6
* No muy útil [3]	14.1	18.9	13.9	15.7	7.8	15.7	13.3
* Poco útil [2]	9.6	13.8	6.3	9.5	6.8	9.5	16.7
* Nada útil [1]	4.5	10.7	2.9	2.9	4.9	3.8	2.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.7	-	1.4	-	2.4	-	-
Top Two Boxes	71.7	56.6	76.9	71.9	80.5	71.0	67.8
Bottom Two Boxes	14.1	24.5	9.1	12.4	11.7	13.3	18.9
Promedio	3.8	3.4	3.8	3.9	3.9	3.8	3.8

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
FIESTAS Y CARNAVALES EN COLOMBIA							
* Reinado Nacional de Belleza	96.8	98.1	98.6	97.6	96.2	95.2	93.3
* Carnaval de Barranquilla	92.3	94.3	100.0	88.6	90.5	89.0	91.1
* Festival Vallenato	90.0	96.2	97.6	85.7	81.4	91.4	87.8

* Ferias de Cali	86.7	93.1	77.7	92.4	88.6	85.2	82.2
* Feria de Flores y Desfile de Silleteros	82.4	93.1	72.0	80.0	89.5	78.6	85.6
* Feria de Manizales	79.5	89.3	66.8	81.4	82.9	79.0	81.1
* Fiestas de San Pedro	79.3	96.2	56.9	84.3	74.8	83.3	91.1
* Semana Santa en Popayán	75.0	81.1	59.7	88.1	75.2	70.0	80.0
* Carnaval de negros y Blancos	74.2	88.1	59.2	91.4	66.7	66.7	80.0
* Festival Iberoamericano de Teatro	66.8	92.5	52.6	65.7	61.9	63.8	75.6
* Festival de Coleo y Joropo	61.4	84.3	46.4	57.6	55.2	61.0	80.0
* Festival Internacional de Cine en Cartagena	58.6	73.0	67.3	53.8	50.0	54.3	54.4
* Festival del Porro	57.9	63.5	71.6	52.9	54.8	53.3	45.6
* Festival Internacional de Poesía en Medellín	44.6	57.2	27.5	49.0	51.0	36.7	55.6
* Carnaval de Riosucio (La Fiesta del Diablo)	43.1	50.3	23.2	50.5	60.5	33.3	42.2
* Festival del Mono Núñez	39.5	48.4	12.8	62.9	48.1	30.0	34.4

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
a. CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS							
¿Conoce?							
* Si	74.2	88.1	59.2	91.4	66.7	66.7	80.0
* No	25.7	11.3	40.8	8.6	33.3	33.3	20.0
	99.9	99.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	809	140	125	192	140	140	72
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	776	138	117	190	129	131	71
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva [4]	22.8	18.8	10.3	28.9	25.6	23.7	28.2
* Positiva [3]	72.7	73.2	83.8	67.4	71.3	74.0	67.6
* Negativa [2]	3.9	5.8	5.1	3.7	2.3	2.3	4.2
* Muy negativa [1]	0.6	2.2	0.8	-	0.8	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	4.1	1.4	6.4	1.0	7.9	6.4	1.4
Top Two Boxes	95.5	92.0	94.0	96.3	96.9	97.7	95.8
Bottom Two Boxes	4.5	8.0	6.0	3.7	3.1	2.3	4.2
Promedio	3.2	3.1	3.0	3.3	3.2	3.2	3.2

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
b. FIESTAS DE SAN PEDRO							
¿Conoce?							

* Si	79.3	96.2	56.9	84.3	74.8	83.3	91.1
* No	20.5	3.1	43.1	15.7	24.3	16.7	8.9
	99.7	99.4	100.0	100.0	99.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	864	153	120	177	157	175	82
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	842	152	117	170	152	169	82
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva [4]	24.1	27.0	8.5	23.5	23.7	28.4	34.2
* Positiva [3]	72.2	68.4	85.5	74.1	72.4	68.6	63.4
* Negativa [2]	3.3	3.9	6.0	2.4	3.3	2.4	2.4
* Muy negativa [1]	0.4	0.7	-	-	0.6	0.6	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	2.5	0.7	2.5	4.0	3.2	3.4	-
Top Two Boxes	96.3	95.4	94.0	97.6	96.1	97.0	97.6
Bottom Two Boxes	3.7	4.6	6.0	2.4	3.9	3.0	2.4
Promedio	3.2	3.2	3.0	3.2	3.2	3.2	3.3

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
c. CARNAVAL DE BARRANQUILLA							
¿Conoce?							
* Si	92.3	94.3	100.0	88.6	90.5	89.0	91.1
* No	7.6	5.0	-	11.4	9.5	11.0	8.9
	99.9	99.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	1006	150	211	186	190	187	82
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	982	147	210	182	182	181	80
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva [4]	29.3	25.8	31.9	27.5	22.0	37.0	32.5
* Positiva [3]	64.4	66.7	61.9	64.8	73.1	56.4	63.8
* Negativa [2]	5.7	6.8	5.2	7.1	3.8	6.6	3.7
* Muy negativa [1]	0.6	0.7	1.0	0.6	1.1	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	2.4	2.0	0.5	2.2	4.2	3.2	2.4
Top Two Boxes	93.7	92.5	93.8	92.3	95.1	93.4	96.2
Bottom Two Boxes	6.3	7.5	6.2	7.7	4.9	6.6	3.8
Promedio	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	3.3	3.3

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
d. FERIA DE FLORES Y DESFILE DE SILLETEROS							
¿Conoce?							
* Si	82.4	93.1	72.0	80.0	89.5	78.6	85.6
* No	17.5	6.3	28.0	20.0	10.5	21.4	14.4
	99.9	99.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	898	148	152	168	188	165	77
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	889	148	149	167	188	160	77
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva [4]	41.6	45.9	24.2	43.1	47.3	43.1	46.8
* Positiva [3]	57.0	53.4	73.1	55.7	51.1	56.9	50.6
* Negativa [2]	1.4	0.7	2.7	1.2	1.6	-	2.6
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	1.0	-	2.0	0.6	-	3.0	-
Top Two Boxes	98.7	99.3	97.3	98.8	98.4	100.0	97.4
Bottom Two Boxes	1.3	0.7	2.7	1.2	1.6	-	2.6
Promedio	3.4	3.5	3.2	3.4	3.5	3.4	3.4

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
e. FESTIVAL VALLENATO							
¿Conoce?							
* Si	90.0	96.2	97.6	85.7	81.4	91.4	87.8
* No	9.8	3.1	1.9	14.3	18.6	8.6	12.2
	99.8	99.4	99.5	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	981	153	206	180	171	192	79
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	970	152	206	177	170	186	79
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva [4]	32.0	29.6	31.6	33.9	25.3	38.2	32.9
* Positiva [3]	63.3	61.2	65.5	63.8	71.2	55.4	62.0
* Negativa [2]	4.2	8.5	2.4	2.3	2.3	5.9	5.1
* Muy negativa [1]	0.5	0.7	0.5	-	1.2	0.5	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	1.1	0.7	-	1.7	0.6	3.1	-
Top Two Boxes	95.3	90.8	97.1	97.7	96.5	93.5	94.9
Bottom Two Boxes	4.7	9.2	2.9	2.3	3.5	6.5	5.1
Promedio	3.3	3.2	3.3	3.3	3.2	3.3	3.3

MINISTERIO DE CULTURA

CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
f. REINADO NACIONAL DE BELLEZA							
¿Conoce?							
* Si	96.8	98.1	98.6	97.6	96.2	95.2	93.3
* No	3.0	1.3	1.4	1.9	3.8	4.8	6.7
	99.8	99.4	100.0	99.5	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	1055	156	208	205	202	200	84
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	1042	156	207	204	198	193	84
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva [4]	23.3	12.8	29.0	19.6	23.2	30.0	22.6
* Positiva [3]	58.0	53.8	63.8	50.5	60.1	59.1	61.9
* Negativa [2]	15.5	26.3	7.2	25.5	12.6	9.3	13.1
* Muy negativa [1]	3.2	7.1	-	4.4	4.1	1.6	2.4
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	1.2	-	0.5	0.5	2.0	3.5	-
Top Two Boxes	81.3	66.7	92.8	70.1	83.3	89.1	84.5
Bottom Two Boxes	18.7	33.3	7.2	29.9	16.7	10.9	15.5
Promedio	3.0	2.7	3.2	2.9	3.0	3.2	3.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
g. CARNAVAL DE RIOSUCIO (LA FIESTA DEL DIABLO)							
¿Conoce?							
* Si	43.1	50.3	23.2	50.5	60.5	33.3	42.2
* No	56.8	49.1	76.8	49.5	39.5	66.7	57.8
	99.9	99.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	470	80	49	106	127	70	38
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	456	80	46	103	122	67	38
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva [4]	19.7	12.5	13.0	12.6	26.2	26.9	28.9
* Positiva [3]	58.3	60.0	65.2	52.5	58.2	62.7	55.3
* Negativa [2]	17.6	20.0	10.9	29.1	13.1	10.4	15.8
* Muy negativa [1]	4.4	7.5	10.9	5.8	2.5	-	-

	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	3.0	-	6.1	2.8	3.9	4.3	-
Top Two Boxes	78.1	72.5	78.3	65.0	84.4	89.6	84.2
Bottom Two Boxes	21.9	27.5	21.7	35.0	15.6	10.4	15.8
Promedio	2.9	2.8	2.8	2.7	3.1	3.2	3.1

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
h. SEMANA SANTA EN POPAYÁN							
¿Conoce?							
* Si	75.0	81.1	59.7	88.1	75.2	70.0	80.0
* No	24.8	18.2	40.3	11.9	24.8	29.5	18.9
	99.7	99.4	100.0	100.0	100.0	99.5	98.9
BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	817	129	126	185	158	147	72
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	806	129	124	184	156	141	72
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva [4]	42.7	36.4	27.4	52.2	44.2	47.5	43.0
* Positiva [3]	53.2	56.6	68.6	44.5	50.0	50.4	55.6
* Negativa [2]	3.5	6.2	3.2	2.2	5.1	2.1	1.4
* Muy negativa [1]	0.6	0.8	0.8	1.1	0.7	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	1.3	-	1.6	0.5	1.3	4.1	-
Top Two Boxes	95.9	93.0	96.0	96.7	94.2	97.9	98.6
Bottom Two Boxes	4.1	7.0	4.0	3.3	5.8	2.1	1.4
Promedio	3.4	3.3	3.2	3.5	3.4	3.5	3.4

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
i. FERIAS DE CALI							
¿Conoce?							
* Si	86.7	93.1	77.7	92.4	88.6	85.2	82.2
* No	13.1	6.3	22.3	7.6	11.4	14.8	16.7
	99.8	99.4	100.0	100.0	100.0	100.0	98.9

BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	945	148	164	194	186	179	74
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	929	147	161	193	182	172	74
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva [4]	29.4	23.1	16.2	36.8	26.4	39.0	36.5
* Positiva [3]	64.9	65.3	79.5	57.0	69.8	56.4	60.8
* Negativa [2]	5.2	10.2	4.3	5.2	3.3	4.6	2.7
* Muy negativa [1]	0.5	1.4	-	1.0	0.5	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	1.7	0.7	1.8	0.5	2.2	3.9	-
Top Two Boxes	94.3	88.4	95.7	93.8	96.2	95.3	97.3
Bottom Two Boxes	5.7	11.6	4.3	6.2	3.8	4.7	2.7
Promedio	3.2	3.1	3.1	3.3	3.2	3.3	3.3

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
j. FESTIVAL DEL PORRO							
¿Conoce?							
* Si	57.9	63.5	71.6	52.9	54.8	53.3	45.6
* No	42.0	35.8	28.4	47.1	45.2	46.7	54.4
	99.9	99.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	631	101	151	111	115	112	41
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	615	100	150	107	115	105	38
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva [4]	24.1	22.0	20.0	21.5	16.5	36.2	42.1
* Positiva [3]	72.2	70.0	77.3	75.7	80.0	60.0	57.9
* Negativa [2]	3.6	8.0	2.7	2.8	3.5	2.9	-
* Muy negativa [1]	0.1	-	-	-	-	0.9	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	2.5	1.0	0.7	3.6	-	6.3	7.3
Top Two Boxes	96.3	92.0	97.3	97.2	96.5	96.2	100.0
Bottom Two Boxes	3.7	8.0	2.7	2.8	3.5	3.8	-
Promedio	3.2	3.1	3.2	3.2	3.1	3.3	3.4

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90

	%	%	%	%	%	%	%
k. FERIA DE MANIZALES							
¿Conoce?							
* Si	79.5	89.3	66.8	81.4	82.9	79.0	81.1
* No	20.4	10.1	33.2	18.6	17.1	21.0	18.9
	99.9	99.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	867	142	141	171	174	166	73
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	850	139	137	169	172	160	73
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva [4]	27.9	25.9	15.3	26.6	28.5	37.5	35.6
* Positiva [3]	68.8	65.5	82.5	71.6	67.4	61.2	63.0
* Negativa [2]	2.9	8.6	1.5	0.6	4.1	1.3	1.4
* Muy negativa [1]	0.4	-	0.7	1.2	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	2.0	2.1	2.8	1.2	1.1	3.6	-
Top Two Boxes	96.7	91.4	97.8	98.2	95.9	98.8	98.6
Bottom Two Boxes	3.3	8.6	2.2	1.8	4.1	1.2	1.4
Promedio	3.2	3.2	3.1	3.2	3.2	3.4	3.3

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA
17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
l. FESTIVAL IBEROAMERICANO DE TEATRO							
¿Conoce?							
* Si	66.8	92.5	52.6	65.7	61.9	63.8	75.6
* No	33.0	6.9	47.4	34.3	38.1	36.2	23.3
	99.8	99.4	100.0	100.0	100.0	100.0	98.9
BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	728	147	111	138	130	134	68
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	712	145	110	135	129	126	67
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva [4]	45.1	52.4	28.2	48.9	37.2	57.1	41.8
* Positiva [3]	53.1	44.1	70.9	48.9	62.0	42.9	53.7
* Negativa [2]	1.8	3.5	0.9	2.2	0.8	-	4.5
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	2.2	1.4	0.9	2.2	0.8	6.0	1.5
Top Two Boxes	98.2	96.6	99.1	97.8	99.2	100.0	95.5
Bottom Two Boxes	1.8	3.4	0.9	2.2	0.8	-	4.5
Promedio	3.4	3.5	3.3	3.5	3.4	3.6	3.4

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA
17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO,

continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
m. FESTIVAL INTERNACIONAL DE POESÍA EN MEDELLÍN							
¿Conoce?							
* Si	44.6	57.2	27.5	49.0	51.0	36.7	55.6
* No	55.3	42.1	72.5	51.0	49.0	63.3	44.4
	99.9	99.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	486	91	58	103	107	77	50
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	477	91	56	102	105	75	48
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva [4]	37.1	39.6	17.9	41.2	34.3	45.4	39.6
* Positiva [3]	61.2	58.2	80.3	57.8	62.8	53.3	60.4
* Negativa [2]	1.5	2.2	1.8	1.0	2.9	-	-
* Muy negativa [1]	0.2	-	-	-	-	1.3	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	1.9	-	3.4	1.0	1.9	2.6	4.0
Top Two Boxes	98.3	97.8	98.2	99.0	97.1	98.7	100.0
Bottom Two Boxes	1.7	2.2	1.8	1.0	2.9	1.3	-
Promedio	3.4	3.4	3.2	3.4	3.3	3.4	3.4

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA
17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
n. FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE EN CARTAGENA							
¿Conoce?							
* Si	58.6	73.0	67.3	53.8	50.0	54.3	54.4
* No	41.1	27.0	32.7	45.7	49.5	45.7	44.4
	99.7	100.0	100.0	99.5	99.5	100.0	98.9
BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	639	116	142	113	105	114	49
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	624	115	139	110	103	109	48
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva [4]	35.9	37.4	29.5	40.0	25.2	44.0	45.8
* Positiva [3]	62.5	57.4	69.8	59.1	73.8	55.1	54.2
* Negativa [2]	1.4	5.2	-	0.9	1.0	0.9	-
* Muy negativa [1]	0.2	-	0.7	-	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	2.3	0.9	2.1	2.7	1.9	4.4	2.0
Top Two Boxes	98.4	94.8	99.3	99.1	99.0	99.1	100.0
Bottom Two Boxes	1.6	5.2	0.7	0.9	1.0	0.9	-

Promedio	3.3	3.3	3.3	3.4	3.2	3.4	3.5

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA
17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
o. FESTIVAL DEL MONO NUÑEZ							
¿Conoce?							
* Si	39.5	48.4	12.8	62.9	48.1	30.0	34.4
* No	60.2	50.9	87.2	37.1	51.4	69.5	65.6
	99.7	99.4	100.0	100.0	99.5	99.5	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	431	77	27	132	101	63	31
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	417	75	27	127	97	61	30
	%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva [4]	36.4	36.0	7.4	46.4	23.7	45.9	43.3
* Positiva [3]	60.0	58.7	77.8	52.0	74.2	52.5	50.0
* Negativa [2]	3.4	5.3	11.1	1.6	2.1	1.6	6.7
* Muy negativa [1]	0.2	-	3.7	-	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde	3.2	2.6	-	3.8	4.0	3.2	3.2
Top Two Boxes	96.4	94.7	85.2	98.4	97.9	98.4	93.3
Bottom Two Boxes	3.6	5.3	14.8	1.6	2.1	1.6	6.7
Promedio	3.3	3.3	2.9	3.4	3.2	3.4	3.4

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA
17. De la siguiente lista de eventos artísticos y culturales que se realizan en Colombia, por favor dígame si los conoce o ha oído hablar de ellos. Encuestador: si la respuesta es NO, continúe con el siguiente evento. Encuestador: entregue Tarjeta F
18. Y ahora por favor dígame si la imagen que tiene de ellos es Muy positiva, Positiva, Negativa o Muy negativa.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
p. FESTIVAL DE COLEO Y JOROPO							
¿Conoce?							
* Si	61.4	84.3	46.4	57.6	55.2	61.0	80.0
* No	38.3	15.1	53.6	42.4	44.3	38.6	20.0
	99.7	99.4	100.0	100.0	99.5	99.5	100.0
BASE=ENCUESTADOS QUE CONOCEN EL EVENTO	669	134	98	121	116	128	72
	%	%	%	%	%	%	%
¿Qué imagen tiene de ellos?							
Base=Informan	653	131	97	119	115	121	70

		%	%	%	%	%	%	%
* Muy positiva	[4]	24.6	25.9	10.3	24.4	15.6	33.1	42.9
* Positiva	[3]	66.2	58.0	87.6	64.7	72.2	62.8	50.0
* Negativa	[2]	8.3	15.3	2.1	9.2	9.6	4.1	7.1
* Muy negativa	[1]	0.9	0.8	-	1.7	2.6	-	-
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No responde		2.4	2.2	1.0	1.7	0.9	5.5	2.8
Top Two Boxes		90.8	84.0	97.9	89.1	87.8	95.9	92.9
Bottom Two Boxes		9.2	16.0	2.1	10.9	12.2	4.1	7.1
Promedio		3.1	3.1	3.1	3.1	3.0	3.3	3.4

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA
19. Por favor dígame 5 nombres de personajes o artistas colombianos que usted admire

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
PERSONAJES O ARTISTAS COLOMBIANOS QUE ADMIRA							
*** MUSICA/CANTANTES/COMPOSITORES**	**78.8**	**76.7**	**89.6**	**80.5**	**71.4**	**78.1**	**72.2**
* Shakira	40.3	40.9	43.6	36.2	35.2	43.8	44.4
* Carlos Vives	32.2	27.7	43.6	31.0	31.0	29.5	25.6
* Juanes	9.5	9.4	8.5	10.5	9.5	10.0	8.9
* Diomedes Díaz	9.4	8.2	22.3	5.2	3.3	8.6	6.7
* Dario Gómez	6.6	2.5	0.9	16.2	10.5	4.3	1.1
* Joe Arroyo	3.2	1.9	11.4	1.0	1.0	1.4	1.1
* Binomio de Oro	3.1	4.4	6.2	1.4	1.9	2.4	2.2
* La Negra Grande de Colombia	2.7	5.0	1.9	3.3	2.4	1.4	2.2
* Jorge Villamil	2.6	4.4	-	1.0	5.2	1.9	4.4
* Claudia de Colombia	2.4	1.9	3.8	3.8	2.4	1.0	-
* Luis Alberto Posada	2.1	-	-	6.7	3.8	0.5	-
* Los Inquietos del Vallenato	1.9	1.3	0.5	3.3	1.4	2.4	3.3
* Rafael Orozco	1.9	3.1	2.8	2.4	1.0	1.4	-
* Los Hermanos Zuleta	1.8	-	9.0	-	0.5	-	-
* Rafael Escalona	1.7	1.3	0.9	2.9	1.4	2.4	1.1
* Charlie Zaa	1.6	0.6	0.5	1.4	2.4	2.9	1.1
* Galy Galiano	1.6	2.5	0.9	1.4	1.4	1.4	2.2
* Andrea Echeverry (Aterciopelados)	1.4	3.1	0.9	0.5	1.0	1.9	1.1
* Alfredo Gutiérrez	1.4	2.5	3.3	-	1.0	1.0	-
* Helenita Vargas	1.3	-	-	2.9	2.9	0.5	1.1
* Marbelle	1.3	1.3	0.9	1.4	1.0	2.4	-
* Garzón y Collazos	1.2	3.1	-	0.5	0.5	1.4	3.3
* Los Tolimenses	1.2	1.3	-	1.9	2.4	1.0	-
* Kike Santander	1.1	0.6	0.9	1.9	1.4	-	2.2
* El Charrito Negro	1.0	-	-	3.3	1.9	-	-
* Iván Villazón	1.0	-	5.2	-	-	-	-
* Andrés Cabas	1.0	0.6	1.4	1.4	1.0	0.5	1.1
* Grupo Niche	0.9	1.3	0.5	2.4	-	-	2.2
* Los Diablitos	0.9	-	4.3	-	-	0.5	-
* Moisés Angulo	0.9	-	4.3	-	0.5	-	-
* Lucho Bermúdez	0.8	1.9	0.5	1.0	1.0	0.5	-
* Miguel Morales	0.8	-	3.8	-	0.5	-	-
* Jorge Oñate	0.8	1.3	2.8	-	-	0.5	-
* Adriana Lucia	0.7	-	0.5	1.0	0.5	1.0	2.2
* Raul Santi	0.7	0.6	0.5	-	-	2.9	-
* Andres Cepeda	0.6	-	1.4	0.5	1.0	0.5	-
* Estercita Forero	0.6	-	3.3	-	-	-	-
* Olimpo Cárdenas	0.6	-	0.9	1.9	-	0.5	-
* Totó La Momposina	0.6	0.6	-	-	1.4	0.5	1.1
* Alejo Durán	0.6	-	1.9	-	-	0.5	1.1
* Martha Sen	0.5	1.3	-	-	0.5	1.0	-
* José Barros	0.5	0.6	0.5	0.5	0.5	0.5	-
* Silva y Villalba	0.5	1.9	-	-	0.5	0.5	-
* Rómulo Caicedo	0.4	-	-	-	1.0	1.0	-
* Los Gigantes del Vallenato	0.4	-	-	0.5	1.0	-	1.1
* Los 50 de Joselito	0.4	1.3	0.5	-	0.5	-	-
* Vicky	0.4	-	0.5	0.5	0.5	0.5	-
* Checo Acosta	0.4	-	1.9	-	-	-	-
* Nelson Velásquez	0.4	-	1.4	-	0.5	-	-
* Juan Carlos Coronel	0.4	-	1.4	0.5	-	-	-
* José A. Morales	0.3	1.3	-	-	-	0.5	-
* Lisandro Meza	0.3	-	0.5	0.5	-	0.5	-
* Kraken	0.3	-	-	1.0	-	0.5	-
* Hermanitas Calle	0.3	-	-	-	-	1.0	1.1
* Grupo Guayacán	0.3	-	-	0.5	0.5	-	1.1

* Yolanda Rayo	0.3	0.6	0.5	-	0.5	-	-
* Nelson Pineda	0.3	-	1.4	-	-	-	-
* Noel Petro "El burro Mocho"	0.3	-	-	-	1.0	-	1.1
* Gustavo Rodríguez	0.2	-	-	1.0	-	-	-
* Diosas del Vallenato	0.2	0.6	-	-	-	-	1.1
* Fausto	0.2	-	-	0.5	0.5	-	-

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

19. Por favor dígame 5 nombres de personajes o artistas colombianos que usted admire

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Los Tri-o	0.2	0.6	-	-	0.5	-	-
* Yolima Pérez	0.2	-	-	-	-	0.5	1.1
* Los Betos	0.2	-	0.9	-	-	-	-
* Silvio Brito	0.2	-	0.9	-	-	-	-
* Anibal Velásquez	0.2	-	0.9	-	-	-	-
* Diomedes Dionisio "Diomedito"	0.2	-	-	-	-	0.5	1.1
* Oriol Rangel	0.2	0.6	-	0.5	-	-	-
* Carmiña Gallo	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Ana Sol	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Luis Mateus	0.1	-	-	0.5	-	-	-
* Carolina la O	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Nueve Once (Rock)	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Juan Piña	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Lyda Zamora	0.1	-	-	-	-	0.5	-
* Colacho Mendoza	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Adolfo Echavarría	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Alci Acosta	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Cristopher	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Oscar Agudelo	0.1	-	-	-	-	0.5	-
* Pacho Galán	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Billy Pontoni	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Dueto de Antaño	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Victor Hugo Ayala	0.1	-	-	-	-	0.5	-
* Oscar Golden	0.1	-	-	-	-	-	1.1
* El Cholo Valderrama	0.1	-	-	-	-	-	1.1
* Arias Vigot	0.1	-	-	-	-	-	1.1
*** DEPORTES**	**39.8**	**32.1**	**49.3**	**32.4**	**40.0**	**46.2**	**33.3**
* Juan Pablo Montoya	18.4	19.5	19.4	12.4	20.5	21.9	15.6
* Pibe Valderrama	9.1	3.1	23.7	5.7	4.8	9.5	2.2
* Oscar Córdoba	6.5	3.8	7.6	4.3	6.2	9.5	7.8
* Juan Pablo Angel	3.7	3.8	1.9	4.3	4.3	5.2	1.1
* María Isabel Urrutia	3.5	5.7	1.9	3.3	3.3	3.3	4.4
* Tino Asprilla	2.2	1.9	0.5	2.9	3.3	2.4	2.2
* Lucho Herrera	1.6	2.5	0.9	1.0	2.9	1.0	1.1
* René Higuita	1.5	-	1.9	0.5	2.9	1.4	2.2
* Jairo "El Tigre" Castillo	1.5	-	0.9	1.9	-	4.3	1.1
* Iván Ramiro Córdoba	1.4	-	-	1.0	1.9	4.3	-
* César Rincón	1.3	3.1	0.9	0.5	1.4	0.5	2.2
* Martín Cochise Rodríguez	1.2	-	0.5	-	2.9	1.9	2.2
* Hernán Darío Gómez	1.1	-	0.9	1.0	2.9	1.0	-
* Edgar Rentería	0.9	-	3.8	-	0.5	0.5	-
* Fabiola zuluaga	0.8	-	0.5	0.5	0.5	2.9	-
* Santiago Botero	0.7	-	0.5	0.5	1.0	1.0	2.2
* Freddy Totono Grisales	0.6	-	-	-	2.4	0.5	1.1
* Farid Mondragó	0.6	-	0.5	-	1.0	1.9	-
* Francisco Maturana	0.6	-	-	1.4	1.0	0.5	1.1
* Andrés Escobar	0.6	-	0.5	-	1.0	1.4	-
* Chicho Serna	0.6	0.6	1.4	1.0	-	-	-
* Leonel Alvarez	0.6	-	0.9	1.0	1.0	-	-
* Miguel "Happy" Lora	0.6	-	2.4	-	0.5	-	-
* Antonio Cervantes "Kid" Pambelé	0.5	0.6	0.9	-	0.5	0.5	-
* Victor Hugo Aristizabal	0.5	0.6	-	-	1.4	0.5	-
* Willintong Ortíz	0.5	-	-	0.5	0.5	1.0	1.1
* Freddy Rincón	0.5	-	-	1.4	0.5	0.5	-
* Giovany Hernández	0.4	-	0.5	1.0	0.5	-	-
* Iván René Valenciano	0.4	-	1.4	0.5	-	-	-
* Marlon Pérez	0.3	-	0.9	-	0.5	-	-
* José "El Mono" Herrera	0.3	-	1.4	-	-	-	-
* Jaime de la Pava	0.2	-	-	1.0	-	-	-
* Cecilia "La Chechi" Baena	0.2	-	0.9	-	-	-	-
* Oscar Julián Ruiz	0.2	-	-	-	-	-	2.2
* Adolfo "El Tren" Valencia	0.2	-	-	-	-	-	2.2
* León Darío Muñóz	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Alexis García	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Fabio Parra	0.1	-	-	-	0.5	-	-

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Ç

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA
19. Por favor dígame 5 nombres de personajes o artistas colombianos que usted admire

Ç

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Milton Patiño	0.1	-	-	-	-	0.5	-
* Mario Alberto Yepes	0.1	-	-	-	-	0.5	-
* Bayron López	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Diego Fernández	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Wilmer Cabrera	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Miguel Asprilla	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Rodrigo "Rocky " Valdéz	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Gabriel Ochoa	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Hellmont Bellingrot	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Miguel Calero	0.1	-	0.5	-	-	-	-
*** ARTES (Escritura/escultura/pintura...)**	**54.0**	**58.5**	**39.3**	**51.9**	**56.7**	**56.2**	**74.4**
* Gabriel García Marquez	43.9	40.3	37.9	47.6	38.1	47.6	60.0
* Fernando Botero	17.7	28.9	8.1	8.6	28.1	14.8	24.4
* Rafael Pombo	2.0	2.5	-	2.4	2.9	1.9	3.3
* Alvaro Mutis	1.9	1.9	0.5	1.0	0.5	5.2	3.3
* Sonia Osorio	1.3	1.9	0.9	1.9	1.4	0.5	1.1
* Alejandro Obregón	1.2	1.9	0.5	1.0	1.4	1.4	1.1
* Consuelo Araujo "La Cacica"	1.2	1.9	2.4	0.5	1.0	1.0	-
* Rodrigo Arenas Betancurt	1.1	1.3	-	-	3.3	1.0	1.1
* Jorge Isaac	0.9	1.3	0.5	1.0	1.0	0.5	2.2
* Omar Rayo	0.8	0.6	-	1.4	1.4	0.5	1.1
* Germán Castro Caicedo	0.6	-	-	0.5	-	0.5	4.4
* José Asunción Silva	0.5	-	0.9	-	-	1.0	1.1
* Enrique Grau	0.5	1.9	-	-	1.0	-	-
* David Manzur	0.5	1.3	-	-	0.5	0.5	1.1
* Tomás Carrasquilla	0.3	-	-	-	1.0	-	1.1
* El Indio Rómulo	0.3	-	-	-	-	1.4	-
* José Eustasio Rivera	0.3	-	-	1.0	-	-	1.1
* Edgar Negret	0.3	0.6	-	-	0.5	0.5	-
* David Sánchez Juliao	0.2	-	0.5	-	0.5	-	-
* Maripaz	0.2	1.3	-	-	-	-	-
* Leon de Greiff	0.2	0.6	-	-	0.5	-	-
* Daniel Samper	0.2	0.6	-	-	0.5	-	-
* Jairo Anibal Niño	0.2	0.6	-	0.5	-	-	-
* Mario León Artunduaga	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Jaime Arango	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Gustavo Alvarez G.	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Antonio Caballero	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Fernando Soto Aparicio	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Luis Hernando Guerra	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Teresita Gómez	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Porfirio Barba Jacob	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Debora Arango	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Juan Quiróz	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Gloria Zea	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* María Mercedes Carranza	0.1	0.6	-	-	-	-	-
*** TV/TEATRO/CINE/FARANDULA**	**32.9**	**29.6**	**31.3**	**34.3**	**35.7**	**33.3**	**32.2**
* Miguel Varoni	8.9	8.2	13.7	11.0	6.2	7.6	3.3
* Fanny Mikey	4.5	3.8	2.4	4.8	6.2	4.8	5.6
* Pacheco	2.8	3.1	1.9	2.4	3.8	2.9	2.2
* Teresa Gutiérrez	2.3	1.3	4.3	1.4	1.9	2.9	1.1
* Victor Mallarino	2.2	1.9	1.4	1.9	2.4	3.3	2.2
* Manolo Cardona	2.0	0.6	2.4	3.8	2.4	1.0	1.1
* Margarita Rosa de Francisco	1.9	0.6	0.9	1.4	2.9	2.4	4.4
* Amparo Grisales	1.8	1.3	1.9	2.4	1.9	1.4	2.2
* Jota Mario Valencia	1.8	3.8	0.5	0.5	1.4	2.9	3.3
* Jorge Barón	1.6	-	0.9	1.9	1.4	2.4	3.3
* Carlos Muñoz	1.2	1.3	1.9	1.9	0.5	1.0	-
* Ana María Orozco "Betty"	1.2	1.3	0.9	1.0	1.9	1.0	1.1
* Sergio Cabrero	1.1	2.5	-	1.0	1.0	1.4	1.1
* Vicky Hernández	1.0	1.3	0.5	1.4	1.4	1.0	-
* Danilo Santos	0.8	0.6	0.9	1.0	-	1.4	1.1
* Carolina Sabino	0.7	1.3	-	1.4	-	1.0	1.1
* Juan Gossain	0.7	-	0.5	1.4	1.0	1.0	-

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA
19. Por favor dígame 5 nombres de personajes o artistas colombianos que usted admire

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES

BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Robinson Díaz	0.6	0.6	-	0.5	1.0	1.0	-
* María Cecilia Botero	0.5	-	0.5	0.5	0.5	1.0	-
* Cristina Umaña	0.5	-	-	-	1.4	0.5	1.1
* Paola Rey	0.5	-	0.5	1.0	-	1.0	-
* Roberto Cano	0.5	0.6	0.5	0.5	0.5	-	1.1
* Yamid Amat	0.5	0.6	-	1.0	-	0.5	1.1
* Carlos "Gordo" Benjumea	0.4	1.3	-	1.0	-	-	-
* Gloria Valencia	0.4	-	-	-	1.4	0.5	-
* Gustavo Angarita	0.4	-	0.5	0.5	-	0.5	1.1
* Claudia Gurissati	0.4	-	-	-	0.5	1.0	1.1
* Edgar Perea	0.4	-	0.5	-	0.5	0.5	1.1
* Delfina Guido	0.3	0.6	-	-	0.5	0.5	-
* Carlos Antonio Velez	0.3	-	-	0.5	0.5	0.5	-
* Hernán Orjuela	0.3	0.6	-	-	0.5	0.5	-
* Jairo Camargo	0.3	-	-	-	-	1.4	-
* Alvaro Ruiz	0.3	-	-	-	0.5	1.0	-
* María Eugenia Dávila	0.3	-	0.9	0.5	-	-	-
* Luis Alfredo Vargas	0.3	0.6	-	-	1.0	-	-
* Angie Cepeda	0.3	-	0.5	1.0	-	-	-
* Aura Cristina Gheitner	0.3	1.3	-	0.5	-	-	-
* Marcelo Cezán	0.2	-	0.5	-	0.5	-	-
* Pablo Laserna	0.2	-	0.5	-	0.5	-	-
* Alina Lozano	0.2	-	-	-	0.5	0.5	-
* Lully Bosa	0.2	0.6	-	0.5	-	-	-
* Florina Lemaitre	0.2	-	0.9	-	-	-	-
* Sandra Reyes	0.2	0.6	-	-	-	0.5	-
* Jorge Abello	0.2	-	-	-	0.5	0.5	-
* Julio César Luna	0.2	-	0.9	-	-	-	-
* Ronald Ayazu	0.2	-	0.5	-	0.5	-	-
* Maritza Rodríguez	0.2	-	0.5	-	0.5	-	-
* Santiago García	0.2	0.6	-	-	-	0.5	-
* Caterine Siachoque	0.2	-	0.5	0.5	-	-	-
* Enrique Buenaventura	0.2	-	-	1.0	-	-	-
* Jorge Alí Triana	0.2	-	-	0.5	0.5	-	-
* Carolina Acevedo	0.2	0.6	-	-	-	0.5	-
* Rafael Novoa	0.2	-	-	1.0	-	-	-
* Roberto Obregón	0.2	-	0.5	-	-	0.5	-
* Patricia Ercole	0.2	0.6	-	-	-	-	1.1
* Juan Guillermo Ríos	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Diego Cadavid	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Kepa Amuchastegui	0.1	-	-	-	-	0.5	-
* Luigi Aycardi	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* William Vinasco CH.	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Lucero Galindo	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Jaime Garzón	0.1	-	-	0.5	-	-	-
* Bernardo Romero Pereiro	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Franklin Linero	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Darío Arizmendi	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Viena Ruiz	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Roberto Posada	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Julio Sánchez Cristo	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Oscar Rentería	0.1	-	-	-	-	0.5	-
* José Gabriel Ortíz	0.1	-	-	0.5	-	-	-
* Mónica Lopera	0.1	-	-	0.5	-	-	-
* Judith Sarmiento	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Armando Gutiérrez	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Héctor Ulloa "El Chinche"	0.1	-	-	-	-	0.5	-
* Julián Arango	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Marú Yamayusa	0.1	-	-	-	-	0.5	-
* Yuldor Gutiérrez	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Julio Jiménez	0.1	-	-	-	-	0.5	-
* Frank Ramírez	0.1	-	-	-	-	0.5	-
* Felipe Aljure	0.1	-	-	-	-	0.5	-
* Alí Humar	0.1	-	-	-	-	0.5	-
* Juan Harvey Caicedo	0.1	-	-	-	-	-	1.1
* Carolina Gómez	0.1	-	-	-	0.5	-	-

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

19. Por favor dígame 5 nombres de personajes o artistas colombianos que usted admire

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
*** POLITICA**	**19.9**	**20.1**	**17.1**	**18.6**	**23.3**	**15.7**	**31.1**
* Alvaro Uribe Vélez	8.2	3.8	3.8	8.1	11.9	8.1	17.8
* Horacio Serpa Uribe	1.5	1.9	0.9	1.4	1.0	2.4	1.1
* Antanas Mocjus	1.3	1.3	0.5	1.4	1.0	1.9	2.2
* Andrés Pastrana	1.3	0.6	3.3	0.5	0.5	1.4	1.1
* Jorge Eliecer Gaitán	1.0	1.9	0.5	0.5	1.9	-	2.2

* Ernesto Samper	1.0	-	3.3	1.4	0.5	-	-
* Nohemí Sanín	0.9	0.6	0.5	0.5	1.4	1.0	2.2
* Ingrid Betancourt	0.7	0.6	-	-	2.9	0.5	-
* Fernado Botero Zea	0.6	2.5	-	1.4	-	-	-
* Rosso José Serrano	0.6	-	0.9	0.5	1.0	0.5	-
* Luis Carlos Galán	0.6	1.3	-	-	0.5	1.0	1.1
* Rafael Nuñez	0.6	1.3	0.9	0.5	0.5	-	-
* César Gaviria	0.5	0.6	0.5	1.4	-	-	-
* Enrique Peñalosa	0.5	1.3	-	-	1.0	-	1.1
* Alvaro Gómez Hurtado	0.5	-	0.5	0.5	0.5	1.0	-
* Alfonso López Michelsen	0.4	-	1.4	-	-	-	1.1
* Antonio Navarro Wolf	0.4	0.6	-	1.0	-	0.5	-
* Alfonso Lizarazo	0.4	-	-	0.5	1.0	-	1.1
* Braulio Castiblanco (Gob. Casanare)	0.4	-	-	0.5	-	-	3.3
* Gustavo Petro	0.3	-	-	0.5	-	0.5	1.1
* Gustavo Rojas Pinilla	0.3	1.3	-	0.5	-	-	-
* Francisco Santos	0.3	0.6	-	0.5	0.5	-	-
* Marco Fidel Suárez	0.3	0.6	-	-	1.0	-	-
* Misael Pastrana Borrero	0.3	0.6	0.5	-	-	0.5	-
* Belisario Betancurt	0.3	0.6	-	0.5	-	0.5	-
* Angelino Garzón	0.3	0.6	0.9	-	-	-	-
* Jesús María López (Gob. De Córdoba)	0.3	-	0.5	1.0	-	-	-
* María Eugenia Rojas	0.2	-	-	1.0	-	-	-
* Virgilio Barco	0.2	0.6	-	0.5	-	-	-
* Ventura Díaz	0.2	-	0.5	0.5	-	-	-
* Ivan Moreno Rojas	0.2	-	-	-	-	1.0	-
* Lucho Garzón	0.2	0.6	-	-	-	0.5	-
* Fernando Londoño	0.2	0.6	-	-	-	0.5	-
* Carlos Ossa Escobar	0.2	0.6	-	-	-	-	1.1
* José Gregorio Hernández	0.2	0.6	-	-	-	0.5	-
* Bernardo Hoyos	0.2	0.6	0.5	-	-	-	-
* Carlos Lleras Restreo	0.2	-	-	-	1.0	-	-
* Sergio Naranjo	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Carlos Moreno de Caro	0.1	-	-	-	-	0.5	-
* María Cano	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Miguel Antonio Caro	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Harold Bedoya	0.1	-	-	-	0.5	-	-
*** CIENCIA Y TECNOLOGIA**	**12.1**	**19.5**	**7.1**	**13.8**	**12.9**	**11.0**	**7.8**
* Manuel Elkin Patarroyo	11.9	19.5	7.1	12.9	12.9	11.0	7.8
* Rodolfo Llinás	0.5	0.6	-	1.0	0.5	0.5	-
*** MODELOS/REINAS/EX-REINAS**	**5.5**	**2.5**	**5.2**	**4.8**	**5.2**	**7.6**	**8.9**
* Natalia Paris	1.9	1.3	1.4	2.4	2.4	2.9	-
* Sofia Vergara	1.7	0.6	2.4	0.5	0.5	3.8	2.2
* Vanessa Mendoza	1.0	-	-	1.0	0.5	1.4	5.6
* Ana Sofía Henao	0.6	-	0.5	0.5	1.0	1.0	-
* Tatiana de los Ríos	0.5	0.6	0.5	0.5	1.0	-	-
* Paola Turbay	0.2	-	0.5	-	0.5	-	-
* Angie Moncayo	0.2	0.6	-	-	-	0.5	-
* Catalina Aristizabal	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Catalina Amaya	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Carolina Cruz	0.1	-	-	0.5	-	-	-
* Paula Andrea Betancurt	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Andrea Nochetti	0.1	-	0.5	-	-	-	-
* Luz Marina Zuluaga	0.1	-	-	-	-	-	1.1
* Claudia Helena Vásquez	0.1	-	-	-	0.5	-	-
*** OTROS**	**2.4**	**2.5**	**1.4**	**4.8**	**2.9**	**1.0**	**1.1**

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

19. Por favor dígame 5 nombres de personajes o artistas colombianos que usted admire

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
* El Padre Gallo	0.5	-	-	1.4	1.0	-	-
* Padre García Herreros	0.4	-	0.5	-	1.4	-	-
* Silvia Tsherassi	0.3	-	0.9	0.5	-	-	-
* Monseñor Duarte Cancino	0.3	-	-	1.4	-	-	-
* Monseñor Pedro Rubiano	0.3	-	-	0.5	0.5	-	1.1
* German Villegas	0.2	-	-	1.0	-	-	-
* El Mono Nuñez	0.2	-	-	0.5	-	0.5	-
* Nidia Quintero de Balcazar	0.2	0.6	-	-	-	0.5	-
* Augusto Trujillo Arango	0.1	-	-	-	0.5	-	-
* Joselito Carnaval	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Jaime Jaramillo	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* Diego Jaramillo	0.1	0.6	-	-	-	-	-
* No responde	0.6	0.6	-	-	0.5	1.4	1.1

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

20. Del siguiente listado, por favor dígame las TRES manifestaciones culturales que lo hacen sentir más colombiano.
Encuestador: entregue Tarjeta G, espere TRES respuestas.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
MANIFESTACIONES CULTURALES QUE LO HACEN SENTIR MÁS COLOMBIANO							
* El Vallenato	45.6	38.4	69.7	40.5	30.0	53.3	32.2
* El Fútbol	36.1	19.5	53.6	39.5	32.4	33.8	31.1
* El Bambuco	35.9	47.8	10.9	36.7	48.1	33.3	48.9
* Los Símbolos patrios	28.4	28.9	26.5	25.2	35.7	21.4	38.9
* Las Ferias y Fiestas	26.2	25.2	20.4	24.8	36.7	28.1	16.7
* La Comida autóctona	22.2	28.3	19.4	17.6	23.8	18.6	33.3
* La artesanía	19.2	24.5	15.6	15.7	24.3	18.6	15.6
* La Literatura Colombiana	17.1	17.6	16.6	16.7	15.2	19.0	17.8
* La Salsa	16.1	15.1	22.7	27.6	11.0	6.7	10.0
* El Ciclismo	12.5	11.9	6.6	17.1	10.5	14.3	16.7
* La Pintura Colombiana	9.4	11.9	6.6	5.7	11.9	10.0	12.2
* Los chistes	9.2	6.9	11.4	11.9	8.1	10.0	2.2
* Las Telenovelas	9.0	8.8	12.3	12.4	5.2	8.1	4.4
* Los Juegos (tejo, la rana....)	7.7	6.3	4.7	4.8	4.3	17.6	8.9
* La violencia	2.5	6.3	0.9	1.4	1.4	3.8	1.1
* Otras manifestaciones culturales	1.6	1.3	1.4	0.5	1.4	1.0	6.7

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

21. Ahora, del siguiente listado, por favor dígame las TRES manifestaciones culturales extranjeras que más le llaman la atención: Encuestador: entregue Tarjeta H

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
MANIFESTACIONES CULTURALES EXTRANJERAS QUE MÁS LE LLAMEN LA ATENCIÓN							
* Los idiomas	54.1	49.1	54.0	57.1	58.6	49.0	57.8
* La ciencia y la tecnología	48.9	47.8	44.1	47.1	55.7	46.2	56.7
* El cine	33.7	39.6	35.1	33.3	30.5	34.8	25.6
* Los programas de televisión	23.9	15.7	35.1	21.9	21.4	24.3	22.2
* La música clásica	23.6	25.8	19.9	24.8	27.1	22.4	20.0
* Las costumbres	20.2	23.9	22.7	21.4	22.4	14.8	12.2
* La danza	16.3	14.5	17.5	18.1	12.9	15.2	23.3
* El rock	15.6	15.1	18.0	12.9	16.2	19.0	7.8
* La pintura	15.6	18.9	12.8	18.1	14.3	16.2	12.2
* Los productos multimedia (juegos, software)	14.0	17.0	9.5	11.9	12.4	18.6	17.8
* La literatura	13.9	15.7	11.8	11.9	12.9	15.2	18.9
* El teatro	12.4	10.1	10.9	15.2	10.5	14.3	13.3
* El jazz	4.6	2.5	4.3	4.3	5.2	6.2	4.4
* Otras manifestaciones culturales	0.4	-	0.9	-	-	-	2.2

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

22. Del siguiente listado, por favor dígame los DOS sitios dónde usted desarrolla con más frecuencia sus actividades artísticas y culturales. Encuestador: entregue Tarjeta I, y espere dos respuestas.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90

	%	%	%	%	%	%	%
SITIOS DONDE DESARROLLA CON MÁS FRECUENCIA SUS ACTIVIDADES ARTÍSTICA Y CULTURALES							
* La casa	74.0	74.8	83.9	68.6	74.8	76.7	54.4
* Las plazas o parques	29.0	35.8	31.8	26.2	23.3	29.5	28.9
* El trabajo	19.7	24.5	17.1	15.2	24.3	18.6	20.0
* Un centro educativo	17.2	14.5	14.7	19.0	16.2	19.5	21.1
* La parroquia	12.8	6.9	16.1	16.2	11.4	10.5	15.6
* Una biblioteca	9.9	9.4	9.5	7.6	6.7	10.5	23.3
* Las ferias	7.9	6.9	4.7	11.9	9.5	9.5	-
* Una casa de la cultura	6.8	1.3	7.1	6.7	7.6	5.7	16.7
* Un centro comunal	4.2	6.9	1.9	4.8	6.2	3.3	1.1
* Un centro comercial	3.9	6.3	4.3	2.4	4.8	2.4	3.3
* Los teatros	3.7	2.5	1.4	5.7	3.3	4.8	4.4
* Un club social	3.5	3.1	0.9	5.7	4.8	3.3	2.2
* Otros sitios	2.7	3.1	3.8	1.4	1.9	1.4	6.7

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

23. ¿Cuál es la manifestación artística o cultural que usted más recuerda de su infancia?
Encuestador: entregue Tarjeta J, espere DOS respuestas

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
MANIFESTACION ARTÍSTICA O CULTURAL QUE MAS RECUERDA DE SU INFANCIA							
* Los juegos	53.6	52.8	55.9	61.4	55.2	51.9	31.1
* Los cuentos	39.4	32.1	35.1	42.4	43.8	41.0	42.2
* Los cantos	17.7	16.4	20.9	21.4	12.9	13.8	24.4
* El baile	15.1	20.8	16.1	11.9	11.4	15.7	17.8
* Las creencias religiosas	12.3	17.0	9.5	11.0	11.4	11.9	16.7
* La música	9.8	10.7	12.3	8.1	8.1	10.0	10.0
* Las adivinanzas	9.3	8.2	11.4	8.1	10.0	9.0	7.8
* Las fiestas	8.6	8.2	13.7	4.3	8.6	9.0	6.7
* La televisión	7.9	6.3	6.6	7.6	9.5	11.0	3.3
* La lectura	7.5	6.3	8.5	7.6	5.2	9.0	8.9
* El teatro	6.5	11.9	1.4	5.2	8.1	5.7	10.0
* La comida autóctona	5.3	3.8	3.8	3.8	7.6	3.3	14.4
* El cine	3.7	3.8	4.3	3.3	2.4	4.8	3.3
* Otras manifestaciones culturales	1.6	0.6	-	1.9	2.4	2.4	2.2
* No responde	0.2	-	-	-	1.0	-	-

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
24. ¿Quién ha influido más en sus inclinaciones artísticas o culturales, su mamá o su papá?							
* Mamá	66.3	64.8	65.4	70.0	68.6	61.9	66.7
* Papá	22.5	29.6	20.9	20.5	18.5	23.3	25.6
* Otra persona familiar	2.0	1.2	2.4	1.4	2.4	3.3	-
* Otra persona no familiar	1.0	-	0.9	0.9	-	2.4	2.2
* Ninguna	7.5	1.9	9.9	6.2	10.5	9.1	4.4
* No responde	0.7	2.5	0.5	1.0	-	-	1.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

25. ¿Cuáles son las DOS actividades artísticas o culturales que usted quisiera transmitir a sus hijos? Encuestador: entregue Tarjeta K, espere DOS respuestas

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
MANIFESTACION ARTÍSTICA O CULTURAL QUISIERA TRANSMITIR A SUS HIJOS							
* La música	40.6	41.5	38.9	39.5	36.7	47.6	37.8
* La lectura	28.2	28.9	27.5	31.4	27.6	25.2	28.9
* Las creencias religiosas	26.1	26.4	29.4	24.8	22.9	27.1	25.6
* La literatura	22.7	20.1	16.6	17.6	25.7	29.0	31.1
* Las costumbres	22.2	18.2	30.8	21.4	28.1	13.8	16.7
* El baile	18.3	22.0	19.9	23.3	14.3	15.2	13.3
* La pintura	13.8	11.9	13.3	15.7	14.3	11.4	17.8
* Humor	12.0	13.8	13.3	11.4	11.4	13.8	4.4
* El teatro	7.1	8.8	4.7	6.7	8.6	7.6	5.6
* Las ideas políticas	3.1	2.5	3.8	2.4	2.4	2.9	6.7
* Otras manifestaciones culturales	2.4	2.5	1.4	3.3	2.9	0.5	5.6
* La gastronomía	2.3	1.9	-	1.0	3.8	3.8	4.4

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

26. Voy a leerle algunas frases. Por favor, dígame si usted está Totalmente de acuerdo, De acuerdo, No muy de acuerdo, En desacuerdo o Totalmente en desacuerdo. ? Encuestador: entregue Tarjeta C

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
a. Una persona culta es la que tiene muchos conocimientos							
Base=Informan	1088	159	211	210	209	209	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	23.5	17.0	19.9	31.4	28.7	22.0	16.6
* De acuerdo [4]	42.1	46.6	43.6	40.5	34.5	44.0	47.8
* No muy de acuerdo [3]	21.6	24.5	18.5	21.9	23.4	22.0	17.8
* En desacuerdo [2]	11.0	11.3	12.8	5.2	12.4	11.0	16.7
* Totalmente de acuerdo [1]	1.8	0.6	5.2	1.0	1.0	1.0	1.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.2	-	-	-	0.5	0.5	-
Top Two Boxes	65.6	63.5	63.5	71.9	63.2	66.0	64.4
Bottom Two Boxes	12.8	11.9	18.0	6.2	13.4	12.0	17.8
Promedio	3.7	3.7	3.6	4.0	3.8	3.8	3.6
b. Una persona culta es la que conoce las tradiciones							
Base=Informan	1084	159	211	209	206	209	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	18.6	14.5	9.5	25.4	23.3	22.0	12.2
* De acuerdo [4]	53.1	55.3	55.9	54.1	50.5	51.7	50.0
* No muy de acuerdo [3]	17.5	20.1	19.9	13.4	14.5	18.2	22.2
* En desacuerdo [2]	9.6	10.1	10.0	6.2	11.2	8.1	15.6
* Totalmente de acuerdo [1]	1.2	-	4.7	0.9	0.5	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.6	-	-	0.5	1.9	0.5	-
Top Two Boxes	71.7	69.8	65.4	79.4	73.8	73.7	62.2
Bottom Two Boxes	10.8	10.1	14.7	7.2	11.7	8.1	15.6
Promedio	3.8	3.7	3.6	4.0	3.8	3.9	3.6

c. Una persona culta es la que respeta las normas de urbanidad

Base=Informan	1089	159	210	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	30.1	23.9	21.9	39.1	36.2	30.0	25.6
* De acuerdo [4]	59.7	66.0	65.7	50.5	57.1	59.5	62.2
* No muy de acuerdo [3]	7.1	6.3	10.0	7.6	4.3	8.1	4.4
* En desacuerdo [2]	2.8	3.8	2.4	1.4	2.4	2.4	7.8
* Totalmente de acuerdo [1]	0.3	-	-	1.4	-	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.1	-	0.5	-	-	-	-
Top Two Boxes	89.8	89.9	87.6	89.5	93.3	89.5	87.8
Bottom Two Boxes	3.1	3.8	2.4	2.9	2.4	2.4	7.8
Promedio	4.2	4.1	4.1	4.2	4.3	4.2	4.1

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

26. Voy a leerle algunas frases. Por favor, dígame si usted está Totalmente de acuerdo, De acuerdo, No muy de acuerdo, En desacuerdo o Totalmente en desacuerdo. ? Encuestador: entregue Tarjeta C

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
d. Los indígenas tienen cultura							
Base=Informan	1075	158	209	207	203	208	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	34.5	38.6	24.4	42.0	36.0	35.1	28.9
* De acuerdo [4]	56.8	55.1	65.1	48.3	54.2	57.2	65.6
* No muy de acuerdo [3]	4.7	3.8	5.2	6.3	4.9	3.9	2.2
* En desacuerdo [2]	3.3	2.5	4.8	1.5	3.9	3.8	3.3
* Totalmente de acuerdo [1]	0.7	-	0.5	1.9	1.0	-	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	1.4	0.6	0.9	1.4	3.3	1.0	-
Top Two Boxes	91.3	93.7	89.5	90.3	90.1	92.3	94.4
Bottom Two Boxes	4.0	2.5	5.3	3.4	4.9	3.8	3.3
Promedio	4.2	4.3	4.1	4.3	4.2	4.2	4.2
e. Los jóvenes de hoy son más cultos que los jóvenes de antes							
Base=Informan	1081	159	209	207	207	209	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	3.8	5.0	1.4	5.3	2.4	5.7	2.2
* De acuerdo [4]	9.9	10.7	12.9	7.3	7.7	10.1	12.2
* No muy de acuerdo [3]	27.4	30.8	17.2	31.4	26.1	30.6	31.1
* En desacuerdo [2]	39.7	44.0	38.3	39.1	35.3	39.2	47.8
* Totalmente de acuerdo [1]	19.2	9.5	30.2	16.9	28.5	14.4	6.7
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.8	-	0.9	1.4	1.4	0.5	-
Top Two Boxes	13.7	15.7	14.4	12.6	10.1	15.8	14.4
Bottom Two Boxes	58.9	53.5	68.4	56.0	63.8	53.6	54.4
Promedio	2.4	2.6	2.2	2.4	2.2	2.5	2.6
f. El rock es una expresión cultural importante							
Base=Informan	1059	157	204	205	203	203	87
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	6.1	7.0	2.4	7.3	5.4	9.4	4.6
* De acuerdo [4]	24.4	24.2	26.5	29.3	21.7	21.2	21.8
* No muy de acuerdo [3]	25.9	26.8	22.1	29.7	21.2	28.6	28.7
* En desacuerdo [2]	30.2	35.0	33.8	21.5	29.1	30.0	36.8
* Totalmente de acuerdo [1]	13.4	7.0	15.2	12.2	22.6	10.8	8.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	2.8	1.3	3.3	2.4	3.3	3.3	3.3

Top Two Boxes	30.5	31.2	28.9	36.6	27.1	30.5	26.4
Bottom Two Boxes	43.6	42.0	49.0	33.7	51.7	40.9	44.8
Promedio	2.8	2.9	2.7	3.0	2.6	2.9	2.8

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

26. Voy a leerle algunas frases. Por favor, dígame si usted está Totalmente de acuerdo, De acuerdo, No muy de acuerdo, En desacuerdo o Totalmente en desacuerdo. ? Encuestador: entregue Tarjeta C

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
g. La gente de escasos recursos tiene cultura							
Base=Informan	1083	159	211	208	208	207	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	15.6	12.6	15.6	15.4	21.2	13.0	14.4
* De acuerdo [4]	61.8	56.0	69.7	62.5	56.2	60.9	66.7
* No muy de acuerdo [3]	16.5	22.6	10.4	18.3	17.8	17.4	11.1
* En desacuerdo [2]	5.6	8.8	3.8	3.3	4.3	7.7	7.8
* Totalmente de acuerdo [1]	0.5	-	0.5	0.5	0.5	1.0	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.6	-	-	1.0	1.0	1.4	-
Top Two Boxes	77.4	68.6	85.3	77.9	77.4	73.9	81.1
Bottom Two Boxes	6.1	8.8	4.3	3.8	4.8	8.7	7.8
Promedio	3.9	3.7	4.0	3.9	3.9	3.8	3.9
h. La violencia es falta de cultura							
Base=Informan	1082	158	209	210	208	209	88
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	35.9	36.1	21.1	45.7	44.2	36.4	27.3
* De acuerdo [4]	47.9	48.7	55.0	42.9	44.2	48.3	48.9
* No muy de acuerdo [3]	6.5	5.7	7.2	6.2	3.4	7.2	12.5
* En desacuerdo [2]	6.7	6.3	10.0	3.3	5.8	6.2	10.2
* Totalmente de acuerdo [1]	3.0	3.2	6.7	1.9	2.4	1.9	1.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.7	0.6	0.9	-	1.0	0.5	2.2
Top Two Boxes	83.8	84.8	76.1	88.6	88.5	84.7	76.1
Bottom Two Boxes	9.7	9.5	16.7	5.2	8.2	8.1	11.4
Promedio	4.1	4.1	3.7	4.3	4.2	4.1	3.9
i. La cultura de otros países enriquece la cultura nacional							
Base=Informan	1077	159	210	209	204	206	89
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	15.0	11.3	7.1	22.5	14.2	14.6	25.9
* De acuerdo [4]	49.9	51.0	62.4	44.0	51.5	45.6	38.2
* No muy de acuerdo [3]	21.0	22.0	18.6	18.7	20.6	23.3	25.8
* En desacuerdo [2]	11.4	13.2	9.5	10.5	10.8	14.6	9.0
* Totalmente de acuerdo [1]	2.7	2.5	2.4	4.3	2.9	1.9	1.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	1.2	-	0.5	0.5	2.9	1.9	1.1
Top Two Boxes	64.9	62.3	69.5	66.5	65.7	60.2	64.0
Bottom Two Boxes	14.1	15.7	11.9	14.8	13.7	16.5	10.1
Promedio	3.6	3.6	3.6	3.7	3.6	3.6	3.8

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

26. Voy a leerle algunas frases. Por favor, dígame si usted está Totalmente de acuerdo, De acuerdo, No muy de acuerdo, En desacuerdo o Totalmente en desacuerdo. ? Encuestador: entregue Tarjeta C

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
j. Las mujeres son hoy más cultas que los hombres							
Base=Informan	1064	159	208	208	197	202	90
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	10.1	6.9	6.3	16.4	12.2	8.9	8.9
* De acuerdo [4]	39.5	39.0	44.2	34.6	40.1	38.6	41.1
* No muy de acuerdo [3]	29.7	27.1	28.4	31.7	27.9	34.7	25.6
* En desacuerdo [2]	16.9	22.6	14.9	14.4	13.7	16.8	24.4
* Totalmente de acuerdo [1]	3.8	4.4	6.2	2.9	6.1	1.0	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	2.4	-	1.4	1.0	6.2	3.8	-
Top Two Boxes	49.6	45.9	50.5	51.0	52.3	47.5	50.0
Bottom Two Boxes	20.7	27.0	21.2	17.3	19.8	17.8	24.4
Promedio	3.4	3.2	3.3	3.5	3.4	3.4	3.3
k. Los hombres son hoy más cultos que las mujeres							
Base=Informan	1064	159	208	208	198	202	89
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	3.0	1.9	3.4	5.3	1.0	2.5	4.5
* De acuerdo [4]	20.2	17.6	29.3	13.5	15.1	24.7	20.2
* No muy de acuerdo [3]	45.2	41.5	40.9	48.1	49.5	45.0	46.1
* En desacuerdo [2]	25.2	34.6	15.4	25.9	26.3	24.8	28.1
* Totalmente de acuerdo [1]	6.4	4.4	11.0	7.2	8.1	3.0	1.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	2.4	-	1.4	1.0	5.7	3.8	1.1
Top Two Boxes	23.2	19.5	32.7	18.8	16.2	27.2	24.7
Bottom Two Boxes	31.6	39.0	26.4	33.2	34.3	27.7	29.2
Promedio	2.9	2.8	3.0	2.8	2.7	3.0	3.0
l. A los colombianos les hace falta conocer más la cultura propia o nacional							
Base=Informan	1086	159	211	210	208	209	89
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	34.6	40.3	18.0	46.2	37.5	32.5	34.9
* De acuerdo [4]	61.1	57.2	75.8	49.0	60.6	63.6	57.3
* No muy de acuerdo [3]	2.7	1.9	3.8	1.9	1.4	2.9	5.6
* En desacuerdo [2]	1.3	-	1.9	2.9	0.5	1.0	1.1
* Totalmente de acuerdo [1]	0.3	0.6	0.5	-	-	-	1.1
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	0.4	-	-	-	1.0	0.5	1.1
Top Two Boxes	95.8	97.5	93.8	95.2	98.1	96.2	92.1
Bottom Two Boxes	1.6	0.6	2.4	2.9	0.5	1.0	2.2
Promedio	4.3	4.4	4.1	4.4	4.4	4.3	4.2

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

26. Voy a leerle algunas frases. Por favor, dígame si usted está Totalmente de acuerdo, De acuerdo, No muy de acuerdo, En desacuerdo o Totalmente en desacuerdo. ? Encuestador: entregue Tarjeta C

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90

	%	%	%	%	%	%	%
m. A los colombianos les hace falta conocer más la cultura extranjera							
Base=Informan	1077	159	209	210	202	208	89
	%	%	%	%	%	%	%
* Totalmente de acuerdo [5]	19.3	15.7	9.1	31.4	20.8	19.2	18.0
* De acuerdo [4]	56.2	53.5	73.7	45.7	58.9	49.5	53.9
* No muy de acuerdo [3]	13.9	18.2	8.6	11.9	14.4	15.9	18.0
* En desacuerdo [2]	8.4	10.7	4.3	8.6	4.4	13.5	10.1
* Totalmente de acuerdo [1]	2.2	1.9	4.3	2.4	1.5	1.9	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
* No sabe/No responde	1.2	-	0.9	-	3.8	1.0	1.1
Top Two Boxes	75.5	69.2	82.8	77.1	79.7	68.8	71.9
Bottom Two Boxes	10.6	12.6	8.6	11.0	5.9	15.4	10.1
Promedio	3.8	3.7	3.8	4.0	3.9	3.7	3.8

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
27. ¿Ha oído hablar de:							
Ministerio de La Cultura							
* Si	78.6	88.1	78.2	77.6	76.2	73.3	83.3
* No	21.3	11.9	21.8	22.4	23.8	26.2	16.7
* No sabe/No responde	0.1	-	-	-	-	0.5	-
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Plan de Cultura 2001 - 2010							
* Si	9.8	8.2	11.8	12.4	8.1	6.7	13.3
* No	89.6	91.8	87.7	87.1	91.9	92.8	83.3
* No sabe/No responde	0.6	-	0.5	0.5	-	0.5	3.4
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS NACIONALES
BASE=HAN OIDO HABLAR DEL MINISTERIO DE CULTURA O DEL PLAN DE CULTURA 2001-2010	859	140	165	165	160	154	75
	%	%	%	%	%	%	%
28. ¿Cómo califica la gestión del Ministerio de La Cultura?							
BASE=CALIFICAN	813	131	163	161	146	137	75
	%	%	%	%	%	%	%
Muy buena [5]	12.8	11.5	17.2	11.8	11.0	7.3	21.3
Buena [4]	48.1	43.5	56.4	40.4	49.3	52.6	44.0
Regular [3]	33.1	38.9	23.3	38.5	36.3	30.7	30.7
Mala [2]	4.3	3.8	3.1	8.1	1.4	5.8	2.7
Muy mala [1]	1.7	2.3	-	1.2	2.0	3.6	1.3
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
No sabe/No responde	5.4	6.4	1.2	2.4	8.8	11.0	-
Top Two Boxes	60.9	55.0	73.6	52.2	60.3	59.9	65.3

Bottom Top Boxes	6.0	6.1	3.1	9.3	3.4	9.5	4.0
Promedio (1-5)	3.7	3.6	3.9	3.5	3.7	3.5	3.8

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA

Fecha: Julio 8 de 2002

IV. LA IMPORTANCIA DE LA CULTURA

29. ¿Para usted cuál de los siguientes consideraría los DOS principales patrimonios artísticos o culturales de los Colombianos? Encuestador: entregue Tarjeta L, y espere DOS respuestas.

	TOTAL	REGIONES					
		BOGOTÁ	ATLÁNTICA	PACÍFICA	CENTRAL	ORIENTAL	TERRITORIOS
BASE=TOTAL ENCUESTADOS	1090	159	211	210	210	210	90
	%	%	%	%	%	%	%
PATRIMONIOS ARTÍSTICOS O CULTURALES DE LOS COLOMBIANOS							
* Su folklor	55.1	61.6	56.4	53.3	49.0	59.5	48.9
* Los monumentos y sitios históricos	45.5	49.7	37.4	41.4	46.7	54.8	42.2
* Su arte	40.6	28.9	40.3	48.6	44.3	40.0	35.6
* Su alegría	33.4	30.8	46.4	32.9	35.7	23.8	25.6
* Su biodiversidad	21.6	27.7	17.1	16.7	20.0	19.0	42.2
* No sabe/No responde	0.9	0.6	0.5	1.9	1.0	0.5	1.1

PERDERSE EN LAS DIFERENCIAS CULTURALES PARA ENCONTRARSE COMO CIUDADANOS

DIVAGACIONES SOBRE LA "ENCUESTA NACIONAL DE CULTURA, 2002"

OMAR RINCÓN

Profesor Asociado – Departamento de Comunicación – Universidad Javeriana
Coordinador Postgrado en Periodismo – Universidad de los Andes
Analista de Televisión – El Tiempo
Instructor Principal – Programa de Medios de Comunicación para América Latina - Fundación Friedrich Ebert
rincon61@hotmail.com

"Cada hombre tiene un paisaje interior. Unos prefieren el mar, otros la montaña, el campo o incluso el desierto. Cada uno tiene un paisaje mental que organiza su relación con el mundo. Cada uno tiene su pintura interior"[1] explica Paul Virilio. Y tal vez de esto es que habla la cultura, de ese paisaje interior que cada sociedad y sujeto construye para mirar el mundo. El Caribe es mar abierto que no tiene en cuenta los límites, lo paisa y lo andino sea esa inmensa montaña que obliga al esfuerzo y a ejercer la imaginación para poder oír el mar, y así cada identidad colombiana que habita este país construye su podría pintura interior. El Ministerio de Cultura realizó con el Centro Nacional de Consultoría la "Encuesta Nacional de Cultura 2002" donde buscaba describir "la posición del ciudadano común y corriente ante la cultura". Una encuesta documenta tendencias no realidades, en este caso se buscaba describir la demanda, no se analiza lo que piensan los artistas, cultores y gestores culturales; aquí se buscó el gusto masivo, ese que nace de las percepciones culturales de la gente del común; describir lo que ha dado en llamar consumo cultural Y los resultados no podían ser distintos apareció un país cultural casi imposible de creer para los productores culturales.

[1] VIRILIO, Paul. El cibermundo, la política de lo peor. Madrid: Cátedra, 1997

Ese país resultante de la Encuesta Nacional de Cultura 2002 fue titulado como "costeño" (dícese de quien habita en el caribe Colombiano) por el diario El Tiempo (Julio 12, 2002) porque "muchas de las cosas que hacen sentir colombianos a los habitantes de este país provienen de esta región". La actividad cultural más conocida es el Reinado Nacional de Belleza, luego vienen el Carnaval de Barranquilla y el festival Vallenato. Los personajes más admirados son Gabriel García Márquez, Shakira y Carlos Vives. Este hallazgo fue editorializado como "imperialismo cultural costeño" (El Tiempo, julio 17, 2002). El escritor Oscar Collazos (El Tiempo, Agosto1, 2002) explica que lo costeño "revela que su cultura popular conecta muy bien con los hilos del espectáculo de masas" y eleva la pregunta de "¿dónde, en qué lugar de nuestra memoria se van quedando aquellas creaciones olvidadas por los "medios"? ¿Dónde aquello que no alcance la bendición del éxito y no despierte el interés de las masas que es, sobre todo, un interés mediatizado por la industria del entretenimiento? A estas preguntas respondieron los colombianos en la dichosa encuesta: la cultura que prefieren es aquella que los entretiene. Por eso no leen, por eso los alumnos de bachillerato escriben "Niche" cuando piden nombrar a un filósofo alemán". El escritor Efraím Medina es más contundente y afirma que "los resultados de esta encuesta me dejan la sensación de una cultura enferma, enferma de tele y violencia, de ignorancia, de ausencia de criterios. Una cultura del abandono, del autodesprecio, de lo mediático. Los colombianos hemos sido, de manera sistemática, condenados a no saber qué sucede en torno nuestro, a ignorar porque nos eliminan día tras día y en todos los sentidos posibles. Sólo sabemos de Reinados de Belleza, cantantes y actores de moda, momias sagradas y fechas históricas sin contenido. Tras la violencia y la tele se oculta un mundo vibrante y poderoso donde convergen elementos culturales de diversa índole, un mundo donde es posible elegir un modo que no sería el "modo típico colombiano". Donde Carlos Vives no es el salvador del vallenato ni García Márquez el dios omnipotente de las letras ni Botero importa un pito" [2]. Don Alberto Aguirre (Cromos, Julio 26, 2002) llega a afirmar que esta encuesta demuestra que "este es un país arrevesado. Los valores andan de cabeza. En tal entorno, no es extraño que la mojiganga publicitaria y el sainete ocupen el camino de la cultura". El maestro Jaime Quevedo (El Tiempo, julio 28, 2002) escribe que "es por lo menos

[2] MEDINA, Efraím. Versiones y perversiones de un Chimpancé iluminado
. Comentario a Encuesta Nacional de Cultura 2002 (En este Cuaderno de Nación)
[3] ABAD FACIOLINCE, Héctor. Panfleto contra el populismo cultural
. Comentario a Encuesta Nacional de Cultura 2002 (En este Cuaderno de Nación)

urgente recordar el país diverso y multicultural que esconde la encuesta". El escritor Héctor Abad Faciolince concluye que "la encuesta refrenda la idea del relativismo cultural extremo: toda manifestación cultural es igualmente válida y respetable. Esta posición es defendida por algunos intelectuales. Para mí es una afirmación que fácilmente se reduce al absurdo"[3].

Los expertos y productores legítimos de la cultura cuestionan la Encuesta Nacional de Cultura 2002 por varios motivos:

(i) La celebración de lo caribe en detrimento de otras culturas que constituyen la nación colombiana.

(ii) El asignar el adjetivo cultural a prácticas masivas exclusorias como lo son el Reinado Nacional de Belleza, el Carnaval de Barranquilla y el festival Vallenato. "El Reinado Nacional de Belleza es un producto hecho a la medida de la tele, su estructura no tiene como objetivo servir de punto de encuentro sino marcar las diferencias raciales, económicas y sociales, estratificar desde la belleza (Reina Nacional y Reina Popular) hasta los lugares de diversión (Elegantes clubes de la aristocracia criolla y casetas en los barrios marginales)"[4].

(iii) La celebración como sujetos prioritarios de la cultura de imágenes comercializadas como lo son Shakira y Carlos Vives ya que en "en vez de Puyana, (tenemos) Carlitos Vives; en vez de Gloria Zea, el ´Tino´ Asprilla; en vez de la Luis Ángel Arango, el Reinado Nacional de Belleza; en vez del Museo de Antioquia, el Desfile de Silleteros; en vez de Gutiérrez Girardot, los Inquietos del Vallenato"[5].

(iv) El papel deformador de los medios de comunicación como constructores de lo que es y significa la cultura, convirtiéndola en espectáculo de masas, entretenimiento, celebración del presente. "Grandes figuras de la cultura popular pasan su larga vida creativa en el anonimato, desterrados de los grandes canales de difusión donde se bendicen el fulgor de la fama y las

[4] MEDINA, Efraím. Versiones y perversiones de un Chimpancé iluminado . Comentario a Encuesta Nacional de Cultura 2002 (Próxima aparición)
[5] AGUIRRE, Alberto. Cultura a la medida. Revista Cromos, Julio 26, 2002, p. 10.
[6] COLLAZOS, Oscar. La cultura de los ´mass media´. El Tiempo, Agosto 1, 2002, p. 1-18.

mieles de la riqueza"[6]. "A pesar de nuestra diversidad étnica para la tele sólo existe la raza blanca: los bebés de sus comerciales son rubios. Las amas de casa son rubias, los adolescentes y hasta las mascotas son rubias. Las otras razas aparecen para ocupar roles secundarios: la sirvienta y los meseros suelen ser negros, el tipo idiota de la telenovela puede ser un mestizo y sólo bajo mucha presión, y en medio de la crisis y la decadencia más atroz, fue posible que Colombia tuviera una reina nacional de belleza de raza negra"[7].

(v) La celebración del relativismo cultural que hace que toda manifestación cultural es igualmente válida y respetable. "El analfabetismo funcional que alimentan los medios de comunicación de masas no deja a las mayorías opción distinta a las de confundir cultura con espectáculo"[8]

(vi) La imagen final que muestra a Colombia como una cultura masificada sin criterio ni perspectiva lleno de bulla, exceso y mal gusto que esconde la nación diversa y multicultural. "Lo que resulta totalmente desconcertante es que ahora abramos una nueva brecha cultural en la que dividamos al país a partir de la dictadura de las encuestas y erijamos un imperialismo que nos marque nuevas divisiones, ya no solo históricas, sociales y económicas, sino también culturales. ¿Tanta resistencia nos cuesta la diversidad?".[9]

(vii) Y como consecuencia de esta cultura masificada y sin referencia a las prácticas diversas de hacer nación se cuestiona la efectividad de esta Encuesta nacional de Cultura 2002 como referente para la creación de políticas culturales, ya que podría significar que el Ministerio de Cultura tendría que fomentarlas actividades "consideradas culturales" por la gente como lo son el Reinado Nacional de Belleza, el Festival Vallenato, la música comercial, el deporte y el baile. Se cuestiona el criterio ya que "por el hecho de que la gente asista más masivamente a los espectáculos deportivos o a las parrandas vallenatas que a los conciertos sinfónicos, los museos de arte precolombino o las bibliotecas públicas, el ministerio no debe concluir que es lo más popular, en términos numéricos, lo que con mayores recursos se debe apoyar. De nuevo, este tipo

[7] MEDINA, Efraím. Versiones y perversiones de un Chimpancé iluminado. Comentario a Encuesta Nacional de Cultura 2002 (Próxima aparición)
[8] COLLAZOS, Oscar. La cultura de los ´mass media´. El Tiempo, Agosto 1, 2002, p. 1-18.
[9] QUEVEDO, Jaime. Al compás del currulao. El Tiempo, Julio 28, 2002, p. 1-20.

de razonamiento, por el que se siguen pasivamente los resultados de encuestas, podría llevar a apoyar antes las borracheras que la lectura."[10]

EL CONCEPTO DE CULTURA

Este argumentativo debate nacional sobre la cultura colombiana ya es motivo suficiente para celebrar la elaboración de la Encuesta Nacional de Cultura. Y lo es porque la discusión está desarrollándose sobre el concepto de cultura que hay detrás de las preguntas de la Encuesta Nacional de Cultura 2002, preguntas que obviamente no son "objetivamente" descriptivas e instalan juicios de valor y perspectivas de nación. Esta discusión está en la línea de valorar a la cultura como un lugar donde disputar el sentido de lo colectivo y donde se inviste a la comunidad de futuro, se instalan nostalgias y deseos. Andrés Hoyos, escritor y director de *El Malpensante*, afirma que "cuando las armas son las palabras o los planos cinematográficos, no las balas o las bocas de los fusiles, quizá haya tal cual muerto de la ira, pero no hay muertos de verdad"[11].

Ponernos de acuerdo en qué es la cultura parece algo difícil, pero la discusión argumentada que se está dando nos documenta como venimos siendo en la cultura de la palabra. Veamos algunos ejemplos:

(i) **La cultura es espíritu**. El intelectual Alberto Aguirre escribe que "Hegel: "Cultura es lo que queda cuando se ha olvidado todo". Dice Gramsci: "Cultura es la superior conciencia de sí mismo". La cultura es cuestión de espíritu. Ese poso que queda al fondo del ser, a manera de precipitado químico, luego de mezclas y formulaciones. O como la destilación de un finísimo sinfín. La cultura no es el artefacto, ni son los instrumentos; tampoco, sus productos. Éstos son apenas huellas, cuando de veras corresponden a aquella conciencia de sí mismo. Y no se puede confundir la cultura con el folclor, con los hábitos de un pueblo. (…) La cultura no admite fronteras, ni tolera radicaciones regionales. Es tan mío Hegel, el de Stuttgart, como Nicolás Gómez Dávila, el de Bogotá."[12] Esta visión de cultura corresponde a una visión ilustrada

[10] ABAD FACIOLINCE, Héctor. Panfleto contra el populismo cultural
. Comentario a Encuesta Nacional de Cultura 2002 (En este Cuaderno de Nación)

[11] HOYOS, Andrés. La cultura en Colombia: del ocio a la necesidad. Revista El Malpensante 41, Septiembre/Octubre, 2002, p. 97.

[12] AGUIRRE, Alberto. Cultura a la medida. Revista Cromos, Julio 26, 2002, p. 10.

basada en saberes y valores espirituales considerados como significativos para la humanidad. El inconveniente es que esta visión de la cultura no da cuenta de las prácticas y saberes de las comunidades y los sujetos en cuanto sí mismos, en su tradición y reinvención simbólica del pasado y el futuro. En cierta medida uno podría decir que "lo que queda cuando se ha olvidado todo" para muchos colombianos es una buena canción de Diomedes Díaz o Shakira, un tierno baile a lo Carlos Vives, una ilusión en forma de reina de belleza, una marca afectiva llena de fiesta. El asunto es dignificar a quien habita la cultura por lo que sus prácticas y manifestaciones expresan, más que por quien se asigna el valor de determinar qué es lo reconocible como cultural.

(ii) **La cultura es saber**: El intelectual Jorge Orlando Melo escribe que "La cultura que transforma la experiencia vivida en literatura, arte, filosofía, historia, civilización política, que se construye en un diálogo con el pasado de la humanidad y con las experiencias del presente, y que elabora los incidentes diarios para construir una vida con sentido… ha sido transmitida ante todo por el libro y la obra de arte, y en muchos sentidos parece hoy, si miramos los medios de comunicación, estar en retirada, reemplazada por la inmediatez de la experiencia, por el goce que se define como pura sensualidad, por el triunfo del principio de placer, por formas nuevas de sensibilidad… (pareciera) que es preferible estimular una frivolidad que nos permita olvidar, pero no resolver, nuestras dificultades".[13] Complementaria de la visión de alta cultura esta afirmación pregunta por los procesos reflexivos que debe proveer la cultura como escenario de diálogo entre el pasado y el futuro, pero sobre todo el permitir encontrar la densidad de los procesos de constitución de lo civilizado, lo valorable, lo digno de ser socializado para una sociedad. Aunque es cierto que la cultura constituye el dispositivo donde el diálogo se impone, este diálogo tiene que hacerse desde donde cada sujeto cultural es competente y no solo desde donde los intelectuales lo creen. El idea sería llegar a producir un sentido colectivo negociado desde argumentos pero muchos colombianos tienen como único mecanismo de expresión su cuerpo, su baile, su goce. Ahora, culpar a los medios de comunicación como los únicos culpables de esa cultura que celebra la diversión es eludir la responsabilidad de la inteligencia académica y política de socializar un proyecto

[13] MELO, Jorge Orlando. ¿Hacia una cultura de la recreación?. Revista El Malpensante #37, Marzo/abril, 2002, p. 55.

argumentativo de sentido colectivo. En últimas, creer que solo el libro nos hará libres es caer en una exclusión social desde quien sabe, para aquellos que no tienen ese capital cultural.

(iii) **La cultura es práctica de sentido colectivo**. El intelectual Germán Rey argumenta que "la cultura, es un paisaje diverso y complejo, en ocasiones difuso y siempre conmovedoramente evocador. La cultura, como escribió Clifford Geertz, es un documento público, borroso, lleno de elipsis, que necesita ser descifrado. Un documento escrito no con "las grafías convencionales sino con comportamientos volátiles" (…) La pregunta no es sólo que hacen los medios con la cultura, sino que pasa en las interacciones de la gente con estas mezclas, cómo los públicos sintonizan con ellas y se las apropian".[14] Este concepto reconoce que la cultura no pertenece a una elite, no hace parte de unos elegidos sino que se reinventa en prácticas de sentido cotidiano y en maneras públicas de ser colectivo. La cultura, entonces, pertenece a todos, tiene mucho de negociación, reconoce expresividades diversas y están en los lugares menos solemnes y más abiertos del símbolo.

(iv) **La cultura es reinvención del símbolo**: El intelectual Jesús Martín-Barbero cree que "el *lugar* de la cultura en la sociedad cambia cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser meramente instrumental para espesarse, densificarse y convertirse en estructural: la *tecnología* remite hoy no a unos aparatos sino a nuevos modos de *percepción* y de *lenguaje*, a nuevas sensibilidades y escrituras. (…) Poner a comunicar las culturas deja entonces de significar la puesta en marcha de movimientos de mera propagación o divulgación para entrar a significar la *activación* de la experiencia creativa y la competencia comunicativa de cada cultura. (…) La otra señal sintomática del "cambio de lugar" de la cultura en la sociedad la constituye la des-ubicación y el desplazamiento que introducen los medios y tecnologías de la comunicación: mientras ostensiblemente –al menos en América Latina- se reduce la asistencia a los eventos culturales en lugares públicos, tanto de la alta cultura (teatros, museos, ballet, conciertos de música culta), como de la cultura local popular (actividades de barrio, festivales, ferias artesanales) la *cultura a domicilio* crece y se multiplica"[15]. Esta perspectiva reconoce que la

[14] REY, Germán. Las vetas de la cultura. Comentario a Encuesta Nacional de Cultura 2002 (En este Cuaderno de Nación)

[15] MARTÍN-BARBERO, Jesús. Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención. En: RINCÓN, Omar. Televisión Pública: del consumidor al ciudadano. Bogotá: Fes/CAB, 2002, pp. 60-61.

cultura no es algo estable ni establecido ni determinado de antemano, sino que se reinventa según las prácticas y los medios de expresión y significación en los cuales se realice. Por lo tanto, descalificar de antemano unas manifestaciones como mejores que otras no tiene sentido, sino que manifiesta una actitud en contra de lo cultural porque intenta dominar el sentido inestable que no puede ser reubicado en los viejos parámetros valorales de lo que se ha legitimado como cultura.

Como se puede apreciar la discusión de argumentos sobre lo cultural no está concluida, es más este debate abierto por la Encuesta Nacional de Cultura 2002 está permitiendo a la sociedad colombiana preguntarse por qué es lo cultural y cómo es como comunidad de sentido, cómo ha venido siendo y cómo quiere investir de futuro la existencia ya que como lo expresa el filosofo Estanislao Zuleta "lo que tenemos por delante para que los hombres vuelvan a tener una autonomía relativa es el respeto. El respeto por las diferencias, la autonomía de la persona como persona, el tiempo para su formación, el espacio para decidir su vida" por eso es que hay que entender que "en nuestra época hay una gran dificultad derivada de la crisis que vivimos para investir de futuro… poner allí su deseo… lo que significa un gran repliegue sobre el presente como disfrute, no como producción sino como consumo puro"[16]. Allí está el valor existencial cultural de la Encuesta Nacional de Cultura 2002, preguntarse por el consumo, el disfrute masivo, lo culturalmente valorable por la sociedad. En este sentido que la cultura se haya convertido en un espectáculo que se ve, permite referirse al **revoltijo** de afectos, saberes, experiencias y deseos que constituyen la nación colombiana[17]. Para ello es importante diluir la seriedad reflexiva y retórica de los expertos en lo cultural y ganar visibilidad para las experiencias de afectos, goces y deseos que nos constituyen; creer que la diversidad cultural está llena de humor, goce y sabor cotidiano; creer en los besos y afectos interculturales. Debemos apostar por el revoltijo, el perderse en las diferencias para encontrarse como ciudadano.
Aprendiendo de la Encuesta Nacional de Cultura 2002 significa, entonces, reconocer que:

(i) Colombia es pluriétnica y pluricultural, celebra constitucional y retóricamente la diversidad, pero en su forma social actuada está llena de horror a las

[16] ZULETA, Estanislao. Ciudad e identidad. Revista de Estudios Socialesa #11. Bogotá: facultad de Ciencias sociales, Uniandes / Fundación social, Febrero 2002.
[17] RINCÓN, Omar. Relatos y memorias leves de nación. Bogotá: Cuaderno de nación, Ministerio de Cultura, 2001.

mezclas, celebra las otras formas de ser colombiano como un exótico y teme al otro cuando busca compartir escenarios, futuros, experiencias. A los colombianos nos hace falta mezclarnos, superar lo exótico como comprensión del diferente y encontrarnos con los otros para inventarnos en experiencia-símbolo-práctica nuevos. El asunto es el revoltijo creativo y gozoso. Y tal vez una de las formas de hacer de la multiculturalidad un atributo válido es asumirlo, quien lo creyera, con su potencia de sensibilidad débil, de moda mediática, de idea que nos hace ser modernos; esto significa hacer de lo cultural más que un discurso, experiencias de afecto, humor, espontaneidad. Esas que descubre la Encuesta Nacional de Cultura 2002.

(ii) Debemos comprender que las tecnologías mediáticas dan forma, son mediaciones visuales, técnicas, semánticas, estéticas, comunicativas que organizan la producción, la reproducción, la constitución y transformación de subjetividades[18] y que la vivencia de las diversidades culturales colombianas comunicadas significa que las identidades están en reinvención de relatos[19].

(iii) Las ideas fijas de la identidad (territorio, lengua, raza, religión, nación) se han diluido en múltiples y diversas formas, maneras, estilos artificiales de identidades. Habitamos identidades efímeras e inestables, vivimos ligeros de tiempo y razón, asistimos al caos como escenario de futuro. Tener identidad es luchar por el reconocimiento y el encuentro de lo que somos y venimos siendo desde lo que somos. Hoy las identidades se hacen desde las culturas emocionales, esas que se expresan y nos generan referentes pasionales para la vida, esas que reconoce la Encuesta Nacional de Cultura 2002.

(iv) Por último, debemos reconocer la autonomía del sujeto como principio del sentido, quien en sus modos de relacionarse de maneras diversas e inimaginadas con el mundo de los otros, lo real y la fantasía inventa nuevas formas de asignar sentido a la existencia.

[18] HABICH, Gabriela. MediAmórfosis.
Revista Gaceta 44/45. Bogotá: Ministerio de Cultura: p.66

[19] "Por los medios audiovisuales y las redes informáticas es por donde hoy pasan el desenclaje de tiempos y de espacios, la transformación de las sensibilidades y la configuración de nuevas identidades desde las que las gentes se perciben y ejercen como ciudadanos"
(MARTÍN-BARBERO, Jesús. Revista Diversa 2. Ministerio del Medio Ambiente. 1996).

Lo *cultural* es un sentimiento que referencia, una actitud para habitar la vida y unas imágenes que (i) nos tranquilizan el alma en la vivencia retórica de la diferencia; (ii) nos hace civilizados y (iii) nos obliga a vivir en múltiples referentes simultáneos: Hay que ser feminista pero indeginista pero ecologista pero afrocolombiano pero sexualmente libre pero demócrata pero televidente pero lector de libro y habitante del espíritu. Y una actitud nos permite nuevos relatos de identidad, el de la liviandad: "A veces necesitamos liviandad, pero la liviandad no es superficial. Además, hay otros dramas reales en la vida como el amor, la violencia, el odio, la miseria (…) de todos modos la moda no da la felicidad, aunque legitima su búsqueda (…) estamos en una época definida por el individualismo. Es la conjunción de rasgos como el culto al cuerpo, el hedonismo y una extraordinaria expansión de la autonomía individual"[20].

LA NACIÓN DE LA CULTURA... DE LA GENTE

"Toda comunidad de trabajo, de ocio o de opinión tiende a constituirse en un universo de reconocimiento (…) y el individuo puede reconocerse, contradictoriamente, según su necesidad, en diversos universos de reconocimiento"[21], nos explica el antropólogo Marc Augé. Y así, también participamos de múltiples y contradictorias prácticas de producción de la identidad, a eso es que se refiere la Encuesta Nacional de Cultura 2002. Si es cierto que el resultado de esta Encuesta nos documenta como una comunidad que se relata de manera contradictoria en prácticas tan reconocidas como banales llamadas reinados, fiestas, músicas y cuerpos.

PAÍS CARIBE.

La Encuesta Nacional de Cultura 2002 muestra la influencia cultural de la costa caribe en el país, su literatura (García Márquez), la música popular (Shakira, Carlos Vives) y la fiesta (Reinado de belleza, Carnaval de Barranquilla y Festival Vallenato) lo señalan así. Para no explicar desde la teoría, yo, boyacense de pura raza, reconozco que la cultura caribe me conquistó y convirtió a su fe de vida y ritmo. En un texto escrito en 1999[22] lo testimonié así:

[20] LIPOVETSKY, Gilles. La moda como estilo de vida. El Tiempo, Agosto 14, 2002, entrevista de Diego Guerrero, p. 2-5.
[21] AUGÉ, Marc en su libro El sentido de los otros, p. 85
[22] RINCÓN, Omar. La conquista Caribe. Revista Gaceta #46, Mayo/Diciembre 1999, p. 146

"El mar. El mar caribe. En estas montañas que juegan con el cielo, uno siempre sueña con el mar. No bastan las imágenes del mar. Uno sueña con conocer el mar. Uno siempre quiere perder la rigidez del vestido, la formalidad del cuerpo, el color mestizo susceptible. Uno sueña con la ola rompiendo el alma y el sonido querendón del viento. Uno sabe, desde siempre, que el mar trae nuevas ensoñaciones.

En los años 80 cuando iba a la universidad, en el bus de cada día, en la reunión de cada instante las baladas marcaban el ambiente sonoro y del amor; esas de Leo Dan cuando insinuaba que "mary es mi amor", de Heleno que no vacilaba en argumentar que "todo eran palabritas", de Elio Roca que cantaba "yo quiero dibujarte", del "corazón herido" de Nicola Di Bari, de "las cuatro estaciones de mi vida quisieran que fuese sólo una" de Vicky, "y hoy corté una flor y llovía llovía" de Leonardo Fabio, del "recliná niña tu frente sobre mí" de Oscar Golden, o la imortal "amiga" de Miguel Bosé, o la perfecta de "pueblo mío que estás en la colina" de Feliciano. Era de esos jóvenes que se ha denominado "generación plancha", porque todo lo que había que aprender del amor lo aprendimos debajo de la plancha de las mujeres que nos cuidaban y nos enseñaban a ser sentimentales. Soy de esos jóvenes a los que los boleros les fueron entrando al alma vía amores perdidos y la nueva trova cubana les marcaba el destino político. Uno era un romántico (no el último) para el amor y para la política.

Pasó el tiempo, nos volvimos grandes, escuchamos rock y sin darnos cuenta, como si fuera magia, nos fuimos volviendo de ritmo caribe. Poco a poco el Caribe fue llegando sin pretensión, sin quererlo, sin buscarlo y se fue anidando en el cuerpo, comenzó a marcar las nostalgias y a emocionar el amor. Poco a poco fuimos dejando la montaña, la mirada cabizbaja y encontrando que nos gustaba, nos encantaba, nos emocionaba ser caribes.

La música caribe se fue apropiando de cada uno de nuestras formas de sentir, hasta que hoy todos los colombianos, los del sur y las montañas nos consideramos fanáticos de la música caribe, de su rumba, de su gusto por vivir alegres; estamos conectados a esas maneras descomplicadas de gozar la vida y nos sentimos seducidos por su color, tono, emoción, magia, misterio, encanto, desparpajo para inventarle misterios y sentidos frágiles a cada instante y habitar en ritmos que penetran el cuerpo, el alma, el afecto y las maneras de amar.

Como el territorio que importa es el simbólico, la colombianidad está demarcada por el humor, la música, las formas de ser, imaginar, sentir y comer. Y hoy toda Colombia se identifica, se reconoce, se vive Caribe. Los bogotanos y boyacenses, lo soy, somos el resultado de una conquista cultural, somos colonizados y alfabetizados en esos ritmos de porro, cumbia, salsa, merengue, vallenato. Hoy los buses bogotanos sólo están prendidos al sabor Caribe, la alegría cunde en el trancón, y entre frenazo y madrazo suena el optimismo y sabor caribe.

No hay discusión sobre que somos caribes por opción, necesidad y seducción. Esa conquista se dio sin querer, se dio solo por la fuerza y potencia simbólica de ese Caribe que ha sacado del mar su sabor y ha logrado darnos una identidad, un rostro, un espejo más vital para mirarnos bellos, imperfectos y sutiles pero gozosos y deseosos.

El Caribe nos dio un cuerpo, un ritmo, una forma cultural para presentarnos en el mundo. Todo fue antes de Carlos Vives y Shakira, antes de que llegara la moda de cantar a Alejo Durán o que Diomedes se diluyera y el comercio nos consumiera. Todo fue porque el Caribe tenía muchas historias, mucho mar, mucha fuerza. Todo fue porque un día nos dimos cuenta que para ser universales solo nos quedaba mirar para el norte cercano y encontrarnos en esos cuerpos desparpajados de mujeres que llevan el ritmo, la dignidad, la imponencia puesta y marcada en su cuerpo.

Hoy somos todos Caribe, somos un territorio con olor a mar y eso nos gusta, y eso nos hace sentirnos infinitos en nuestra posibilidad de expresión. Eso nos hace mirar el mundo inmenso como el mar y variado como los ritmos heredados y reconvertidos. Hoy en Bogotá, la cultura, la verdadera, la cercana, la que sostiene el sentimiento y la ternura es del caribe.

Muchas veces salen voces que dicen que hay que revivir el amor por el bambuco, el torbellino, el joropo... pero es que estas músicas son muy tristes, muy de adentro, muy para mirar al piso... y los colombianos ya queremos ver más allá, queremos perdernos en un mejor territorio, uno más fuerte para negociar con la globalidad, uno más intenso para decirnos colombianos, uno más potente para expresarnos y sentirnos gozosos, divertidos, enrumbados y encantados.

Hemos sucumbido: somos Caribe y el Caribe nos conquistó sin querer, sólo con la fuerza de su tradición, la cadencia del cuerpo afro caribe, y

> la vitalidad de sus colores, rostros e historias. Hoy todavía seguimos soñando con el mar, pero el mar ya está aquí, ya está con nosotros, ya se ganó nuestro cuerpo y se hizo cultura colombiana. ¡Somos Caribe, aunque boyacenses, bogotanos, pastusos...! porque el Caribe es un territorio simbólico no físico. El mar, también, marca a Colombia.

Negar nuestra alma caribe, es de alguna manera intentar no reconocer que por ahí está pasando gran parte de nuestra marca cultural hacia adentro y hacia afuera. Somos reconocidos como una nación caribe y es en sus escrituras, imaginaciones y vibraciones donde hemos encontrado un lugar en este mundo. La Encuesta Nacional de Cultura 2002 no miente, solo expresa ese relato de identidad que nos da sentido como comunidad sentimental.

PAÍS DE CUERPOS FESTIVOS:

La Encuesta Nacional de Cultura 2002 describe a Colombia como una nación de baile y fiesta: (i) la danza es la primera actividad que aparece en la memoria al pensar en la cultura, (ii) el baile es la primera actividad cultural, (iii) los deportes son el primer motivo de orgullo cultural de los colombianos, (iv) el reinado nacional de belleza es la primera actividad cultural, (v) el carnaval de Barranquilla la segunda y (vi) el festival vallenato la tercera. Celebraciones del goce, el espíritu fiestero, el tiempo no-productivo, el lugar cultural arcaico (Héctor Abad Faciolince se pregunta si emborracharse es cultura). ¿Existe esa riqueza o es parte de nuestra pretenciosa retórica? A lo bien, nuestra resistencia está hecha de fiesta y reinas y músicas… pero a su vez estas son una expresión de exclusión, otra negación de lo diverso.

La misma Encuesta Nacional de Cultura 2002 presenta como la danza y el baile como primeras actividades a las que espontáneamente acuden los colombianos y colombianas al pensar en la cultura. En la misma línea de expresión aparecen los deportes como el primer campo cultural en que los encuestados creen que Colombia es más importante, y la segunda actividad que dicen practicar. El cuerpo se ha convertido en el lugar de la sensibilidad, la expresión y la conexión con el mundo. Hoy para ser alguien, hay que serlo desde el propio cuerpo: la nueva religión del cuerpo-producido-comercio-masivo-consumido. El cuerpo que baila y celebra es una buena emoción de diferencia, pero al final todos los cuerpos son iguales para el baile, y todos quieren el éxito de la carne y el deporte, todos queremos ser *protagonistas de novela*. Esos somos como nación.

La Encuesta Nacional de Cultura 2002 marca a Colombia como un territorio musical: (i) primera actividad de consumo cultural, (ii) escuchar música es la tercera actividad que la gente recuerda como cultura, (iii) la música es el segundo campo cultural en el que la gente cree que Colombia es más importante, (iv) el vallenato es la expresión cultural que hace sentir mas colombiana a la gente, (v) después de Gabriel García Márquez, los dos principales personajes para los colombianos son Shakira y Carlos Vives, seguidos relativamente cerca por Juanes, Diomedes Díaz y Darío Gómez, (vi) los cantos aparecen en tercer lugar en la memoria de la infancia, (vii) la música es lo primero que se desearía transmitir a los hijos.

De la Encuesta Nacional de Cultura 2002 se obtiene una nación un poco más vital y conectada a la cultura mundo y con lugar en el orgullo local; esa resistencia expresiva que es la música. Esa que se hace Shakira, Carlos Vives, Juanes, Diomedes Díaz y Darío Gómez. Lo cierto es que por la música pasa una de las formas más fuertes de la identidad, todos vivimos como la música que sentimos. La música nos asigna diferencia, nos produce sentimiento y nos hace ritmo. Cada uno somos como la música que nos produce, que nos determina un lugar y un sentimiento en la cultura. En la música desfila una sensibilidad difusa, ambigua, flexible que es libre en cuanto es capaz de expresar todo lo indecible, aquello para lo cual solo nos queda Niche, Diomedes Díaz, Alcy Acosta, Marbelle, Darío Gómez, Shakira, Carlos Vives y Andrea Echeverri. La buena música es aquella que nos gusta, las canciones que nos sabemos. Ese es todo el buen gusto, aquello que nos gusta.

> "Shakira dejó hace años de ser un tema musical para convertirse en un tema nacional (…) Hay nación en las canchas de fútbol, en las telenovelas de factura humorística, en las batallas de Maizena agua en bolsa, en las finales de Miss Colombia y en las canciones de Shakira. De resto, no existe nación ni en el escueto sentido de "conjunto de los habitantes de un país regido por el mismo gobierno", porque en Colombia la gente no es amigable conjunto sino indolente singularidad, y porque aquello del "mismo Gobierno" repugna con los cogobiernos que todos conocemos (y tenemos). Aquí los nacionalistas son los hinchas del Nacional, los devotos del culebrón caricatura, los del alma carnestoléndica, los cortesanos de las misses y los que, pegados a la radio, entonan "suerte que en sur hayas nacido". Por eso, porque Shakira

> "es nación", está prohibido exponer su música a la palabra, y quien se atreva a proponerla como tópico de discusión se expone al febril "¡dejen en paz a Shakira! (….) La fuerza de Shakira no está en sus curvas ni en el movimiento de cadera; tampoco en la rubia caballera que casi llega a la cadera. Es cantante, y artista, y bien plantada diva porque ha rechazado siempre el consenso con quienes, casi en tono de orden, le decían cómo debía cantar, componer, hablar, comer, bailar, caminar, pensar, sentir, oír y vivir"[23]

La música juega las identidades que importan en ritmos/cuerpos/voces/sudores más cercanos. Socialidades comunicativas donde uno se encuentra a gusto porque permite la expresividad incoherente de las nuevas formas de subjetividad. Cuerpos que se reinventan al estilo del baile y la moda. Música como la única expresividad reconocida como válida para la conexión en un nuevo nosotros. La forma música es una manera de ser diversos estando con los mismos porque uno se siente parte de la otredad porque baila su ritmo. Al final la música solo expresa una nueva manera de distinción porque aunque se acepte bailar y vivir champeta, no nos mezclamos en su puesta en celebración. En todo caso, la música es localidad que negocia con lo global.

LA CULTURA: PERDERSE EN EL CONSUMO PARA ENCONTRASE CIUDADANOS.

La cultura colombiana se expresa de manera contradictoria pero generadora de sentidos de referencia para la colectividad como lo son el reinado de belleza, las músicas, los cuerpos. Interesante que estas prácticas culturales de nuestras resistencias a lo global están hechas de goce, ritmo y exceso festivo; preocupante que estas formas de la resistencia nos devela como una nación retórica y festiva pero excluyente, de poca revoltura, casi ningún pensamiento, absolutamente cuerpo.

La Encuesta Nacional de Cultura 2002 certifica aún más nuestras contradicciones: una nación que se dice diferente a como se hace, una comunidad donde la mamá es la mediadora cultural de la sociedad, un país donde las manifestaciones culturales que se quisiera transmitir a los hijos son la música, la lectura y las creencias religiosas. Interesante este hallazgo porque vuelve y demuestra que las mujeres son las generadoras de memoria, de símbolo, de invención de futuro. Cada cual podrá mirar como nuestra vida cultural está diseñada por mujeres, la nación visible también lo

[23] GÓMEZ CÓRDOBA, Gustavo. Una (o dos, o tres) cosas sobre Shakira. Revista El Malpensante # 36, p.p. 92-93.

demuestra: El Museo Nacional y doña Elvira Cuervo, el Festival Internacional de Teatro y doña Fanny Mickey, el Museo de Arte Moderno y doña Gloria Zea, Maloka y doña Nhora Trujillo, el reinado de belleza y doña Tere, el festival Vallenato y la cacica Araujo. Así mismo, se reconoce la importancia de la lectura aunque no se incentive, se ve la importancia de las creencias religiosas como estrategia para inventarle una espiritualidad este país aunque no se crea demasiado. En la misma onda retórica de lo bien escuchado y bien sabido y bien legitimado pero no actuado se nombra que los patrimonios culturales de Colombia son el folclor, los monumentos históricos y el arte; manifestaciones culturales que no son consideradas como importantes en ninguna de las otras preguntas, esas de memoria, seducción y emoción para la vida. Nuestra nación cultural es una contradicción en cuanto se les asigna un valor importante para la sociedad a ciertas manifestaciones culturales pero no se consumen en la misma medida. Lo sabemos, lo hemos aprendido, comprendemos lo importante e imprescindible de la cultura pero en el consumo lo actualizamos, somos cultos en el discurso pero populares masivos en el uso de la cultura.

La Encuesta Nacional de Cultura 2002, entonces, nos abre el horizonte hacia nuevas actuaciones para imaginar otras valoraciones para lo diverso. En estos tiempos de las múltiples perspectivas y las verdades diversas, cuando todo es válido hay que intentar nuevas miradas, nuevos escenarios, nuevas prácticas comunicativas sobre la ciudad porque:

- Mirar de nuevo significa revisitar innovativamente lo ya visto cuando no se tiene la seguridad de haber visto bien.
- Miradas nuevas implica encontrar otras perspectivas, otros acercamientos, otros ángulos para ver lo mismo.
- Nuevas narrativas que imaginan que en los mundos del relato, en las prácticas de fabular la vida hay algo nuevo, ya que por ahí pasan las nuevas revoluciones del sentido.
- Nuevos tiempos que nos llevan a creer que tenemos otra oportunidad cultural en estos mundos del caos desalmado.

Los límites de la nacionalidad se de-rumban, ya no pertenecemos más a un concepto geográfico somos hijos de un territorio simbólico híbrido[24], nos convertimos en parte de una cultura repertorio, símbolo constituido por referencias mediáticas, deportivas, músicales, festivas. El concepto de cultura, deja de ser geográfico y se vuelve simbólico. La cultura hay que negociarla y reinventarla en cada nueva relación.

Nos toca descubrir lo que somos en medio de las más profundas hibridaciones que juntan religión con destino, catolicismo con preservativos, tecnología con brazalete de buena energía, vida de barrio con esquizofrenia de centro comercial, cine gringo con puros retazos de identidad cercana. Nos toca descubrir múltiples y diversas formas de ser colombiano. Hoy no basta con habitar las culturas heredadas, tenemos que comprenderlas/leerlas mejor, nos toca ser alfabetos de las nuevas formas que toma el sentido. Necesitamos darle valor agregado a la cultura, aprender a acceder competentemente a los nuevos modos de por-venir, esos que reinventan en las prácticas de ser colombiano en un mundo sin referencias estables. Volver la mirada y la subjetividad hacia lo que nos hace diferentes: dialectos, comidas, músicas, estilos, tradiciones, rincones. Debemos aprender a contarnos, las narrativas nos esperan. Las estéticas son fluidas, los estilos son la verdad del momento. Somos pura experimentación. Conexión. Colectivo.

(i) Volver a conectarnos. Potenciar el acceso a todas las culturas, todas las estéticas, todas las formas de concebir la vida que son una nación. Acceso que tiene que ver con oportunidades de expresión, de contar desde las propias estéticas, con los conocimientos creados para generar nuevas utopías de imaginar la vida.

(ii) Creer en el goce. No perder de vista que un beso es un beso y encanta al mundo. "Mientras uno se besa, se abraza (y lo que sigue) el pensamiento es un perfecto intruso (…) Sabemos que la existencia no tiene ningún sentido. Lo único que le da sentido (y alegría) es la inconsciencia de nuestro ancestro animal, el insensato afán de gozar y perdurar, y tal vez la conciencia de que no hemos perdido por completo ni nunca acabaremos de perder la capacidad de sentir sin pensar"[25]. La cultura está hecha de y para el goce, el disfrute, el encantamiento de la vida. No podemos perder de vista que la cultura tiene que volver a producir el afecto colectivo.

(iii) Disfrutar la diversidad. La identidad para reconfigurar y fabular la existencia se inventa desde lo intercultural para crear un nosotros múltiple hecho de conexión-

[24] Carlos Monsiváis explica que "ante un sistema que los excluye, las masas se declaran nacionales … los de arriba quieren cada vez más ser menos nación, mientras las masas se siente más de adentro… pero hay una nuevas formas de expresar este nacionalismo: el rencor, la rabia, la violencia… por lo tanto, el nacionalismo popular es un *happening,* una ideología sentimental de lo vivido y lo imaginado… en el deporte, ele espectáculo y el caos" (en MARTIN-BAREBRO, Jesús (coord) (2001) Imaginarios de nación. Pensar en medio de la tormenta. Bogotá: Cuadernos de Nación, Ministerio de Cultura)

[25] ABAD FACIOLINCE, Héctor. Pensar y sentir. Cromos, Abril 13, 1998

sensibilidades. Los cuerpos no son perfectos, no son el modelo moral, son la debilidad consumida por la soledad y la exclusión... pero desde el cuerpo hay espacio para ser auténtico, asignar sentido en la vida y construirse libre, la existencia debe ser libre para inventarla.

(iv) Renovar la confianza. La cultura tiene que servirnos para reinventar la amistad, la satisfacción inmediata, el ocio, la libertad y el estar bien, las formas de la confianza, la libre elección, la imaginación, la satisfacción con la vida y los flujos de sentimentalidad ante los autoritarismos

La cultura es diversidad cuando posibilita las nuevas sensibilidades que se encuentran en estéticas impensadas como lo indígena, lo femenino, lo no occidental, lo afrocolombiano, lo andino. Colombia en la Encuesta Nacional de Cultura 2002 reconoce nuestro ser pluricutural porque busca la simultaneidad, el afecto narrativo, la verdad otra, permite el encuentro entre lo diverso y lo plural, reconoce juntaras en lugar de exclusiones, símbolos afectivos que se hacen y rehacen desde nuestro propio mestizaje, que se transforman en modos de convivencia y desencuentro.

La gran utopía próxima es la ciudadanía contemporánea hecha de culturas y globo y localidades, de medios de comunicación como lugares para lograr ciudadanía de calle y mundo. Ciudadanía hecha de la posibilidad expresiva de nombrarse, representarse, reconocerse y visibilizarse en la estética, rostro y voz propia. Visibilidad alterna a la masiva que se hace posible con expresividad y estéticas locales. Sólo nos queda buscar sin tregua la conexión… la más vital, la de las palabras con sentido; la más afectiva la de los besos, los abrazitos, las ternuritas; la más colectiva, la de las experiencias, las historias; la más individual, la de la piel, el cuerpo; la más necesaria, la de hacernos colectivo; la única opción la cultura.
Comentario a Encuesta Nacional de Cultura 2002 (En este Cuaderno de Nación)

RESEÑAS DE AUTORES

Héctor Abad Faciolince
Nació en Medellín en 1958. Adelantó estudios de periodismo en la Universidad de Antioquia sin terminarlos y se graduó en Italia en literatura moderna. Regreso a Colombia de manera definitiva en 1992 y desde entonces ha venido desarrollando su carrera profesional como escritor y columnista de diferentes medios de comunicación. Entre sus publicaciones se encuentran: *Asunto de un hidalgo disoluto* (1994), *Fragmentos de amor furtivo* (1998), *Basura* (2000) y *Angosta* (2003); el libro de cuentos *Malos pensamientos* (1991); uno de viajes, *Oriente empieza en El Cairo* (2001), y *Tratado de culinaria para mujeres tristes* (1996). Actualmente es columnista de la revista *Semana* y colaborador ocasional de la revista *Soho*.

Germán Rey
Psicólogo de la Universidad Nacional de Colombia, profesor en la maestría de Comunicación de la Universidad Javeriana y en la especialización en Creación Multimedial de la Universidad de los Andes, en Bogotá Colombia.
Asesor en la casa editorial El Tiempo y coordinador del proyecto de indicadores sociales de industrias culturales del Convenio Andrés Bello.
Es miembro de la International Study Comission on Media, Religion and Culture.
Ha publicado: *Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y narrativas políticas; Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva.*

Efraim Medina Reyes
Nació en Cartagena de Indias y desde 1996 vive en Bogotá. Estudió medicina y economía y las abandonó para convertirse en escritor. Medina Reyes ha escrito y dirigido piezas de teatro y películas en video. Ha sido bajista y autor de todas las canciones de la legendaria *7 Torpes Band*. Entre sus libros publicados figuran *Una*

pared y otros poemas (1985), *Seis informes* (novela, 1988), *El automóvil sepia* (poemas, 1990), *Cinema árbol y otros cuentos* (1996), *Érase una vez el amor pero tuve que matarlo* (novela, 2001), *Técnicas de masturbación entre Batman y Robin* (novela, 2002).