



CANASTA BÁSICA DE PARTICIPACIÓN CULTURAL PARA CHILE

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN POLÍTICAS PÚBLICAS**

CLAUDIA GAMBOA OYARZO

PROFESOR GUÍA: JUAN JOSÉ PRICE ELTON

Santiago, abril 2017

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
DATOS Y METODOLOGÍA.....	4
RESULTADOS.....	19
ANÁLISIS DE LA CBPC EN RELACIÓN CON VARIABLES DE CARACTERIZACIÓN.....	22
ANÁLISIS DE GASTO ASOCIADO A LA CBPC	30
ANÁLISIS DE MOTIVOS DE NO ASISTENCIA	35
CONCLUSIONES.....	41
BIBLIOGRAFÍA.....	42

INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como objetivo la construcción de una canasta básica de participación cultural para Chile, en base a niveles de frecuencia de participación óptima para distintas disciplinas culturales y tomando como inspiración principal y guía metodológica la publicación “Una canasta básica de consumo cultural para América Latina”¹ de 2011. El umbral de participación ideal para cada actividad se construye en base a la participación mediana de las personas que declaran haber asistido a ellas en la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (ENPCC) 2012. Con esto, se obtiene un porcentaje de cobertura tanto para los dominios culturales como de manera general (22,2%).

Complementario a lo realizado por investigaciones anteriores, se homologan al Marco de Estadísticas Culturales del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes las actividades consideradas, se desarrollan análisis de la canasta con variables de caracterización de la población (grupo socioeconómico, nivel de escolaridad, edad, sexo, tamaño de ciudad y región), estimaciones del gasto per cápita mensual relacionado con la participación en actividades culturales y se explora en los motivos que determinan la inasistencia.

Lo anterior, tiene el propósito de generar un análisis con mayor profundidad sobre la participación cultural, permitiendo resolver preguntas clave que impulsen la generación e implementación de políticas públicas culturales basadas en evidencia empírica.

Cabe mencionar que la metodología de canasta no es algo habitual en el estudio de las encuestas culturales alrededor de mundo, los análisis suelen reducirse al porcentaje de la población que participa al menos una vez en cada disciplina y a artículos de determinantes de la demanda por participación cultural.

¹ GUELL et al. (2011).

DATOS Y METODOLOGÍA

Los datos utilizados en el presente estudio provienen de la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (ENPCC) 2012². Ésta fue realizada por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) con el objetivo de caracterizar al país en lo que a participación cultural se refiere. Su muestra consta de 8.200 individuos y tiene representatividad a nivel nacional y regional.

La recolección de información se realizó por medio de una encuesta presencial en los hogares. Fue respondida por personas de 15 años o más, pertenecientes a todos los niveles socioeconómicos y residentes en las zonas urbanas -con más de 5.000 habitantes- de todas las regiones del país. Según proyecciones de población del Instituto Nacional de Estadísticas (INE)³ para junio del año 2012, este universo corresponde a 11.835.886 personas.

Cabe señalar que en este documento, y a diferencia del texto anteriormente mencionado, nos referiremos a la canasta como una de participación y no de consumo. Lo anterior, es sólo un cambio en la denominación y no conlleva una modificación en relación a la metodología utilizada en “Una canasta básica de consumo cultural para América Latina”⁴. El cambio de nombre tiene por objetivo expresar a través del lenguaje una búsqueda más amplia sobre la manera en que las personas se comportan en relación a la participación cultural, más allá de sólo considerar los desembolsos de dinero asociados.

En el caso del texto base⁵, se propone utilizar siete grupos para el cálculo de su canasta básica de consumo cultural: Editorial y medios impresos, Música, Audiovisual, Espectáculos en vivo, Artes visuales, Patrimonio y Nuevos medios. Asimismo, cada uno de ellos contiene bienes y servicios específicos y, a su vez, a cada uno de éstos se le asigna un indicador.

² CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES (2013), p.23.

³ Citado en CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES (2013), p. 23.

⁴ GUELL et al. (2011).

⁵ GUELL et al. (2011), p. 113.

Tabla 1 Canasta Básica de Consumo Cultural y matriz de indicadores para mínimo de acuerdo a
GUELL et al. (2011)

Grupo	Bienes y servicios	Indicador
Editorial y medios impresos	Libros	Número de libros leídos al año
	Diarios	Número de diarios leídos a la semana
	Revistas	Número de revistas leídas al mes
Música	Música grabada	Número de horas que escucha música grabada a la semana
	Radio	Número de horas que escucha radop a la semana
Audiovisual	Cine	Número de veces que asiste al cine al año
	Vídeo	Número de veces que ve películas en VHS o DVD originales al mes
	TV	Número de horas que ve televisión a la semana
Espectáculos en vivo	Conciertos	Número de veces que asiste a un concierto de música en vivo al año
	Danza	Número de veces que asiste a un espectáculo de danza al año
	Teatro	Número de veces que asiste a un espectáculo de teatro al año
Artes visuales	Exposiciones de artes visuales	Número de veces que asiste al museo o a una exposición de artes visuales al año
	Exposiciones de fotografía	Número de veces que asiste a una exposición fotográfica al año
Patrimonio	Artesanías	Número de veces que asiste a una feria de artesanías al año
	Intangible	Número de veces que asiste a una celebración cultural al año
	Tangible	Número de veces que asiste a un lugar patrimonial al año
Nuevos medios	Internet	Número de horas que se conecta a internet en la semana
	Videojuegos	Número de horas ocupadas en juegos de consola o computador a la semana

Fuente: GUELL et al. (2011), p. 113.

En el presente trabajo, en cambio, para su confección se utilizarán los ocho dominios culturales nucleares establecidos en el Marco de Estadísticas Culturales (MEC) 2012⁶ (Patrimonio; Artes visuales; Artes escénicas; Artes musicales; Artesanías; Artes literarias, libros y prensa; Medios audiovisuales e interactivos; Arquitectura, Diseño y servicios creativos). Asimismo, se generan indicadores para estos dominios y para sus respectivos subdominios, siempre y cuando existan preguntas asociadas a la frecuencia de asistencia en el cuestionario de la ENPCC 2012.

En el cuadro siguiente se detallan los dominios y subdominios culturales de acuerdo al MEC 2012, además de su relación con el cuestionario de la ENPCC para la obtención de indicadores.

⁶ El MEC 2012 realiza la propuesta de un modelo conceptual, con el objetivo de organizar la información, flujos y contabilidades que permitan poblar de estadísticas al sector cultural. En MARCO DE ESTADÍSTICAS CULTURALES, CHILE 2012 (2012), p. 13.

Tabla 2 Dominios y subdominios culturales en MEC 2012 y preguntas relacionadas a su frecuencia de asistencia en ENPCC 2012

Dominios	Subdominios	¿Presenta pregunta de frecuencia en la ENPCC 2012?	Contenido pregunta	Nº pregunta cuestionario
Patrimonio	Instituciones patrimoniales	Sí, sobre museos	En los últimos 12 meses , ¿cuántas veces ha asistido a museos?	112
	Bienes patrimoniales	Sí, sobre patrimonio natural	En los últimos dos años , ¿cuántas veces ha asistido a sitios naturales?	109
Artes visuales	Pintura	Sí, se pregunta por todos los subdominios en una sola pregunta	Durante los últimos 12 meses , ¿con qué frecuencia asistió a exposiciones de artes visuales?	3
	Dibujo			
	Grabado			
	Escultura			
	Fotografía			
Artes escénicas	Teatro	Sí	Durante los últimos 12 meses , ¿cuántas veces asistió a obras de teatro?	11
	Danza	Sí	Durante esos últimos 12 meses , ¿cuántas veces ha asistido a espectáculos de danza?	19
	Circo	Sí	En los últimos 12 meses , ¿cuántas veces ha asistido al circo?	27
	Ópera	No	-	-
Artes musicales	Conciertos	Sí, se preguntan en conjunto	En los últimos 12 meses , ¿cuántas veces ha asistido a conciertos o recitales en vivo?	49
	Festivales de música			
	Composiciones y grabaciones	Sí, se preguntan en conjunto	¿Cuántos días a la semana escucha música?	38
Música digital				
Artesanías	Producción artesanal	No	-	-

Dominios	Subdominios	¿Presenta pregunta de frecuencia en la ENPCC 2012?	Contenido pregunta	Nº pregunta cuestionario
Artes literarias, libros y prensa	Bibliotecas	No	-	-
	Literatura, poesía, no ficción, etc.	No	-	-
	Libros	Sí, se pregunta por los libros leídos	En los últimos 12 meses , ¿cuántos libros ha leído?	66
	Periódicos y revistas	No	-	-
	Librerías	No	-	-
	Ferias del libro	No	-	-
	Actividades de desarrollo y promoción de la escritura y lectura literaria (talleres, etc.)	No		
Medios audiovisuales e interactivos	Radio	No	-	-
	Televisión	No	-	-
	Filmes y videos	Sí, hay dos preguntas: una de cine y otra de películas de video	Durante esos últimos 12 meses , ¿cuántas veces ha ido al cine ?	81
			¿Con qué frecuencia acostumbra a ver películas en VHS, DVD y/o PC ?	89
	Juegos de video	Sí	En el último mes , ¿con qué frecuencia utilizó video juegos?	102
	Portales y sitios web de redes sociales	Sí	¿Con qué frecuencia utiliza internet?	96

Dominios	Subdominios	¿Presenta pregunta de frecuencia en la ENPCC 2012?	Contenido pregunta	Nº pregunta cuestionario
Arquitectura, Diseño y servicios creativos	Diseño creativo, artístico y estético de objetos	No	-	-
	Diseño edificaciones y paisajes	No	-	-
	Diseño de modas	No	-	-
	Diseño de ambientes y espacios	No	-	-
	Diseño gráfico	No	-	-
	Publicidad	No	-	-

Fuente: Elaboración propia en base al MEC 2012 y el cuestionario de la ENPCC 2012.

Luego de identificar las preguntas de la ENPCC 2012 que nos permiten llegar a los resultados de frecuencia de participación, se revisaron sus respectivas categorías de respuesta. Éstas, en su mayoría estaban formuladas como intervalos, por ejemplo, ante la pregunta “En los últimos 12 meses, ¿cuántas veces ha asistido a conciertos o recitales en vivo?” las respuestas posibles son: a) más de 6 veces, b) 4 ó 5 veces, c) 2 ó 3 veces, d) 1 vez. Esto presenta una dificultad a la hora de realizar cálculos de medias y medianas, por lo tanto, las categorías de respuesta fueron modificadas y reemplazadas por el valor de las marcas de clase (puntos medios) de cada intervalo y aproximadas al número entero más cercano. Este ajuste también fue realizado para las preguntas asociadas a los subdominios de Teatro, Danza, Circo, Filmes y videos (en específico la relacionada con asistencia al cine), Conciertos y Festivales de música.

También se realizó una revisión de la consistencia entre el horizonte temporal formulado en las preguntas y las categorías de respuesta que las acompañaban, por ejemplo, ante la pregunta “En los últimos 12 meses, ¿cuántas veces ha asistido a museos?” las respuestas posibles son: a) una vez a la semana, b) una vez al mes, c) una vez cada 3 meses, d) una vez cada 6 meses, e) por lo menos una vez al año. Como la pregunta hace referencia al último año, las respuestas fueron modificadas a las siguientes: a) 52 veces al año, b) 12 veces al año, c) 4 veces al año, d) 2 veces al año, e) 1 vez al año. Este tipo de ajuste también fue realizado para las preguntas asociadas a los subdominios de Instituciones patrimoniales, Bienes patrimoniales, Juegos de video y al dominio de Artes visuales. En el caso de la pregunta de Juegos de video, debido a la mayor ambigüedad en sus categorías de respuesta y con el fin de evitar sesgos como consecuencia de la imputación, se probaron dos opciones de respuesta para la recodificación y en ambas se llegó a los mismos resultados tanto en el cálculo de mediana como de su respectiva cobertura.

Asimismo, hubo dos preguntas a las que se hicieron cambios tanto de coherencia con la formulación como de los valores en categorías de respuesta como consecuencia de la utilización de intervalos. Esto es, las preguntas asociadas a los subdominios de Filmes y videos (en específico la relacionada con visionado de películas de video) y de Portales y sitios web de redes sociales. Por otro lado, no sufrieron cambios las preguntas referentes a los subdominios de Composiciones y grabaciones y Música digital y al dominio de Artes literarias, libros y prensa.

Considerando las modificaciones anteriores y los indicadores recomendados por Güell et al.⁷, los dominios y subdominios culturales serán medidos en base a la estructura de la Tabla 3. Es relevante señalar que los indicadores son iguales a los propuestos por el texto antes mencionado excepto para las frecuencias asociadas a los indicadores de escucha de música, utilización de juegos de video e internet, que están medidos en días en la ENPCC 2012 y, por lo tanto, para transformarlas en horas a la semana –que era la recomendación del texto guía- se habría incurrido en grandes supuestos sobre las horas de participación diarias para hacer la imputación de datos y, como consecuencia, se tendría un potencial aumento en el error en la medición. Por otro lado y de manera adicional a los indicadores presentados en la canasta del documento que nos orienta, se incluye el indicador de asistencia al circo -que es parte del MEC 2012-.

⁷ GUELL et al. (2011).

Tabla 3 Dominios, subdominios y matriz de indicadores para la actualización de la Canasta Básica de Participación Cultural

Dominios	Subdominios	Indicador
Patrimonio	Instituciones patrimoniales	Número de veces que asistió a museos en los últimos 12 meses
	Bienes patrimoniales	Número de veces que asistió a sitios naturales en los últimos 12 meses
Artes visuales	Pintura	Número de veces que asistió a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses
	Dibujo	
	Grabado	
	Escultura	
	Fotografía	
Artes escénicas	Teatro	Número de veces que asistió a obras de teatro en los últimos 12 meses
	Danza	Número de veces que asistió a espectáculos de danza en los últimos 12 meses
	Circo	Número de veces que asistió al circo en los últimos 12 meses
Artes musicales	Conciertos	Número de veces que asistió a conciertos o recitales en vivo en los últimos 12 meses
	Festivales de música	
	Composiciones y grabaciones	Días a la semana que escucha música
	Música digital	
Artes literarias, libros y prensa	Libros	Número de libros leídos en los últimos 12 meses
Medios audiovisuales e interactivos	Filmes y videos	Número de veces que asistió al cine en los últimos 12 meses
		Número de veces que vio películas en VHS, DVD y/o PC en el último mes
	Juegos de video	Número de veces que utilizó video juegos en el último mes
	Portales y sitios web de redes sociales	Número de veces que utilizó internet en el último mes

Fuente: Elaboración propia.

Lo que se busca con la construcción de la Canasta Básica de Participación Cultural (CBPC) es asociar a cada dominio cultural una frecuencia óptima de participación. Establecer dicho valor es metodológicamente complejo pues no existe una determinación normativa o empírica acerca del umbral de frecuencia de participación cultural que implicaría que las personas fueran consideradas como excluidas de la actividad cultural y artística. En la propuesta de canasta de 2011, se concluye que esta *“respuesta solo puede emerger de una medida relativa, que en este caso se establece de la*

siguiente manera: el consumo cultural mínimo será el 'normal estadísticamente esperable' para una persona si no presentara restricciones al acceso de los bienes y servicios culturales disponibles en su sociedad específica. Afirmado en la idea del derecho a la participación en el desarrollo cultural de su comunidad de pertenencia, ese mínimo puede formularse normativamente de la siguiente manera: toda persona que tiene derecho a acceder a aquellos bienes a los que acceden en promedio sus conciudadanos que no presentan restricciones al consumo cultural (...).

Tales restricciones pueden ser endógenas o exógenas a las personas; en el primer grupo encontramos principalmente las preferencias condicionadas por gustos y capacidades socialmente determinadas (capital cultural) para percibir y descifrar grupos específicos de bienes. Entre las restricciones exógenas encontramos el tiempo disponible para destinar a otras actividades distintas a las del trabajo (o educación u hogar), los ingresos individuales que se perciben (o disponen, como mesadas y pensiones), y la oferta cultural presente en la zona geográfica donde se vive (tanto en infraestructura como en obras)”⁸.

Para calcular esta participación cultural mínima deseable, se determina a la población que asiste a los dominios culturales identificados previamente de acuerdo a la base de datos de la ENPCC 2012. De esta manera, se diferencia a los grupos con y sin restricciones a la participación cultural. Sobre este punto, se impone el supuesto de que la no participación se debe a restricciones endógenas y/o exógenas y, complementariamente, que los que sí participan no se enfrentan a éstas. Obviamente, esta es una generalización que será utilizada para simplificar la metodología y obtener de manera sencilla las frecuencias óptimas de participación cultural.

Por lo tanto, se procede a identificar la frecuencia de participación cultural para todos aquellos que asistieron a los dominios y subdominios culturales considerados. Previamente, se mencionó que el valor mínimo deseable de participación cultural será el que corresponda a la participación cultural estadísticamente esperable para este grupo, es decir, al valor más probable y que se relaciona directamente con la esperanza matemática. En otras palabras, se refiere a una media ponderada –en este caso, ponderada por los factores de expansión correspondientes. Si bien la ya mencionada media es el indicador estadístico más utilizado, en este estudio se trabajará con la mediana de las distribuciones de frecuencia. Lo anterior se debe al comportamiento intrínseco de la participación cultural en el país: existe una baja cobertura, una baja frecuencia de participación y una fuerte desigualdad en su distribución. Esto se ve con claridad en la tabla 4, la que muestra las distribuciones de frecuencia de los

⁸ GUELL et al. (2011), p. 105.

distintos indicadores. Como consecuencia, utilizar la media implicaría que el mínimo deseable de participación estaría capturando el comportamiento de los grupos extremos que presentan una alta frecuencia de participación, sesgando hacia arriba el valor considerado como umbral. A modo de ejemplo, esta particularidad en la distribución también se da para los ingresos en Chile, en los que se considera a la mediana como una medida de posición central más representativa que la media. De acuerdo a lo expuesto, de aquí en adelante se denominará indistintamente al umbral de participación cultural mínima deseable como frecuencia de participación mediana, ideal u óptima.

La tabla 4 muestra el porcentaje de la población que participa al menos una vez en cada uno de los indicadores (cobertura poblacional) considerados en la CBPC, las frecuencias óptimas de participación calculadas a partir de la mediana de la distribución de cada uno de estos y las frecuencias promedio. Tanto las medianas como los promedios fueron calculados sólo considerando a la población que participa en cada uno de los indicadores, es decir, al porcentaje señalado como la cobertura poblacional en la misma tabla.

Tabla 4 Participación cultural por dominios y subdominios culturales

Dominios	Indicador	Cobertura poblacional (en porcentajes)	Frecuencia mediana	Frecuencia promedio
Patrimonio	Número de veces que asistió a museos en los últimos 12 meses	23,6	1	3
	Número de veces que asistió a sitios naturales en los últimos 12 meses	31,3	1	2
Artes visuales	Número de veces que asistió a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses	24,9	2	7
Artes escénicas	Número de veces que asistió a obras de teatro en los últimos 12 meses	17,8	3	3
	Número de veces que asistió a espectáculos de danza en los últimos 12 meses	22,9	3	3
	Número de veces que asistió al circo en los últimos 12 meses	26,5	1	3
Artes musicales	Número de veces que asistió a conciertos o recitales en vivo en los últimos 12 meses	25,8	3	3
	Días a la semana que escucha música	97,1	7	6
Artes literarias, libros y prensa	Número de libros leídos en los últimos 12 meses	47,6	3	4
Medios audiovisuales e interactivos	Número de veces que asistió al cine en los últimos 12 meses	45,2	3	5
	Número de veces que vio películas en VHS, DVD y/o PC en el último mes	70,7	4	5
	Número de veces que utilizó video juegos en el último mes	24,0	4	10
	Número de veces que utilizó internet en el último mes	65,4	30	23

Fuente: Elaboración propia, en base a la ENPCC 2012.

Algunos datos resaltan al analizar los resultados expuestos en la tabla anterior. Los valores de las frecuencias promedio de cada indicador siempre son iguales o superiores a sus medianas respectivas, exceptuando a las relacionadas con escucha de música y uso de internet. En estos últimos, la media es menor que la mediana y se debe a la manera en que se confeccionaron dichas preguntas en el cuestionario de la ENPCC 2012, las que llevan a la mayor parte de los encuestados a responder por la opción de frecuencia más alta debido a que se pregunta por días de uso –lo ideal sería tener información sobre las horas diarias o semanales de dedicación-. Como resultado, la mayoría de las personas que utilizan internet dice hacerlo todos los días y los que escuchan música señalan que lo realizan todos los días, una respuesta que poco dice sobre la intensidad de esta participación. En este punto es necesario recordar que en el caso de una distribución simétrica (como la Normal) la media tiene el mismo valor que la mediana de las frecuencias, para que la media sea menor que la mediana tiene que haber un grupo de individuos con participación muy baja que provoquen un sesgo hacia abajo en el valor de la media –considerando que la mitad o más de la población tiene una participación mayor-. Esto es lo que ocurre con las preguntas de escucha de música y uso de internet.

En el resto de los indicadores el sesgo se da en sentido contrario: el grupo de individuos con participación cultural intensiva genera que la media sea mayor o igual a la mediana. Lo anterior, significa que el promedio se ve influenciado –en algunos casos de manera más importante que en otros- por los valores extremos de la distribución y, como consecuencia, reafirma la decisión de utilizar las medianas de las distribuciones de frecuencia como el valor que representa de manera más fidedigna al grupo sin restricciones a la participación cultural, en otras palabras, las frecuencias ideales por indicador cultural que utilizaremos para la CBPC.

Dentro del dominio de Artes musicales, el 97,1% de las personas respondió que escucha música algún día de la semana y su mediana corresponde a los 7 días de la semana. Como se mencionó anteriormente, la baja variabilidad en la respuesta se debe a la manera en que fue formulada la pregunta; hubiese sido más apropiado preguntar por la cantidad de horas diarias que se escucha música y aun así podría ser compleja la respuesta debido a que esta actividad no necesariamente se realiza con atención exclusiva, por ejemplo, se puede trabajar en la oficina y escuchar música a la vez, perdiendo la noción del tiempo que se utiliza en este tipo de participación cultural. De todas formas, el que la mediana sea igual a 7, genera problemas en la interpretación de la CBPC porque debería considerar que cumplen con el umbral deseable para este indicador sólo las personas que escuchan música por 7 días o más. Dado lo expuesto, se decidió utilizar para Artes Musicales sólo el indicador que corresponde a la asistencia a conciertos o recitales en vivo. Ante esto, se debe tener presente que el sólo considerar la

asistencia a conciertos tendrá como consecuencia un indicador de participación bajo para Artes Musicales, pues los conciertos tienen, por un lado, varias barreras al acceso –se debe pagar una entrada en gran parte de ellos y tienen costos asociados de transporte y tiempo- y, por otro, el escuchar música en dispositivos como la radio o el celular constituye un sustituto imperfecto a los conciertos y que, sin lugar a dudas, también implica participación cultural. Por lo tanto, el eliminar el indicador de escucha de música del dominio de Artes Musicales se justifica desde una perspectiva estadística pero no constituye un escenario ideal para CBPC.

Algo similar ocurre con el indicador de uso de internet, que tiene una mediana igual a 30 días de uso de internet en el mes. Complementariamente, es prudente tener en cuenta que su cobertura de 65,4% puede haber cambiado bastante debido a la mayor disponibilidad de redes Wi-Fi, 3G y 4G en los cuatro años que han transcurrido desde el levantamiento de la encuesta. En concreto, de acuerdo a la última Encuesta Nacional de Acceso y Uso de Internet en Chile⁹, el 76% de los chilenos son usuarios frecuentes de Internet. Tomando en cuenta lo anterior, este indicador no será considerado dentro de la medición del dominio Medios audiovisuales e interactivos.

Es importante recordar que la CBPC fue construida como un indicador, es decir, tiene por objetivo medir diferencias de magnitud de un grupo de variables relacionadas (dominios culturales, en este caso); también permitiendo tener un número agregado de fácil comparación en el tiempo. En este caso, se generan los porcentajes de cobertura en relación a la información presente en la ENPCC 2012, los que servirán como información base para futuros contrastes y, a su vez, posibilitarán conocer la evolución del acceso a la participación cultural. En concreto, la IV Encuesta Nacional de Participación Cultural será levantada por el CNCA en los próximos meses y a fin de 2017 se espera la disponibilidad de su base de datos para replicar la presente metodología.

Como se mencionaba, se trabaja con un porcentaje agregado obtenido en base a los indicadores y frecuencias óptimas de participación cultural. Se calcula el porcentaje del total de la población –hayan participado o no culturalmente- que iguala o supera los umbrales para cada indicador. En el caso de que un dominio contenga más de un indicador, se calcula la cobertura del dominio como el promedio de los porcentajes obtenidos en cada uno de ellos. Finalmente, el valor agregado de la CBPC se elabora a través de un promedio simple entre los porcentajes de cobertura de los 6 dominios culturales aquí

⁹ SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES (2016), p. 42.

considerados¹⁰. Esto fue tratado de la misma manera en el texto de referencia, el que cuestiona la posibilidad de incluir ponderaciones diferenciadas para los indicadores, concluyendo que lo más conveniente para hacer comparaciones –sobre todo si se quiere hacer con países donde los pesos varían entre uno y otro- es utilizar promedios simples¹¹. Obviamente, lo anterior es discutible pues, por ejemplo, en una sociedad podría ser más valorado asistir a obras de teatro que ir a una exposición de artes visuales o jugar PS4 y esto debería ser tomado en cuenta por la investigación cultural –y este indicador-. El obstáculo se encuentra en que para conocer dichas valoraciones se requiere de estudios cualitativos y cuantitativos exhaustivos y/o lineamientos claros de la institucionalidad a cargo. Como en este momento no se cuenta con lo anterior y también resaltando la importancia de que los individuos participen en una variedad de actividades culturales, se ponderan con el mismo peso todos los indicadores dentro de los dominios y de igual manera todos los dominios dentro del indicador.

En el presente documento se llega a un valor agregado de la CBPC igual a 22,2%, lo que se traduce como que este porcentaje constituye el nivel de acceso a la participación cultural en el país en 2012; con la información de futuras encuestas se podrá saber si este acceso aumenta o disminuye. Es importante clarificar que no significa que el 22,2% de la población accede a los umbrales de participación ideales aquí establecidos. De hecho, sólo el 0,05% de la población supera las frecuencias óptimas para todos los indicadores de manera simultánea (6.008 personas) y únicamente el 0,4% participa al menos una vez en todos los indicadores establecidos (47.176 personas). Asimismo, existe un 21,2% de la población que no supera el umbral de participación establecido en ninguno de los 11 indicadores y un 9,5% que no tiene participación cultural alguna.

¹⁰ Si se realiza un promedio simple de todos los indicadores para obtener el valor agregado de la CBPC, se llega a un resultado bastante similar debido a que las coberturas obtenidas por los indicadores de un mismo dominio son parecidas. Esto ocurre en los tres dominios que cuentan con más de un indicador.

¹¹ GUELL et al. (2011), pp. 116 y 117.

RESULTADOS

Aplicando la metodología expuesta se obtiene que las coberturas del umbral óptimo de participación cultural varían entre un 16,7% (Artes Musicales) y un 28,2% (Medios audiovisuales e interactivos). Si hacemos un zoom en los resultados por indicador, se encuentra que la cobertura más alta corresponde al visionado de películas en VHS, DVD y/o PC con un 36,3%, por otro lado, la más baja es la frecuencia de asistencia a obras de teatro (11,0%). Si nos enfocamos en el indicador de número de libros leídos en los últimos 12 meses, la tabla nos dice que el 47,6% de las personas leyeron al menos un libro, por otro lado, su mediana es igual a 3 libros. Esto quiere decir que el 50% de las personas que declararon haber leído durante el último año leyeron 3 o más libros durante ese período. Ahora bien, si consideramos a todos los habitantes -hayan leído o no-, sólo el 25,3% leyó 3 o más libros, ese es el significado del porcentaje de cobertura de la frecuencia óptima de lectura (que aparece en la última columna de la tabla 5). Por lo tanto, que sea bajo el porcentaje de la cobertura de determinado indicador, también se encuentra asociado a que es reducido el porcentaje de personas que participan en la actividad cultural que está medida por dicho indicador. En resumen, el indicador de cobertura muestra el porcentaje de la población que tiene una intensidad de participación igual o mayor que la mediana de la población participante.

Asimismo, al promediar las coberturas óptimas de todos los dominios se obtiene que el nivel de acceso a la participación cultural en el país –de acuerdo a los parámetros que definimos previamente- es igual a 22,2%. Por otro lado, si se utiliza como un umbral a las coberturas poblacionales -porcentaje de personas que participan con al menos una asistencia por indicador-, se obtiene un nivel de acceso a la participación cultural igual 32,5%.

Tabla 5 Cobertura mínima por indicadores y dominios culturales

Dominios	Indicador	Cobertura poblacional (en porcentajes)	Cobertura poblacional por dominio cultural (en porcentajes)	Frecuencia mediana	Cobertura de la frecuencia mediana (en porcentajes)	Cobertura de frecuencia mediana por dominio cultural (en porcentajes)
Patrimonio	Número de veces que asistió a museos en los últimos 12 meses	23,6	27,5	1	23,6	27,5
	Número de veces que asistió a sitios naturales en los últimos 12 meses	31,3		1	31,3	
Artes visuales	Número de veces que asistió a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses	24,9	24,9	2	18,0	18,0
Artes escénicas	Número de veces que asistió a obras de teatro en los últimos 12 meses	17,8	22,4	3	11,0	17,4
	Número de veces que asistió a espectáculos de danza en los últimos 12 meses	22,9		3	14,6	
	Número de veces que asistió al circo en los últimos 12 meses	26,5		1	26,5	

Dominios	Indicador	Cobertura poblacional (en porcentajes)	Cobertura poblacional por dominio cultural (en porcentajes)	Mínimo (frecuencia mediana)	Cobertura del mínimo por indicador (en porcentajes)	Cobertura del mínimo por dominio cultural (en porcentajes)
Artes musicales	Número de veces que asistió a conciertos o recitales en vivo en los últimos 12 meses	25,8	25,8	3	16,7	16,7
Artes literarias, libros y prensa	Número de libros leídos en los últimos 12 meses	47,6	47,6	3	25,3	25,3
Medios audiovisuales e interactivos	Número de veces que asistió al cine en los últimos 12 meses	45,2	46,6	3	29,5	28,2
	Número de veces que vio películas en VHS, DVD y/o PC en el último mes	70,7		4	36,3	
	Número de veces que utilizó video juegos en el último mes	24,0		4	19,0	

Fuente: Elaboración propia, en base a la ENPCC 2012.

ANÁLISIS DE LA CBPC EN RELACIÓN CON VARIABLES DE CARACTERIZACIÓN

Más allá de los resultados agregados recién señalados, es interesante ahondar en la participación cultural tomando en cuenta variables que nos permitan caracterizar a la población y, de esta manera, contar con mejores insumos que ayuden a la formulación de políticas públicas culturales. Por esta razón, a continuación se realizan análisis de la CBPC por grupo socioeconómico, edad, tamaño de ciudad, nivel educacional, región y sexo.

En el gráfico 1 cada línea representa un grupo socioeconómico definido en la ENPCC 2012¹² y sus puntas corresponden a los dominios culturales. Lo primero que llama la atención –aunque esperable– es el mayor porcentaje de cobertura mediana en el grupo ABC1 para casi todos los dominios, la excepción se encuentra en Artes Escénicas con una mayor cobertura en el grupo C2, lo que se debe en particular al alto porcentaje de la población que supera los umbrales de participación en los indicadores de circo (30%) y danza (20,4%). En el caso de teatro, es el grupo ABC1 el que presenta un porcentaje mayor de participación (21,5%) y que supera al promedio nacional en 10,5 puntos porcentuales. Además, es relevante señalar que de los 11 indicadores utilizados en la CBPC, el de participación en teatro es el más bajo con un 11,0% y, como se señalaba, presenta una participación bastante superior en el grupo socioeconómico más alto; constituyéndose en una práctica de la elite.

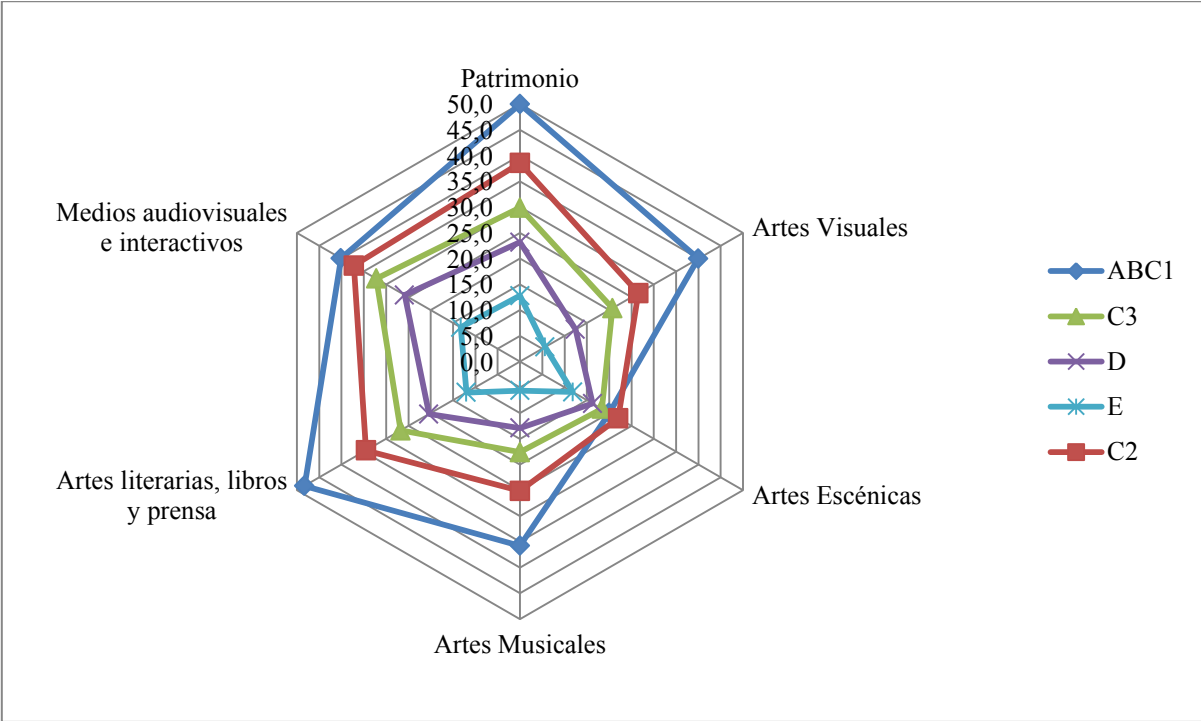
Para todos los dominios existe una relación positiva entre grupo socioeconómico y porcentaje de cobertura de frecuencia óptima de participación, este último en promedio corresponde a un 10,2% para el grupo E y sube a un 39,0% para el ABC1. Por otro lado, llama la atención que el porcentaje de esta cobertura difiera en un 82% entre los grupos E y D pero sólo en un 27% entre los grupos C2 y ABC1. En otras palabras, si bien es evidente que mientras mayores son los ingresos también la participación cultural es mayor, el grupo E tiene porcentajes de cobertura que se alejan mucho más del resto de los grupos, quedando prácticamente marginado de la participación cultural. También se presentan otros datos dramáticos relacionados, para los dominios de Artes Visuales y Artes Musicales se encuentra que el grupo ABC1 más que quintuplica la cobertura de participación del grupo E. Asimismo, al enfocarse en los individuos que no presentan participación cultural alguna, se encuentra que el 83,2% de ellos pertenecen a los grupos C3, D y E. Es esperable que esta desigualdad en la participación sea consistente con otras variables con las que no es posible hacer el cruce en el presente estudio, por

¹² En la Encuesta Nacional de Consumo y Participación Cultural 2012 se decidió no utilizar la variable quintiles de ingreso porque contenía un 19,1% sin datos de población muestral y expandida, quedando homogéneos los quintiles II, III y IV. Considerando esta falencia, se reemplazó por la variable grupo socioeconómico. Esta presenta un menor porcentaje de población muestral y expandida sin datos (8,2%) y fue calculada utilizando la información original levantada de ingreso per cápita.

ejemplo, ingresos –que no es directamente comparable con grupo socioeconómico-, infraestructura cultural, horas de educación artística y dependencia educacional.

Con respecto a los dominios culturales, los que presentan mayores coberturas relativas para todos grupos socioeconómicos son Medios audiovisuales e interactivos, Patrimonio y Artes literarias, libros y prensa. En cambio, Artes Visuales, Artes Musicales y Artes Escénicas tienen coberturas bajas, siendo ésta última un caso interesante por tener tasas similarmente bajas para todos los grupos socioeconómicos.

Gráfico 1 Canasta Básica de Participación Cultural por Grupo Socioeconómico



Fuente: Elaboración propia, en base a la ENPCC 2012.

En el gráfico 2, cada línea representa a un grupo etario y sus puntas a los dominios culturales. Es evidente que existe una relación inversa entre edad y participación cultural, situación transversal a todos los dominios. El porcentaje promedio de cobertura de la frecuencia de participación ideal para el tramo entre 15 y 29 años es igual a 31,7%, entre 30 y 44 años es de 22,8%, entre 45 y 59 años es de 17,1% y disminuye a 11,2% para los pertenecientes a la tercera edad.

Cabe destacar que la brecha en cobertura relacionada con edad presenta patrones diferentes dependiendo del dominio cultural. En el caso de las Artes Escénicas y Artes literarias, libros y prensa,

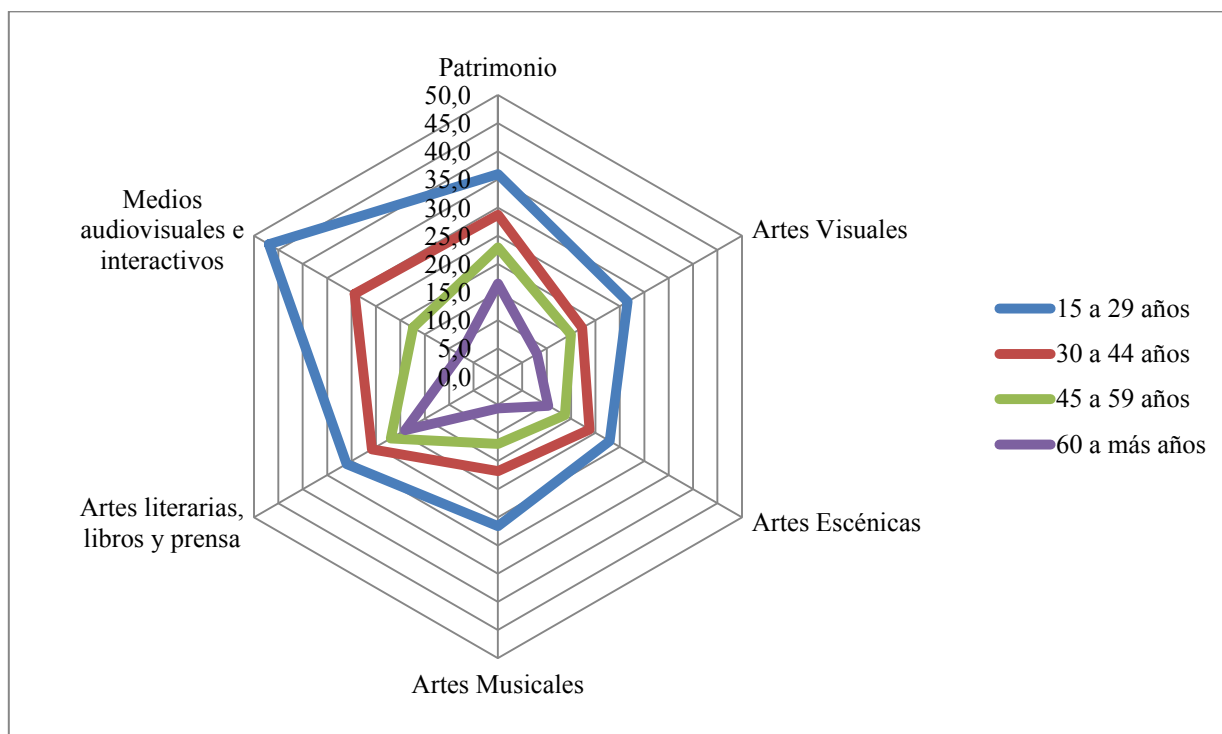
las tasas son relativamente similares independiente del tramo de edad. Lo contrario ocurre en Medios audiovisuales e interactivos, pues la tercera edad tiene una cobertura mínima igual a 7,8% y el grupo más joven llega a 47,0%.

Una de las principales razones que podrían justificar este patrón de comportamiento guarda relación con que gran parte de las actividades culturales son intensivas en tiempo¹³, por lo tanto, no sólo debemos considerar como barrera de entrada el precio de su ticket asociado y es el tramo con población más joven el que cuenta con mayor tiempo disponible para realizar actividades culturales, muchos de ellos se encuentran estudiando y no tienen personas que dependan económicamente de ellos. Por otro lado, si bien se espera que las personas de la tercera edad cuenten con más tiempo libre por encontrarse jubilados, no todos cesan sus actividades laborales y, además, es más probable que tengan problemas para desplazarse. Esto puede ser uno de los motivos que generan que sólo el 6,4% de ellos alcance el umbral mediano de asistencia a salas de cine. Por otro lado, también nos referimos a una generación que ya era adulta cuando los video juegos, computadores y otros dispositivos tecnológicos fueron desarrollados de manera masiva y, además, se debe tomar en cuenta que, en general, los jubilados cuentan con ingresos inferiores al resto de la población. De hecho, de acuerdo a la ENPCC 2012 el 78,5% de las personas de la tercera edad son parte de los grupos socioeconómicos C3, D y E. En cambio, el resto de los tramos de edad concentran como máximo 70,1% de la población en dichos grupos.

De todas formas, hay un factor relevante que no es posible analizar con los datos disponibles en la ENPCC 2012: el efecto de la generación. Se podría estar frente a resultados de participación que reflejan la exposición que tuvo una generación a prácticas culturales durante su infancia y adolescencia, repercutiendo en su comportamiento para el resto de su vida. Una tesis interesante sobre este punto consistiría en ahondar en las consecuencias de la dictadura militar, en la forma e intensidad en que afectó a niños y adolescentes entre 1973 y 1990 y su comparación con las generaciones que les siguieron. Algo que debería ser contrastado con los datos de oferta cultural a nivel interno en los distintos periodos, tanto nacional como internacional.

¹³ En Zieba (2009) se analiza en profundidad las elasticidades ingreso y precio de la demanda por teatro público en Alemania, también postulando que el consumo de las artes escénicas es una actividad tiempo intensiva que necesita tanto la compra de su entrada como tiempo para asistir.

Gráfico 2 Canasta Básica de Participación Cultural por tramo de edad

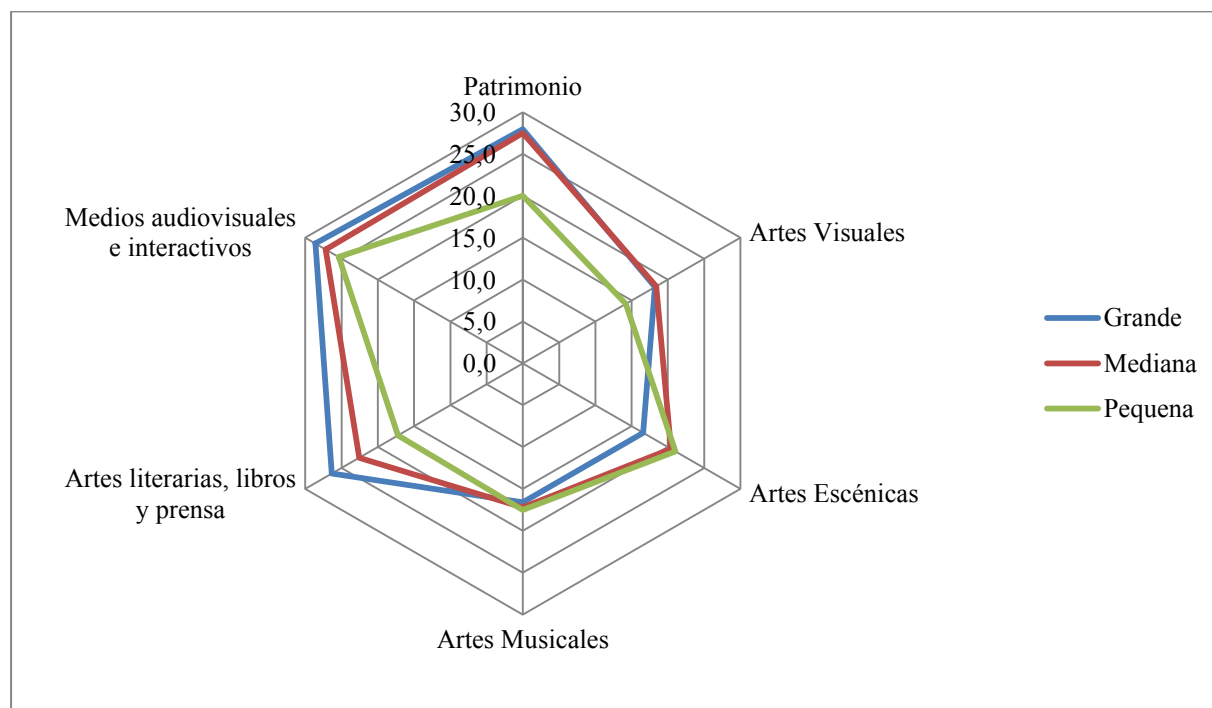


Fuente: Elaboración propia, en base a la ENPCC 2012.

En el gráfico 3, cada línea representa a un tipo de tamaño de ciudad¹⁴ y sus puntas los dominios culturales. Al analizar la CBPC de manera agregada, las diferencias por tamaño de ciudad son mínimas, la cobertura para las grandes es de 22,4%, para las medianas de 22,2% y para las pequeñas de 19,2%. Por otro lado, al hacer un zoom en los dominios culturales el panorama es diverso. Las ciudades pequeñas presentan una cobertura menor en casi todos los dominios pero esto se ve contrarrestado en el promedio por tener una tasa superior en Artes Escénicas y Artes Musicales. Por otro lado, las ciudades medianas presentan coberturas superiores a las grandes sólo en Artes Visuales. Es importante resaltar que todas estas diferencias corresponden a pequeñas variaciones porcentuales. No dejan de llamar la atención estos resultados, pues se esperaría que los residentes en ciudades más grandes tuviesen una mayor oferta cultural –sobre todo, para actividades como asistencia a conciertos y salas de cine- y una mayor participación como consecuencia. Para profundizar en este tema, sería interesante contrastar los resultados de la CBPC con información de infraestructura y oferta cultural a nivel comunal y regional.

¹⁴ En la ENPCC 2012 se definen tres categorías de tamaño de ciudades: ciudades grandes (más de 100.000 habitantes urbanos), ciudades medianas (20.000 a 99.999 habitantes urbanos) y ciudades pequeñas (5.000 a 19.999 habitantes urbanos).

Gráfico 3 Canasta Básica de Participación Cultural por tamaño de ciudad



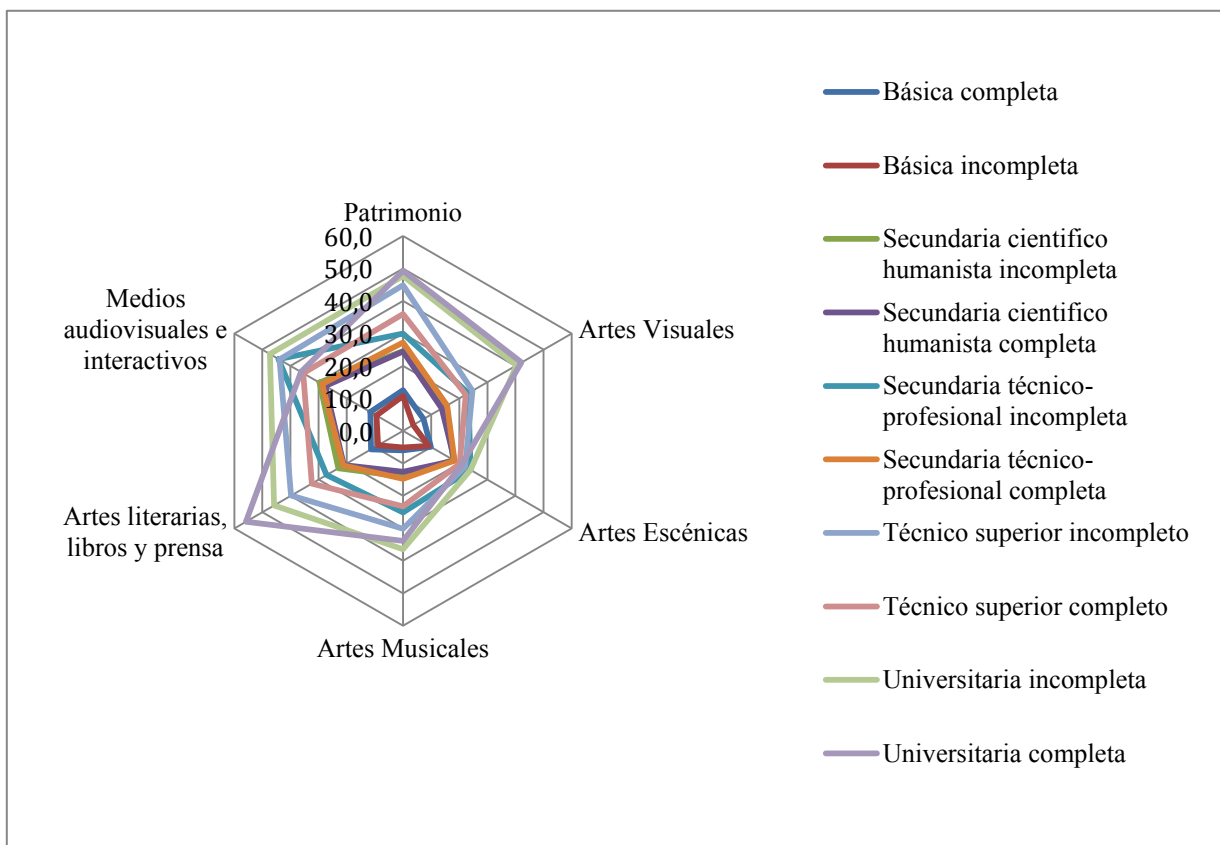
Fuente: Elaboración propia, en base a la ENPCC 2012.

En el gráfico 4, cada línea representa un nivel educacional y las puntas los dominios culturales. Al analizar este gráfico lo más evidente es la baja cobertura en todos los dominios culturales y en el promedio para las personas que tienen educación básica incompleta (7,8%) y completa (9,8%), sobre todo si tomamos en cuenta que el promedio para el país es de 22,2%. De manera más específica, las personas con educación básica incompleta están 14,4 puntos porcentuales por debajo de la media general y las que cuentan con estudios básicos completos se encuentran en una situación similar con 12,4 puntos porcentuales menos que el promedio. El resto de los niveles educacionales presentan coberturas iguales o superiores al 19,6%, siendo los individuos con educación universitaria completa e incompleta los que presentan tasas más altas (39,7% y 40,3% respectivamente). La variable nivel educacional guarda una estrecha relación con el grupo socioeconómico de los individuos, esto se evidencia en que el 45,1% de las personas con educación universitaria completa son parte del estrato ABC1 y, en cambio, el 59,4% de los que cuentan con educación básica incompleta se encuentran en el estrato más pobre (E). Por lo tanto, no es aventurado afirmar que las grandes diferencias en

participación no son sólo el resultado de la formación entregada en los niveles educacionales sino que también producto del nivel de ingresos que posee cada individuo¹⁵.

En relación a los dominios culturales, no aparecen diferencias importantes entre los niveles educacionales más allá de las antes mencionadas.

Gráfico 4 Canasta Básica de Participación Cultural por nivel educacional



Fuente: Elaboración propia, en base a la ENPCC 2012.

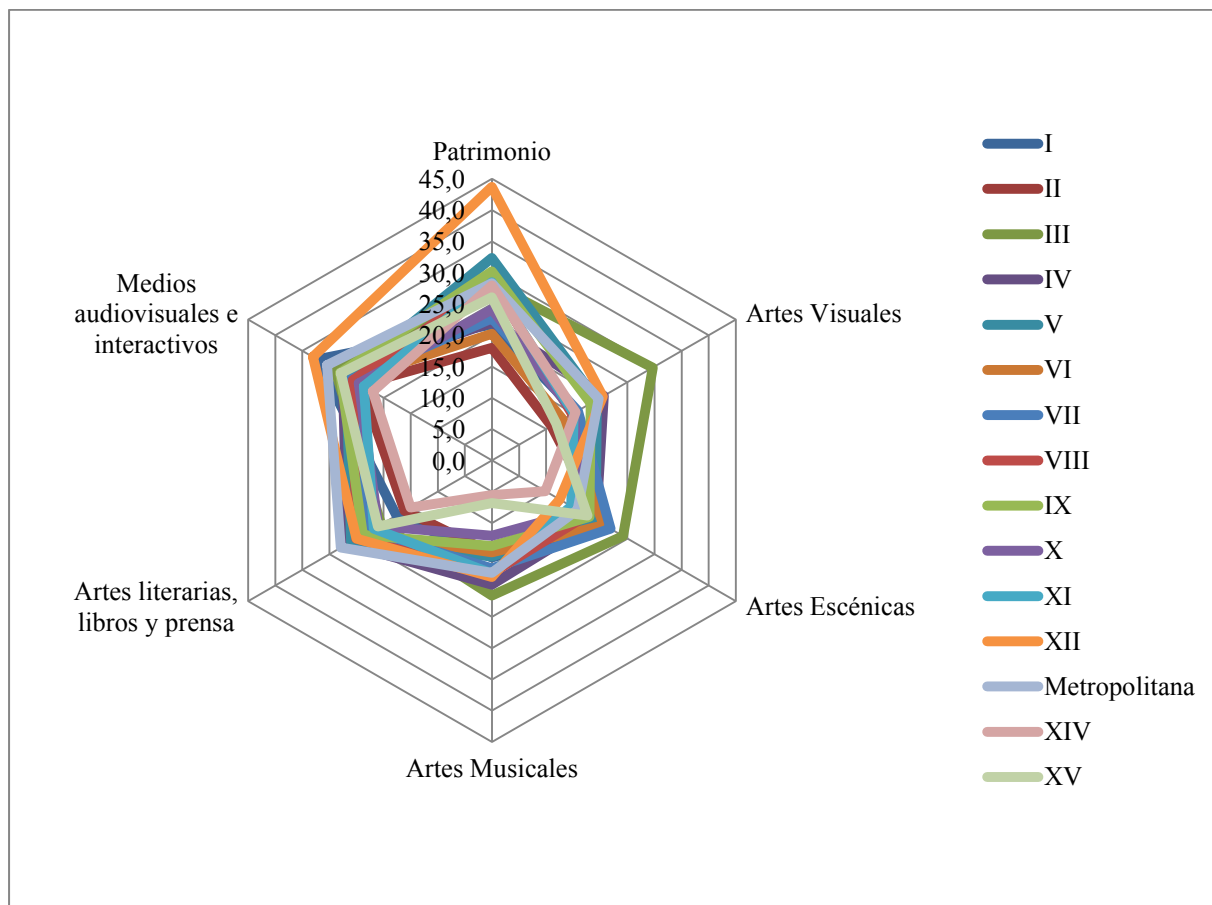
En el gráfico 5, cada línea representa una región del país y las puntas los dominios culturales. Es un gráfico difícil de observar, en el sentido que el comportamiento entre las regiones es bastante similar y esto vuelve complejo extraer conclusiones visuales. Los datos que más resaltan es la alta cobertura del

¹⁵ En Seaman (2006) se hace una revisión sobre la literatura que ha estudiado la relación entre la demanda por consumo cultural, la educación y el ingreso. El autor concluye que la evidencia basada en encuestas que favorece la hipótesis de que la educación formal es el determinante más poderoso de las variaciones en la asistencia a actividades artísticas aún no ha sido demostrada de manera fiable mediante análisis de regresión.

dominio de Patrimonio en la región de Magallanes (43,7%), la que guarda relación con una alta cobertura de la frecuencia de asistencia ideal a Sitios Naturales (55,4%).

Al evaluar la CBPC por región, se aprecia que las diferencias son mínimas. La cobertura más baja corresponde a la región de Los Ríos con un 16% y la más alta a la región de Magallanes con un 25,6%. El resto de las regiones se mantiene cercana a la cobertura a nivel nacional. Al igual que en el caso del análisis por tamaño de ciudad, sería interesante cruzar estos resultados regionales con la información de infraestructura y oferta cultural regional y, de esta manera, tener datos que nos permitan ver si existe una relación entre participación y disponibilidad cercana de actividades culturales.

Gráfico 5 Canasta Básica de Participación Cultural por región del país



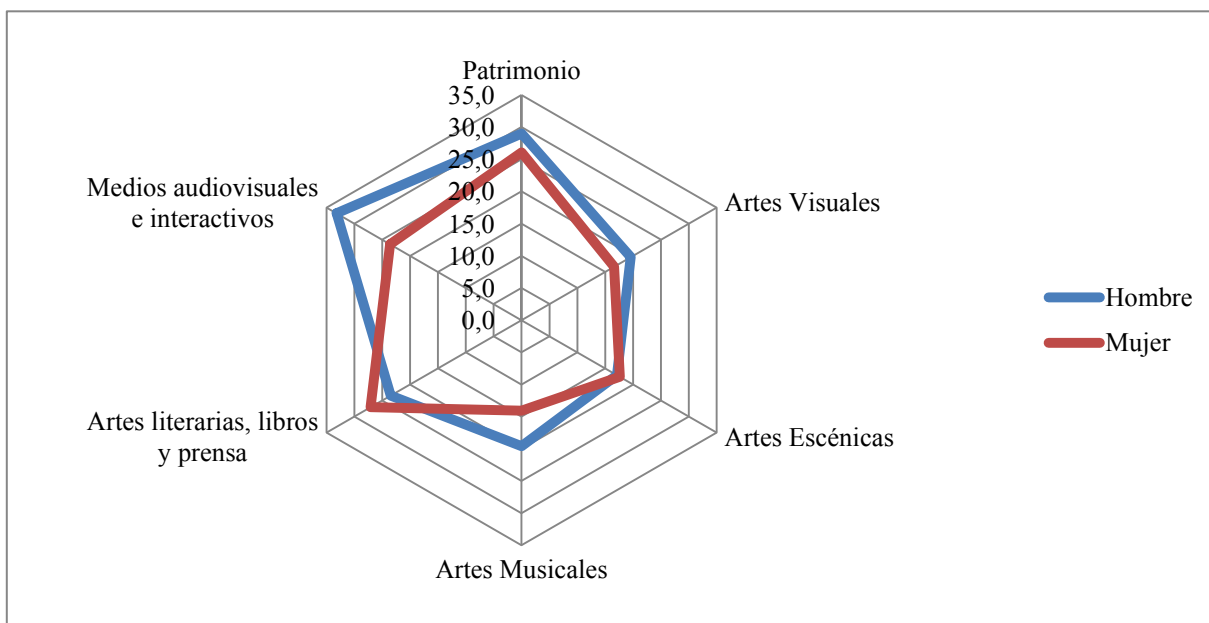
Fuente: Elaboración propia, en base a la ENPCC 2012.

En el gráfico 6, las líneas representan los sexos y las puntas los dominios culturales. Se observa que por dominio cultural las diferencias en cobertura no son tan grandes entre los sexos exceptuando para Medios audiovisuales e interactivos, en el que los hombres superan a las mujeres en 9,6 puntos

porcentuales. A pesar de ser pequeñas estas diferencias, en cuatro de los seis dominios considerados son los hombres los que presentan coberturas más altas. Las mujeres sólo superan las coberturas masculinas en Artes Escénicas (en 0,5 puntos porcentuales) y Artes literarias, libros y prensa (en 3,6 puntos porcentuales).

En el agregado, la CBPC para los hombres es igual a 23,7% y para las mujeres es de 20,8%. Lamentablemente, en la ENPCC 2012 más allá de las razones de no asistencia por disciplinas -que serán analizadas más adelante en este documento-, no existen preguntas sobre el uso del tiempo que nos permitan realizar una investigación de género profunda. Sin embargo, los resultados obtenidos por la Encuesta Nacional Sobre Uso del Tiempo (ENUT) 2015¹⁶ señalan que -a nivel nacional como regional- las mujeres tanto en la participación en el mercado laboral como en el tiempo que destinan al trabajo no remunerado (trabajo doméstico, trabajo de cuidados a integrantes del hogar y trabajo no remunerado de apoyo a otros hogares, comunidad y voluntariado), presentan cifras mayores a la de los hombres, lo que trae como consecuencia un aumento del tiempo total dedicado al trabajo. Probablemente, esta menor disponibilidad de tiempo para realizar actividades recreativas es uno de los principales motivos que tienen como consecuencia una menor cobertura de la CBPC para las mujeres.

Gráfico 6 Canasta Básica de Participación Cultural por sexo



Fuente: Elaboración propia, en base a la ENPCC 2012.

¹⁶ DOCUMENTO DE PRINCIPALES RESULTADOS ENUT 2015 (2016), pp. 9-11.

ANÁLISIS DE GASTO ASOCIADO A LA CBPC

Teniendo clara la estructura de la CBPC y habiendo realizado cruces con variables relevantes como grupo socioeconómico y sexo, se vuelve necesario hacer una aproximación del gasto que cada persona debería efectuar para obtener la canasta que consideramos como el mínimo deseado de participación cultural. Dado que contamos con la información de frecuencias para la CBPC, se requiere de manera complementaria contar con precios representativos para cada uno de los subdominios culturales incluidos en la CBPC. Lamentablemente, no existen estudios sobre un precio de mercado para cada uno de los subdominios, menos aún sobre distintos precios posibles y sus probabilidades asociadas, por ende, se utilizarán precios que son el resultado de múltiples supuestos que son detallados más adelante. El no contar con estudios sobre precios de las actividades culturales en el país es una gran restricción a la investigación, por ejemplo, no se pueden realizar estudios de la elasticidad precio de la demanda de los indicadores culturales¹⁷. Estos serían de gran ayuda tanto a gestores culturales para mejorar su desempeño, como para la institucionalidad cultural del Estado para modernizar la formulación de políticas culturales.

Para el siguiente ejercicio sólo se consideran los precios de pago de entradas para los distintos indicadores de la CBPC, es decir, no se incluyen los costos de transporte para trasladarse a las actividades ni el costo oportunidad del tiempo destinado a ellas. La decisión se tomó por la falta de información certera sobre salarios, tiempo y tipos de transporte utilizados por los encuestados para dirigirse a las actividades.

En el caso del precio de entrada a los Museos, se consideró igual a 0 debido a la medida presidencial que desde el 3 de marzo de 2015 permitió que todos los museos dependientes de Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (Dibam) sean gratuitos. Para Sitios Naturales, se tomó en cuenta el precio promedio pagado por adultos nacionales en base a las tarifas de ingreso a las áreas silvestres protegidas del estado (SNASPE), temporada 2016. Para Artes Visuales se consideró el precio de la entrada para adultos en las exposiciones principales en el Centro Cultural Palacio de la Moneda. Por otro lado, para el Teatro se utilizó el precio referencial modal de entradas al Festival Internacional Santiago a Mil 2017, para la Danza el precio de la entrada general para este tipo de funciones en el

¹⁷ Existe una amplia literatura a nivel internacional sobre este tipo de análisis. En Seaman (2006) se encuentra una interesante recopilación.

Centro Cultural Gabriela Mistral en 2017 y para Circo el precio de platea general del Circo Los Tachuelas, Temporada 2016.

Es complejo estimar un precio para Conciertos porque existe una gran diferencia entre los precios de artistas nacionales e internacionales, además, de que varios se realizan de manera gratuita. El valor que se utilizará corresponde al promedio entre \$5.000 (que consideraremos como el precio de partida de los conciertos nacionales) y \$30.000 (en general, la entrada más barata para un concierto internacional), de acuerdo a los precios presentados en Punto Ticket¹⁸ y Ticketek¹⁹. Como se mencionó anteriormente, por falta de información al respecto, no se toman en consideración probabilidades de asistencia para uno u otro tipo concierto.

Para los Libros, fue utilizado el precio promedio de los 10 libros más vendidos en Feria chilena del libro, al 12 de Enero de 2017. Por otro lado, para la asistencia a salas de Cine consideramos el precio de una entrada normal adulto en Cine Hoyts para funciones de tarde y noche. Para el visionado de películas en VHS, DVD y/o PC, se deja el precio igual a cero tomando en cuenta que existe amplio contenido gratuito en internet. Por ejemplo, filmes en la Cineteca Nacional online, películas en Youtube y descarga de archivos digitales. Además, en los últimos años han desaparecido casi por completo los video clubes y disminuido la compra de VHS y DVD. De acuerdo a la Primera Encuesta Nacional sobre Contenidos Audiovisuales y Televisión por Internet²⁰, las plataformas más utilizadas para ver contenido audiovisual en internet son sitios de video como Youtube (55%) y redes sociales (49%), más atrás aparecen sitios de *streaming* con un 36% de participación y es importante recalcar que no necesariamente todos los encuestados pagan estos sitios -los planes de Netflix permiten hasta cuatro cuentas-. Esta última es otra de la razones por la que se dejó el precio de este ítem igual a 0. Finalmente, el precio de los Video juegos es bastante variable y se debe considerar que para el caso de las consolas pueden ser descargados de manera digital por un menor precio que si son comprados en una tienda. Complementariamente, pueden ser descargados de manera gratuita o pagada en internet y jugar con aplicaciones pagadas o no en celulares y tablets. Ante la falta de un estudio de precios de los Video juegos en el país, se utiliza un promedio entre el precio más alto y más bajo en el sitio Todo juegos²¹ para las consolas: Wii U, PS4 y Xbox One. Asimismo, el precio de los video juegos no es

¹⁸ <https://www.puntoticket.com/>

¹⁹ <http://www.ticketek.cl>

²⁰ CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2016), pp. 15.

multiplicado por la frecuencia de asistencia de la CBPC sino que se considera que con comprar un video juego se puede jugar todas las veces que se quiera.

Tabla 6 Precios representativos por subdominio cultural

Dominios culturales	Subdominios culturales	Precios
Patrimonio	Museos	\$0
	Sitios Naturales	\$2.579
Artes Visuales	Artes Visuales	\$3.000
Artes Escénicas	Teatro	\$10.000
	Danza	\$5.000
	Circo	\$7.000
Artes Musicales	Conciertos	\$17.500
Artes literarias, libros y prensa	Libros	\$15.514
Medios audiovisuales e interactivos	Cine	\$5.500
	VHS-DVD-PC	\$0
	Videojuegos	\$27.900

Fuente: Elaboración propia.

Utilizando los precios antes mencionados y las frecuencias de participación, se puede hacer una aproximación del gasto anual que realiza un individuo promedio en actividades culturales, obteniendo como resultado que este es igual a \$84.932. Este monto está lejos de cubrir la CBPC, que está valorizada en \$204.021 e incluso implica que un individuo promedio no gasta -de acuerdo a la ENPCC 2012- lo suficiente como para asistir una vez a cada subdominio cultural durante un año (valorado en \$93.993). Este resultado no es sorprendente, pues los cálculos se basan en el número de frecuencias de asistencia, el que, ya sabemos, es reducido.

Tabla 7 Gasto asociado a la CBPC

Dominios culturales	Subdominios culturales	Monto
Patrimonio	Museos	\$0
	Sitios Naturales	\$2.579
Artes Visuales	Artes Visuales	\$6.000
Artes Escénicas	Teatro	\$30.000
	Danza	\$15.000
	Circo	\$7.000
Artes Musicales	Conciertos	\$52.500
Artes literarias, libros y prensa	Libros	\$46.542
Medios audiovisuales e interactivos	Cine	\$16.500
	VHS-DVD-PC	\$0
	Videojuegos	\$27.900
Gasto total		\$204.021
Gasto mensual		\$17.002

Fuente: Elaboración propia

Una CBPC de \$204.021 anuales, implica que cada persona tendría que desembolsar \$17.002 mensuales para actividades culturales y si consideramos un hogar con cuatro integrantes, el monto mensual asciende a \$68.007. También es interesante tomar en cuenta en el análisis que la línea de la pobreza para una persona está fijada en \$151.669 -y en \$101.113 la línea de pobreza extrema-, es decir, las personas que se encuentran por debajo de esta línea tendrían que gastar al menos el 11,2% de sus ingresos en actividades culturales y, en el mejor de los casos, les quedarían \$134.667 para el resto de sus gastos. Esta cifra no es alentadora dado que de acuerdo a la Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN) 2015 el 11,7% de la población se encuentra bajo la línea de pobreza²².

Asimismo, es importante mencionar que de acuerdo a dicha versión de la CASEN, el 50% de los hogares cuenta con un ingreso per cápita inferior a \$179.999²³. Lo anterior, refleja las restricciones presupuestarias a las que se enfrentan la mayoría de las familias chilenas y lo complejo que es para

²² MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL (2016a), pp. 8 y 13.

²³ MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL (2016b), pp. 48.

ellos destinar parte de sus ingresos a actividades de ocio. Sobre todo si reflexionamos que para este ejercicio no consideramos los gastos de transporte y cuidado de niños –u otros familiares- que son necesarios para tener la posibilidad de asistir a actividades fuera del hogar.

Este análisis entrega información básica para estimar el diferencial de dinero necesario para que la población pueda cubrir la CBPC, asumiendo que el resto de las variables se mantienen constantes. Se debe tener presente que en el caso de generar subsidios para la población asociados a la participación cultural, la inyección de recursos tendría probablemente un cambio en los precios como resultado.

Este tipo de información se debiese tomar en cuenta a la hora de crear programas para facilitar el aumento de la participación cultural de los grupos más vulnerables de la sociedad y considerando como punto de partida el aumento de la información e investigación asociada que permita tener más claro el panorama. Si bien la información presentada en esta sección entrega argumentos favorables a la entrega de subsidios a la población para que pueda asistir a más actividades culturales y alcanzar al menos la CBPC, la falta de dinero es sólo una de las razones que pueden afectar la participación cultural. A continuación se realiza un análisis de las razones de no asistencia reportadas en la ENPCC 2012 con el objetivo de generar una perspectiva más amplia del fenómeno.

ANÁLISIS DE MOTIVOS DE NO ASISTENCIA

Como se mencionaba, existen varias razones que podrían estar provocando una baja participación cultural en el país y, afortunadamente, en la ENPCC 2012 se realizaron preguntas asociadas a los motivos de no asistencia a todas las personas que declararon no haber participado en actividades culturales. El listado de razones no es igual para todos los subdominios pero en términos generales se refieren a: falta de interés, falta de tiempo, falta de dinero, falta de información, falta de costumbre y la inexistencia de infraestructura relacionada en las cercanías de la residencia.

Para comprender estos motivos se realiza una reclasificación con el fin de considerar los factores determinantes de la demanda de acuerdo a la teoría económica²⁴. En la siguiente tabla se ejemplifica el tipo de cambios que fueron realizados con la pregunta asociada a la no asistencia a salas de cine:

²⁴ Un análisis similar fue realizado con la Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural en CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES (2011), pp. 75 y 76. En varios textos de economía se detallan los determinantes de la demanda, por ejemplo Varian (2010), pp. 99-119.

Tabla 8 Reclasificación de las causas de no asistencia en función de factores de demanda

Motivo según encuesta	Factor Demanda
No le interesa o no le gusta	Preferencias
Falta de tiempo	Costo de oportunidad, productos sustitutos
Falta de dinero	Restricción presupuestaria
Falta de información	Falla de mercado
Falta de costumbre	Preferencias
No existe cine	No es un factor de demanda sino que de oferta, la que no existe probablemente porque no hay un tamaño mínimo eficiente de demandantes del servicio en el lugar (no se puede atribuir a una falla de mercado sin mayor información). Sólo se podría considerar como determinante de demanda si los individuos tuviesen que viajar a otro lugar para participar culturalmente, afectando a su restricción presupuestaria. Debido a la falta de información esta categoría será atribuida a “ Otra razón ”.
No hay nuevas películas	Por el lado de la demanda se refiere al factor de preferencias y por el lado de la oferta se relaciona con la no existencia de economías de escalas para la actividad. En el presente análisis sólo se considerará el factor de demanda.
Prefiero ver películas en mi casa	Preferencias , productos sustitutos. Si bien los dos son factores relevantes en esta opción de respuesta, para llevar el análisis a tablas resumen de fácil comprensión sólo se considerará el factor de preferencias.
Otro	Otra razón
NS/NR	Otra razón

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede ver, los motivos ahora están divididos en: preferencias, costo de oportunidad/productos sustitutos, restricción presupuestaria y fallas de mercado. Al analizar las razones para los 11 subdominios incorporados en la CBPC, se puede ver claramente que los factores con mayor incidencia son el costo oportunidad/productos sustitutos y las preferencias, además, el patrón de factores es relativamente similar entre subdominios, siendo una excepción el alto porcentaje relacionado con la restricción presupuestaria (31%) en la asistencia a conciertos, una actividad que suele tener precios más altos que el resto de las analizadas. De todas formas, se debe considerar que en el caso de los

conciertos la segunda razón de no asistencia es el costo oportunidad/productos sustitutos (29,4%) donde, por ejemplo, constituye un claro sustituto –aunque imperfecto- la amplia oferta de conciertos que se pueden ver de manera gratuita en Youtube y otras plataformas. Con todo, esta información indica que al tener que priorizar la asignación de subsidios a la demanda, los conciertos deberían ser uno de los focos de recursos.

Tabla 9 Factores de demanda asociados a la no asistencia por subdominios culturales

Dominios culturales	Subdominios culturales	Factor de Demanda (en porcentajes)				
		Costo de oportunidad, productos sustitutos	Falla de mercado	Preferencias	Restricción presupuestaria	Otra razón
Artes Visuales	Artes Visuales	41,4	13,7	24,3	7,3	13,3
Artes Escénicas	Teatro	38,9	9,4	23,8	13,7	14,2
	Danza	34,9	11,9	29,6	10,9	12,7
	Circo	31,3	2,3	39,8	15,0	11,6
Artes Musicales	Conciertos	29,4	4,8	21,6	31,0	13,3
Artes literarias, libros y prensa	Libros	33,2	0,7	50,3	3,5	12,4
Medios audiovisuales e interactivos	Cine	31,2	0,7	32,7	21,3	14,1
	VHS/DVD/PC	25,9	1,1	40,6	3,0	29,5
	Video juegos	14,7	0,0	68,9	0,8	15,5
Patrimonio	Sitios naturales	32,0	14,6	17,6	0,0	35,8
	Museos	43,8	7,2	29,6	0,0	19,4

Fuente: Elaboración propia, en base a la ENPCC 2012.

En la tabla 10 se muestra la información de manera más agregada, generando promedios de los factores por dominio cultural y también a nivel general. Con esto se vuelve aún más claro que la falta de dinero no es una de las principales razones principales para no asistir a actividades culturales, ocupa el penúltimo lugar a nivel agregado con un 10,6%. Asimismo, las fallas de mercado se convierten en el motivo menos mencionado por los encuestados (6,4%). Por otro lado, los principales factores que afectan a la demanda son el costo oportunidad/productos sustitutos (33,5%) y las preferencias (33,0%).

Tabla 10 Factores de demanda asociados a la no asistencia por dominios culturales

Dominios culturales	Factor de Demanda (en porcentajes)				
	Costo de oportunidad, productos sustitutos	Falla de mercado	Preferencias	Restricción presupuestaria	Otra razón
Artes Visuales	41,4	13,7	24,3	7,3	13,3
Artes Escénicas	35,1	7,8	31,1	13,2	12,8
Artes Musicales	29,4	4,8	21,6	31,0	13,3
Artes literarias, libros y prensa	33,2	0,7	50,3	3,5	12,4
Medios audiovisuales e interactivos	23,9	0,6	47,4	8,4	19,7
Patrimonio	37,9	10,9	23,6	0,0	27,6
Total	33,5	6,4	33,0	10,6	16,5

Fuente: Elaboración propia, en base a la ENPCC 2012.

Un análisis más detallado se vuelve obligatorio para crear políticas públicas que fomenten la participación cultural, sobre todo, considerando que existe un 9,5% de los individuos que no asistieron a evento cultural alguno durante de los últimos 12 meses. Por lo tanto, a continuación se muestra el análisis de factores de demanda pero sólo considerando al grupo de personas que está totalmente marginado de la actividad cultural. En él se observa que el factor costo de oportunidad/productos sustitutos (25,8%) pierde terreno en relación a las preferencias (36,9%), en comparación con lo que ocurría a nivel general. Claro que el no asistir por preferencias puede tener como origen tanto el desconocimiento de las prácticas como el haberlas probado y que simplemente les disgusten a los individuos –caso sin justificación para intervenir-, lo ideal sería contar con un módulo de preguntas dentro de las encuestas culturales que permitiesen averiguar el nivel de formación cultural de los

individuos y cruzarlo con las razones de no asistencia. A pesar de esto y utilizando variables proxy, se han realizado estudios sobre los determinantes de la participación en actividades culturales para Chile²⁵ con la ENPCC 2012, concluyendo que efectivamente el capital cultural es un determinante relevante para la participación. Por otro lado, la restricción presupuestaria y fallas de mercado aparecen con porcentajes mucho más bajos, 11% y 5,3% respectivamente.

Tabla 11 Factores de demanda asociados a la no asistencia por dominios culturales, para las personas que no asisten a dominio cultural alguno

Dominio cultural	Costo de oportunidad, productos sustitutos	Falla de mercado	Preferencias	Restricción presupuestaria	Otra razón
Artes Visuales	29,7	8,7	34,5	8,6	18,6
Artes Escénicas	27,5	4,9	31,8	17,7	18,1
Artes Musicales	23,4	2,7	34,5	24,6	14,8
Artes literarias, libros y prensa	25,6	1,1	46,2	5,6	21,6
Medios audiovisuales e interactivos	18,1	0,7	46,6	9,4	25,4
Patrimonio	30,4	13,9	27,9	0,0	27,8
Total	25,8	5,3	36,9	11,0	21,1

Fuente: Elaboración propia, en base a la ENPCC 2012.

Al hacer este mismo análisis con los individuos que presentaban asistencia en los 6 dominios culturales considerados en la CBPC, se encuentran relaciones muy similares a las presentadas en la tabla 11 y al realizar el cruce con los grupos socioeconómicos ocurre lo mismo. Independiente de que nos refiramos al grupo más vulnerable, las razones principales siguen siendo el costo oportunidad/productos sustitutos y las preferencias. El primer motivo se ve reflejado en la falta de tiempo y es poco lo que el Estado puede hacer desde su institucionalidad cultural, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Las propuestas tendrían que nacer desde las instituciones que regulan el mercado laboral, buscando jornadas laborales más cortas o distribuidas de otra manera y, más allá de eso, hay otra razón que disminuye el tiempo disponible y de difícil reparación: el tiempo de los traslados. Por otro lado, parece ser que las preferencias son el mejor candidato a combatir como factor inhibitor de la participación desde las instituciones culturales. La falta de costumbre o la sensación de desagrado son reversibles y muchas veces las personas declaran que algo no les gusta pero lo que está detrás es el desconocimiento de la práctica. La mejor manera de fomentar las prácticas culturales es la formación cultural desde

²⁵ REBOLLEDO (2013).

temprana edad y aquí el sistema educacional tiene el rol principal, por ejemplo, con planes que incluyan la cultura en sus diversas formas y fomenten la relación con sus lenguajes desde preescolar hasta cuarto medio. Ahí se encuentra un gran potencial para disminuir las brechas y tener poder de elección.

Desde luego, el pensar en programas de formación cultural no implica eliminar las políticas relacionadas con mejorar la oferta cultural. Existen lugares donde no hay oferta o ésta es inalcanzable por sus precios pero, de acuerdo a los datos, ésta razón está lejos de ser la determinante para la mayoría de la población a la hora de decidir si participar o no en actividades artísticas y culturales. Se deben atacar todos los frentes pero ante recursos limitados la focalización se vuelve imperativa y la manera más eficiente de alcanzarla es con decisiones informadas y basadas en evidencia empírica.

CONCLUSIONES

Este estudio ha ahondado en la participación cultural en Chile, construyendo una canasta de participación que fija un nivel óptimo de frecuencias de participación para 11 actividades culturales y que permite tener un porcentaje de cobertura agregada para dicho nivel. Para 2012 la cobertura alcanza el 22,2%, el conocer este nivel servirá como base de comparación para calcular las tasas de variación de la participación cultural. Es justamente esta simpleza de la metodología aditiva de indicadores -que forman un índice a partir de la suma de un grupo de indicadores-, junto a su fácil lectura y comprensión, la principal motivación del presente estudio. Por supuesto, el porcentaje de cobertura de la CBPC difiere entre grupos socioeconómicos, lo que ratifica que la desigualdad social permea a todo tipo de prácticas pero también muestra otros resultados interesantes, como una participación en cultura mucho mayor en los grupos más jóvenes de la población y que disminuye con el aumento de la edad.

Complementariamente se valoró la canasta de participación en \$204.021 anuales por persona, un monto elevado en relación al nivel de salarios que percibe la mayor parte de la población. Si bien este análisis es de carácter preliminar, indica que las políticas públicas culturales deberían tener algún tipo de focalización basada en la vulnerabilidad de la población. Asimismo, se observa que la no asistencia a las actividades culturales se explica principalmente por la falta de tiempo y las preferencias, volviendo imperativo la creación de políticas públicas que puedan dar respuesta a este fenómeno.

Es mucho lo que queda por investigar sobre la participación cultural y en el desarrollo de este trabajo se hizo patente la necesidad de contar con más y mejor información. Para estudiar el gasto en cultura es indispensable que se realicen estudios de precios de las actividades culturales, los que también serían de ayuda para los gestores culturales. Además, la inclusión de nuevas preguntas sobre formación en arte y cultura en próximas versiones de la ENPCC serían un gran aporte a este tipo de investigación. Es crucial la profundización de estos estudios y su interacción con el Estado, teniendo como objetivo la generación de políticas públicas y programas basados en evidencia empírica y permitiendo una focalización más eficiente de los recursos.

BIBLIOGRAFÍA

- CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES. “Análisis de factibilidad para la implementación de un sistema vale cultura en Chile” (2011). Recuperado de <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2013/07/informe-estudio-factibilidad-vale-cultura.pdf>
- CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES (2012). “Marco de Estadísticas Culturales, Chile 2012”, Editorial Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Santiago, Chile, pp. 114.
- CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES (2013). “ENPCC 2012 Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2012”, Editorial Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Santiago, Chile, pp. 208.
- CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN. “I Encuesta Nacional sobre Contenidos Audiovisuales y Televisión por Internet” (2016). Recuperado de http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20161007/asocfile/20161007121153/1_encuesta_nacional_sobre_contenidos_audiovisuales_y_televisi_n_por_internet.pdf
- GUELL, Pedro; MORALES, Rommy; y PETERS, Tomás (2011). “Una canasta básica de consumo cultural para América Latina”, Ediciones Universidad Alberto Hurtado, Santiago, Chile, pp. 155.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. “Documento de Principales Resultados ENUT 2015” (2016), Editorial Instituto Nacional de Estadísticas, Santiago, Chile, pp. 69.
- MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL. “CASEN 2015: Situación de la pobreza en Chile” (2016a). Recuperado de http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen-multidimensional/casen/docs/CASEN_2015_Situacion_Pobreza.pdf
- MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL. “CASEN 2015: Evolución y Distribución de Ingresos” (2016b). Recuperado de http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen-multidimensional/casen/docs/CASEN_2015_Ingresos_de_los_hogares.pdf
- REBOLLEDO, Paulina (2013). “Determinantes de la Participación en Actividades Culturales para Chile”, Santiago, Tesis para optar al grado de Magíster en Economía, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- SEAMAN, Bruce (2006). “Empirical Studies of the Demand for the Performing Arts”, Handbook of the Economics of Art and Culture. Amsterdam: North Holland, pp. 415- 472.

- SUBSECRETARÍA DE TELECOMUNICACIONES. “Séptima Encuesta de Acceso, Usos y Usuarios de Internet. Informe Final” (2016). Recuperado de http://www.subtel.gob.cl/wp-content/uploads/2015/04/Informe-VII-Encuesta-de-Acceso-Usos-y-Usuarios-de-Internet_VF.pdf
- VARIAN, Hal R. (2010). “Microeconomía intermedia: Un enfoque actual”, Editado por Antoni Bosch, España, pp. 818.
- ZIEBA, Marta (2009). “Full-income and price elasticities of demand for German public theatre”, *Journal of Cultural Economics* 33, pp. 85-108.