



**Facultad de Humanidades**  
Instituto de Sociología  
Carrera de Sociología

**Demandas y expectativas de consumo cultural de los estudiantes  
de enseñanza media de La Calera**

Memoria de Grado para optar al Grado de Licenciado en Sociología y  
Título Profesional de Sociólogo

JOSÉ RAÚL ORREGO RAMÍREZ

Profesora Guía:  
Adela Bork Vega

MAYO, 2013

**Dedicado a mi familia**

*A Janett, mi madre. Gracias por tu esfuerzo y apoyo en cada uno de los momentos de mi vida, sobre todo en los más difíciles.*

*A Ricardo, mi hermano. Siempre hemos sido felices, y eso me llena de orgullo.*

*A José, mi padre. Que a pesar de las diferencias de la vida, siempre reconoceré tu trabajo y ejemplo que significan mucho para mí.*

## **Agradecimientos especiales**

Quisiera agradecer a las siguientes personas:

A Talía, por leer y corregir mis primeros avances;

A Tomás, por leer y corregir mis avances, además de las largas discusiones sobre nuestras tesis.

A Carlos, a estas alturas un amigo, gracias por toda tu ayuda.

A Rodrigo, por orientarme en el proceso de codificación;

A Eduardo, por enseñarme procedimientos en el SPSS y EXEL que desconocía;

Al Profesor Antonio Ávila, por las asesorías metodológicas que me brindó y por escucharme en los momentos en que me encontraba desorientado;

A la Profesora Adela Bork, a quien tengo mucho que agradecer. En primer lugar, porque aceptó ser mi guía de tesis en momentos que no sabía que sucedería con mi situación. Por ser la primera socióloga que leyó mi trabajo y por cada una de las reuniones que tuve con ella, todas muy provechosas, pues me orientó para seguir avanzando de la mejor forma.

A todos los profesores de la escuela con los que alguna vez compartí e intercambie opiniones sobre diversos temas. No puedo dejar de nombrar a Jaime Contreras, que sin duda enseñó tanto con su ejemplo como con su cátedra.

A Dios, en todas sus representaciones mundanas, ya que más de una vez me encomendé a él o ella.

Por último, a todos los amigos y amigas de la vida, con quienes de seguro aprendí más de alguna cosa.

A todos ¡Gracias!

## **Agradecimientos institucionales**

Quisiera agradecer a la Universidad de Valparaíso por la formación académica que me brindó a lo largo de estos años y que sin duda me ha hecho mejor persona; a veces normalizamos algunas situaciones y se nos olvida que las grandes mayorías excluidas de nuestro país, aún encuentran trabas para acceder a la educación superior.

A todos los establecimientos educacionales que me abrieron sus puertas y me cedieron un poco de su tiempo para aplicar el instrumento de investigación.

Y a la Ilustre Municipalidad de La Calera por respaldar la investigación a través de cartas dirigidas a los establecimientos educacionales.

## **RESUMEN**

Con el regreso de la democracia al sistema político de nuestro país, se impulsaron una serie de medidas que pretendían dejar en el pasado prácticas y costumbres ligadas a gobiernos autoritarios. El rol que se atribuyó a la cultura, fue protagónico.

En lo teórico, el campo de la cultura es un espacio donde se encuentran diversos agentes disputando las posiciones de poder, estos, dependiendo de la cantidad de capital acumulado, tendrán mejores o peores posiciones. En ese sentido, los estudios de audiencia se han consolidado en las ciencias sociales como un método eficaz para conocer los cambios culturales de las sociedades, así como también para describir las características de la población, a través de su consumo y demanda cultural.

En esta investigación presentamos una caracterización de las demandas y expectativas culturales de los jóvenes de La Calera, la cual espera contribuir a un mejor desarrollo de las audiencias y de la cultura en la ciudad.

## **PALABRAS CLAVE**

**Cultura – Audiencias – Demandas –Expectativas – Jóvenes**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>SIGLAS</b> .....	<b>8</b>
<b>PRESENTACIÓN</b> .....	<b>8</b>
<b>1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	<b>10</b>
1.1 Fundamentación: desarrollo del problema.....	<b>10</b>
1.2 Formulación de objetivos.....	<b>31</b>
1.2.1 Objetivo General:.....	<b>31</b>
1.2.2 Objetivos Específicos:.....	<b>31</b>
1.3 Importancia de la investigación.....	<b>32</b>
1.3.1 Relevancia Práctica .....	<b>32</b>
1.3.2 Relevancia Teórica .....	<b>33</b>
1.3.3 Relevancia Metodológica.....	<b>34</b>
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>35</b>
2.1 Cultura .....	<b>35</b>
2.2 Industria Cultural .....	<b>36</b>
2.3 Consumo Cultural.....	<b>41</b>
2.4 Cultura de masas – Sociedades massmediatizadas.....	<b>42</b>
2.5 Audiencias.....	<b>44</b>
2.6 Estudios de Audiencias .....	<b>46</b>
2.7 Usos y Gratificaciones .....	<b>47</b>
2.8 Medios y Mediaciones .....	<b>49</b>
2.9 Conceptos de Pierre Bourdieu.....	<b>50</b>
2.9.1 Gusto y distinción .....	<b>50</b>
2.9.2 Habitus .....	<b>51</b>
2.9.3 Campo y espacio social .....	<b>53</b>
2.9.4 Capital .....	<b>53</b>
2.9.4.1 Capital económico .....	<b>54</b>
2.9.4.2 Capital social .....	<b>54</b>
2.9.4.3 Capital cultural .....	<b>55</b>
2.9.4.4 Capital simbólico.....	<b>56</b>
2.10 Centros Culturales .....	<b>57</b>
2.11 Mercado Cultural La Calera .....	<b>58</b>
2.11.1 Demanda cultural.....	<b>59</b>
2.11.2 Oferta cultural .....	<b>59</b>
2.12 Expectativa .....	<b>60</b>
<b>3. MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>61</b>

3.1	Tipo de estudio.....	61
3.2	Diseño de investigación.....	61
3.3	Delimitación del universo y unidad de estudio .....	62
3.4	Universo y criterios de selección de muestra.....	63
3.4.1	Fórmula para la muestra del Universo .....	66
3.4.2	Fórmula para el estrato Municipal:.....	67
3.4.3	Fórmula para el estrato Particular Subvencionado:.....	67
3.5	Unidad de muestreo y selección de la muestra .....	68
3.6	Unidad de medición.....	69
3.7	Planificación de actividades.....	69
3.8	Técnica de recolección de datos .....	70
3.9	Pretest.....	70
3.10	Trabajo de Campo.....	72
3.11	Validez y confiabilidad .....	73
3.12	Técnica de análisis y procesamiento de datos.....	74
3.13	Condiciones éticas .....	75
3.14	Definición y operacionalización de variables.....	75
<b>4.-</b>	<b>PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....</b>	<b>83</b>
4.1	Descripción de la muestra y población de estudio.....	84
4.2	Capital Cultural .....	86
4.3	Demanda Cultural .....	87
4.3.1	Consumo y acceso a bienes y servicios culturales.....	87
4.3.2	Valoración de consumo de bienes y servicios culturales .....	90
4.4	Expectativas .....	93
4.4.1	Expectativas sobre Participación .....	93
4.4.2	Expectativas Educativas .....	94
4.4.3	Expectativas Económicas .....	95
4.5	Principales análisis de resultados según estrato y sexo .....	99
4.6	Pruebas de hipótesis .....	112
<b>5.-</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>123</b>
5.1	Acceso y consumo de bienes culturales .....	123
5.2	Demanda de bienes y servicios culturales .....	123
5.3	Expectativas.....	124
5.4	Nuevo Centro Cultural La Calera .....	125
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>126</b>	
1.	Referencias bibliográficas .....	126
2.	Webografía .....	138

## **SIGLAS**

- 1.- **CNCA:** Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- 2.- **PNUD:** Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- 3.- **ENPCC:** Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2009.
- 4.- **OEI:** Organización de Estados Americanos.
- 5.- **UNESCO:** Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- 6.- **CASEN:** Caracterización Socioeconómica Nacional (Encuesta).
- 7.- **OCDE:** Organización para Cooperación y Desarrollo Económico.
- 8.- **ONU:** Organización de Naciones Unidas.
- 9.- **CBCC:** Canasta Básica de Consumo Cultural.
- 10.- **UG:** Usos y Gratificaciones.
- 11.- **FEMP:** Federación Española de Municipios y Provincias.
- 12.- **RAE:** Real Academia Española.
- 13.- **CIAE:** Centro de Investigación Avanzada en Educación Universidad de Chile.
- 14.- **FEA:** Fundación Educacional Arauco.
- 15.- **FFAA:** Fuerzas Armadas.
- 16.- **FFOO:** Fuerzas de Orden.
- 17.- **UCM:** Universidad Complutense de Madrid.

## PRESENTACIÓN

¿Qué es un estudio de audiencia? y ¿para qué sirven?, son interrogantes necesarias de responder para la realización de una investigación que precisamente trata sobre esta materia, es algo obvio, pero no por eso sencillo. En esta investigación trataremos de dar las mejores respuestas a estas preguntas, que una vez resueltas, nos permitirán adentrarnos en el objetivo principal que es la realización de un estudio de audiencia.

Pero, ¿por qué son importantes los estudios de audiencias?, son importantes porque sirven para conocer los comportamientos de grupos sociales respecto a las actividades culturales en su faceta más específica, las expresiones artísticas.

El interés por realizar este tipo de investigación surge a partir de la importancia que han alcanzado en la última década las expresiones artísticas en la vida cotidiana, importancia percibida de manera personal en la concurrencia masiva a los eventos culturales realizados principalmente en grandes ciudades como Santiago o Valparaíso. Sin embargo, es interesante conocer lo que sucede en otras ciudades más pequeñas donde el alcance de los habitantes a estos eventos es reducido.

Otro punto de interés para realizar esta investigación, es comprender el discurso recurrente y repetitivo que asoma en la literatura especializada en materia cultural, el que hace referencia casi como slogan a, “más cultura es más democracia, más desarrollo”. Consideramos importante detenernos en este tema para develar cuales son los argumentos que sustentan esta idea, para luego entrar de lleno en el objetivo de esta investigación.

El trabajo estará organizado en cinco partes, en la primera se presentará el problema, las relevancias y objetivos de la presente investigación; la segunda estará orientada a entregar información teórica relevante para el desarrollo del trabajo; la tercera incluye la metodología de investigación que se utilizará para la recolección de datos y producción de información; en la cuarta parte se organizarán los hallazgos y

análisis de la investigación; y en la quinta y última parte se presentan las conclusiones obtenidas en este estudio.

## **1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.1 Fundamentación: desarrollo del problema.**

Actualmente el panorama en materia cultural ha cambiado de manera considerable a como se presentaba en 1990 con el inicio de los gobiernos democráticos. A modo de reseña, la actividad cultural durante la dictadura vivió momentos difíciles marcados principalmente por la censura y por una amplia gama de dificultades para los artistas en el proceso de creación, a este hecho social algunos autores lo definieron como “apagón cultural” (Garretón, 1993). Lo acontecido en materia cultural en el período dictatorial fue estudiado por varios autores obteniendo un nivel de aceptación en sus planteamientos que sentó bases para la realización de otras investigaciones, incluida esta. Cabe señalar que esta investigación en lo teórico busca actualizar la discusión sobre la materia y no profundizar en lo acontecido en el período de la dictadura y el posterior paso a la democracia. Sin embargo, este hecho constituye el punto de partida para el presente estudio y probablemente para muchos otros que hagan referencia a esta problemática.

En la década de los 90 los gobiernos de la Concertación comenzaron esfuerzos para superar las prácticas heredadas de la dictadura, parte de aquello fue posicionar a la cultura como un aspecto importante en el quehacer estatal, creándose en 1991 y 1997 dos comisiones que buscaron orientar la política gubernamental. Estas fueron la Comisión Cultura dependiente del Ministerio de Educación que fuera presidida por Manuel Antonio Garretón y la Comisión Presidencial de la Cultura presidida por Milán Ivelic, durante los gobiernos de Aylwin y Frei respectivamente. Ambas comisiones

proponen una nueva institucionalidad cultural, que posteriormente devendría en el Consejo de la Cultura y las Artes<sup>1</sup> (Bastías, 2008). Es en el gobierno de Lagos, en el año 2003, que esta nueva institucionalidad pone en marcha sus funciones teniendo como misión “promover un desarrollo cultural armónico, pluralista y equitativo entre los habitantes del país, a través del fomento y difusión de la creación artística nacional; (...) adoptando iniciativas públicas que estimulen una participación activa de la ciudadanía(...)”(CNCA, 2011).

En la actualidad, la discusión sobre si la cultura es importante para el desarrollo del país, ha sido planteada con seriedad y preocupación que se ven reflejadas en acciones como la participación de Chile en compromisos y declaraciones internacionales como la Carta Cultural Iberoamericana 2006<sup>2</sup>, ya que existe un convencimiento de que seguir el camino orientado a fortalecer el desarrollo de la cultura trae beneficios en sectores que van desde la economía hasta la convivencia social. Sumado a lo anterior, constatamos discursos y preocupaciones en el acontecer cultural que se han ido desarrollando durante estos años, y que de forma particular llaman nuestra atención, es el que asocia a la cultura con la democracia y que desarrollaremos en las páginas venideras.

Si para el ser humano sus consumos voluntarios significan una gratificación o beneficio que van desde el nivel más subjetivo como la satisfacción, entonces ¿cuál es el beneficio colectivo del consumo cultural? Para Rausell Köster (2007), es la suma de los beneficios estéticos o sociales de los que consumen cultura más los beneficios derivados del arrebato creativo y monetario de quienes la producen. Planteando que no existen mejoras ilustrativas en el funcionamiento social entre un grupo que ve reality shows y otro que sabe tararear algunas sinfonías (Rausell, 2007). Esta posición teórica nos invita a cuestionarnos el impacto del consumo de

---

<sup>1</sup> CNCA en adelante.

<sup>2</sup> La Carta Cultural Iberoamericana 2006, es una declaración que se realizó en Montevideo, Uruguay, por la Organización de Estados Iberoamericanos. Chile suscribe a esta organización internacional.

bienes culturales en la sociedad y al mismo tiempo la asociación de la cultura con la democracia en la literatura contingente.

Se torna necesario para confrontar el planteamiento teórico de Rausell (2007), delimitar y señalar los alcances del concepto “cultura” en esta investigación, es así como en un primer momento y de manera general la distinguimos como “todo un modo de vida en el sentido antropológico y sociológico” y de forma más específica como “todas las actividades intelectuales y artísticas del ser humano” (Williams, 1994). Esta primera aproximación nos permite diferenciar la cultura de manera general y específica. Sin embargo, esta definición no nos da la posibilidad de entender cómo se relacionan estas definiciones de culturas entre ellas. Para aquello es necesario exponer los tres niveles de cultura que propone Anthony Everitt:

“Cultura A: comprende los valores de una sociedad y las instituciones que los expresan (normalmente a esta se le llama la definición antropológica). Nada tiene que ver con el arte, con el patrimonio.

Cultura B: Como todo tipo de expresión creativa que alude a una identidad cultural (todo lo que uno pueda pensar), artes amateur, popular, etc.

Cultura C: Son las formas de arte y el patrimonio, lo que tradicionalmente se llama “la alta Cultura””. (Everitt, 2002).

Las definiciones de culturas B y C son las formas en que se discute y se reflexiona la cultura A (Bastías, 2008), ejemplo de aquello tenemos el cine, la pintura y la música, entre otras expresiones artísticas que fueron testimonio de distintos momentos históricos y muchas veces críticos de sí mismos, un ejemplo de esto es la afamada película “Modern Times”<sup>3</sup>.

Con una mayor claridad sobre el concepto cultura, y gracias al esquema propuesto por Everitt, es que podemos plantear que sí existe un beneficio colectivo

---

<sup>3</sup> En castellano “Tiempos Modernos”. Película estrenada en 1936, donde el director, guionista y actor principal fue Charles Chaplin. Esta película retrató la crisis del 1929 y las condiciones de vida de los obreros de la época.

en el consumo cultural que se encuentra más allá de lo estético y el cual consiste en que la cultura como expresión creativa y artística, constituye parte del engranaje del proceso educativo de una sociedad, caracterizándose por ser reflexiva a la que pertenece y potencialmente crítica de sí misma. Apuntado a la organización de la sociedad y el rol que juega la cultura, Williams (1994) señala que lo que es verdad acerca de una cultura, en su nivel más general, nunca es una forma en la que la gente vive por casualidad en un momento aislado, sino una selección y organización, del pasado y presente (Williams, 1994), afirmando así un rol de la cultura en los procesos constitutivos de la identidad de una sociedad.

Hemos constatado que el campo de la cultura tiene un valor determinado que sobrepasa los asuntos estéticos de una sociedad. Al mismo tiempo que la mayor o menor vinculación a la actividad artística dispondrá en los sujetos diversas actitudes hacia la cultura en su sentido antropológico o sociológico. Sin embargo, aún no hemos evidenciado el discurso que liga la cultura a la democracia, precisamente lo que abordaremos a continuación.

En 1987 José Joaquín Brunner propuso que el autoritarismo en Chile dejó huellas profundas en los campos intelectual, científico, educacional, de las artes y de la cultura y que además se pretendió realizar un cambio cultural en el régimen comunicativo de la sociedad, "(...) llevándolo desde una situación de alta intercomunicación, voces colectivas y contenidos ideológicos y políticos. A una situación de baja intercomunicación, desempeños individuales y contenidos apropiables" (Brunner, 1987, p. 58). Por eso no resulta extraño que el Informe de Desarrollo Humano, Chile 2002, sostuviera que el paso de la dictadura a la democracia acarreó una ruptura cultural, y que "la primera tarea de la creación cultural consiste en democratizar la convivencia entre los chilenos" (PNUD, 2002, p. 181). De esta manera identificamos que el primer argumento que liga a la cultura con la democracia, tiene su origen en querer cambiar las prácticas de la vida cotidiana que fueron condicionadas durante 17 años por restricciones a los derechos civiles y

democráticos y extensivamente al “arte y a las condiciones-límites de su práctica en el marco de una sociedad fuertemente represiva” (Richard, 1987, p. 1). Esta misión fue abordada por distintos sectores de la sociedad chilena y por los gobiernos democráticos post-dictadura, al menos así queda consignado en el Informe citado anteriormente, que destacó que el gobierno de Aylwin tuvo como prioridad afianzar el régimen democrático, pues “había que generar una cultura democrática que se hiciera cargo de las violaciones de los derechos humanos, a la vez que motivara actitudes de respeto y tolerancia” (PNUD, 2002).

Es así como nos encontramos con diagnósticos como el de Cristian Antoine, que plantean que desde el año 1990 al 2005, las políticas culturales han estado marcadas “por un esfuerzo que puede denominarse de “democratización de la cultura” (Antoine, 2008, p. 3).

En los años posteriores, nuestro país presentó un crecimiento económico sostenido en el tiempo<sup>4</sup>, lo que produjo una diversificación de los mercados, entre ellos el de las industrias culturales. Sin embargo, este crecimiento económico no se tradujo necesariamente en un mayor consumo cultural de la población.

Desde el Estado se esgrimió que una de las razones a la renuencia de los potenciales espectadores eran las dificultades económicas (Ibacache, 2008), lo que propició la creación de políticas públicas orientadas a “facilitar el acceso y garantizar la gratuidad” (Ibacache, 2008 p. 55). Un dato que nos ayuda a constatar este acceso limitado al goce cultural se encuentra señalado en la Encuesta de Consumo Cultural 2004-2005, el cual nos indica que el “40% de la población no accede a una variada oferta cultural (CNCA, 2007).

Lo expuesto recientemente, nos permite evidenciar que la intención del Gobierno por ampliar el goce de actividades culturales en la población, que antes estaba fijada en la búsqueda de una tolerancia entre los chilenos, incorpora como sentido

---

<sup>4</sup> La tasa de crecimiento económico del PIB per cápita ha promediado un 4,1% en los períodos 1991-2005. (Schmidt-Hebbel, K., 2006). Actualmente las cifras son cercanas al 6% (Banco Central de Chile, 2011).

democrático “la masificación del acceso a las actividades culturales”. Al menos así queda consignado en el documento “Chile quiere más cultura” del CNCA:

Entre los cambios que el país ha venido conociendo en los últimos años está el afianzamiento y consolidación del sistema democrático, caracterizado por el respeto a los derechos humanos. Situaciones de común ocurrencia en el pasado reciente son hoy rechazadas unánimemente y la sociedad chilena se encamina hacia una creciente tolerancia y respeto a la diversidad. Por ello es preocupante el hecho que el 60% de la población se limite a un consumo cultural de pobreza, es decir, a un consumo cultural marcado por la oferta de los medios de comunicación. Se ha demostrado que estos consumos mínimos están asociados a falta de sociabilidad, menor valoración de la diversidad y menor valoración de la democracia como forma de gobierno. (CNCA, 2005 p. 11).

Cambiado el foco de la democratización de la cultura, hubo una serie de iniciativas dirigidas desde el Estado que permitieron el acceso a bienes, servicios y actividades culturales gratuitas a la población, entre las cuales destacan presentaciones audiovisuales, exposiciones plásticas y conciertos entre otras. Reflejo de estas iniciativas son los datos que podemos encontrar en la Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural 2009<sup>5</sup>, tal como en el siguiente gráfico:

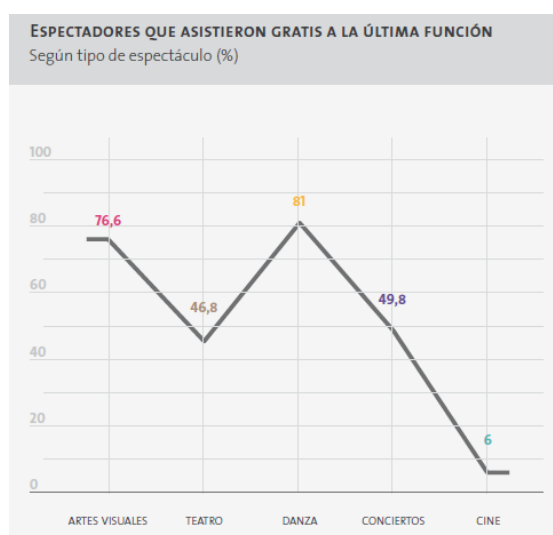


Gráfico 1 (CNCA, 2009b p.57)

<sup>5</sup> Desde ahora ENPCC.

No obstante, sigue siendo un problema el que las capacidades de apropiación de capital cultural sean desiguales a medida que descendemos en la escala económica o educativa de la población (CNCA, 2005). En virtud de aquello, lo que concernía anteriormente a “democracia” sobre materia cultural y que identificábamos con ampliar el acceso de la población a los bienes culturales, cambia nuevamente, para superar el mero acceso -sin dejar de incluirlo-, pero agregando como factor principal la “participación de la ciudadanía” en el campo cultural, reivindicando la democracia de una sociedad como la participación, hecho que se traduce en la intención de que el sujeto debe dejar de ser un espectador y pase a ser un actor social en la materia.

Es en el gobierno de Bachelet, que se agrega a todas las características democráticas el requisito de la participación ciudadana en cultura, la cual podemos definir como “la capacidad y el interés de las personas, organizaciones sociales y de la sociedad civil, por asumir acciones concretas en los campos de la creación artística, de la producción y difusión de objetos culturales y la preservación y buen uso del patrimonio” (Henríquez, R. 2006, p.13)

Esta idea se produjo diagnosticando una condición fundamental para que los sujetos fueran capaces de apropiarse el capital cultural transmitido, la condición era la educación artística. Esta observación proponía que educando a la población en la materia, los sujetos serían capaces de entender los códigos del campo y más importante aún, que a través del acceso a ese conocimiento que entrega esta educación, se reforzaría “la promoción de los valores humanistas, el respeto a la dignidad humana... –siendo también- (...) un aprendizaje de la libertad, y su inclusión en la formación reforzará asimismo valores de responsabilidad y trascendencia” (CNCA, 2005 p. 20).

Para llevar a cabo esta educación artística se propusieron las siguientes medidas:

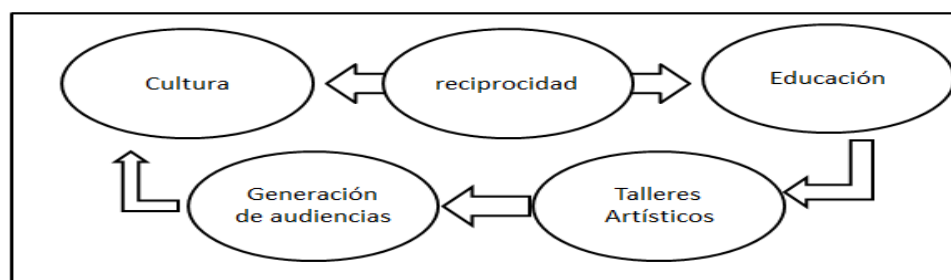
1) Desarrollar un programa para los cultores aficionados que vincule la actividad con los artistas profesionales a través de redes, escuelas, talleres y otras experiencias de este tipo.

2) Lograr que los Gobiernos Regionales incorporen el desarrollo cultural como un eje de sus Programas de Desarrollo Regional de corto y mediano plazo, implementando planes y programas concretos de participación cultural de los ciudadanos (CNCA, 2005, p 23).

Lo anterior derivó el 2007 en la implementación del programa “Creando Chile en mi Barrio”, que buscaba asegurar artistas y cultores nacionales de calidad como una forma de estimular los procesos de desarrollo culturales comunitarios a través de talleres, muestras y clínicas artísticas entre otras.

La implementación de estos talleres y lo expuesto anteriormente, nos permite suponer que esta educación artística en la población se orientó a generar un círculo virtuoso compuesto por la cultura, la educación, los talleres artísticos y la generación de audiencias. Esto se explica por la reciprocidad existente entre la cultura y la educación, en cuanto esta última es la forma en que se reproduce la cultura; y los talleres artísticos cumplen la función de empoderar al sujeto de herramientas para que se desenvuelva en el campo cultural, al mismo tiempo que cumplen el rol fundamental de generar audiencias. Como vemos, estas últimas serían un efecto de la educación, pero al mismo tiempo semillero de potenciales creadores y/o consumidores de bienes culturales, como también de conservadores y transmisores de nuestra cultura.

Como forma ilustrativa del círculo virtuoso que se ha tratado de crear proponemos el siguiente esquema:



**Cuadro 1 (Elaboración propia)**

En esta última década, la cultura además de haber sido ligada a la democracia, se le ha relacionado con el desarrollo de los países. Es así como la Organización de Estados Iberoamericanos<sup>6</sup>, resaltó a través de la Carta Cultural Iberoamericana escrita en Montevideo el 2006, que se debe “afirmar el valor central de la cultura como base indispensable para el desarrollo integral del ser humano y para la superación de la pobreza y de la desigualdad” (OEI, 2006, p. 9). Sobre todo teniendo en cuenta que la “diversidad cultural es una condición fundamental para la existencia humana, y que sus expresiones constituyen un valioso factor para el avance y el bienestar de la humanidad en general” (OEI, 2006, p. 6).

La política cultural de Chile ha adoptado una postura similar declarando que la cultura debe estar efectivamente en el centro del desarrollo del país, lo que significa que la cultura no solo sea un acompañamiento ocasional, pues además de generar valores estéticos y de sentido, también es generadora de empleos y riqueza. Adicionalmente a este aspecto económico, se contempla otra faceta valorada que se basa en la expansión de “nuestra identidad”, más allá de nuestras fronteras y en los lugares de mayor crecimiento de la economía mundializada (CNCA, 2002).

Ya en el 2011, con Sebastián Piñera como presidente, se esperaban grandes cambios en materia cultural, sobre todo teniendo en cuenta los 50 años que transcurrieron para que nuevamente un candidato de derecha fuera elegido democráticamente, lo que generó grandes expectativas al respecto.

Para referirnos a las políticas culturales y a la posición que ha asumido el gobierno de Piñera respecto al desarrollo de la cultura, es necesario consignar que todo lo que podemos plantear se encuentra limitado a dos documentos oficiales, que consideramos son las publicaciones más importantes que el gobierno, a través del CNCA, ha realizado durante el primer año de mandato. Estas son la ENPCC, publicada en marzo de 2011, pero que trabaja con datos recogidos durante el gobierno anterior en el año 2009; y la Política Cultural 2011 – 2016.

---

<sup>6</sup> En adelante OEI.

La Política Cultural 2011 – 2016, realiza un balance sobre el desarrollo de la cultura y las políticas realizadas por los gobiernos anteriores, y se constituye como la guía en las acciones culturales del gobierno de Piñera. Al igual que en “Chile quiere más cultura”, se destaca el valor central de la cultura en el desarrollo del Ser Humano apelando a la Declaración de México sobre las políticas culturales: “Por ella, es como el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevos significados y crea obras que lo trascienden” (Unesco, 1982, p. 1).

Otro de los temas en el que se pone gran énfasis y que forma parte de los objetivos de esta política cultural es el de “visibilizar y fomentar las industrias culturales como motor de desarrollo” (CNCA, 2011b, p. 54), para ello se han dispuesto varias estrategias, entre ellas: “crear y apoyar redes para el desarrollo de las industrias culturales (...y) promover el conocimiento del impacto económico de las industrias culturales” (CNCA, 2011b, p. 56). A partir de lo anterior, es que podemos decir que esta política busca situar en la cultura un espacio de generación de riqueza, el que, pudiendo ser explotado por diversos agentes, se ha optado por favorecer la mayor presencia de las industrias culturales.

Otra de las cosas que se destacan en este documento es que se sitúa como parte de los valores y principios del gobierno “la participación real de la ciudadanía en la toma de decisiones, con mecanismos amplios de consulta” (CNCA, 2011b p. 53), planteamiento que en la ENPCC se complementa y refuerza con ideas ya tratadas en documentos de gobiernos anteriores, tales como pretender incursionar en los temas pendientes que tienen las políticas culturales, para poder entregar “mayores posibilidades de expresión a nuestras diferentes prácticas culturales ampliando su alcance, dimensión y calidad” (CNCA, 2011c, p.9). Esta encuesta nos entrega una serie de señales que nos hacen suponer una valoración importante de la cultura, pues entre otras cosas muestra que:

“Las políticas culturales se sustentan en el reconocimiento de que la cultura constituye un elemento indisociable del desarrollo de nuestras sociedades. Este reconocimiento se apoya en la consideración de que la dimensión cultural es una manifestación definitoria de la condición humana (...) En ese sentido, la afirmación de la cultura como un elemento definitorio de lo humano y como factor de desarrollo de nuestras sociedades, conlleva su conceptualización como un bien social (Brunner, 1987), al cual todos los miembros de la sociedad tenemos derecho en términos de acceso.” (CNCA, 2011, p.14)

La cita anterior nos enfrenta a un doble escenario, donde por un lado el gobierno nos señala que la cultura se encuentra posicionada en altos niveles de importancia, pero por otro observamos acciones que a nuestro juicio resultan negativas en cuanto a su desarrollo y acceso. Un ejemplo puede encontrarse en los cambios sufridos por el tradicional “Carnaval Cultural de Valparaíso” que se realizó entre el año 2001 y 2010, y que desde el año 2011 pasó a llamarse “Festival de las Artes Valparaíso”.

El ya extinto Carnaval Cultural de Valparaíso, se caracterizaba por ser alusivo y temático a alguna ciudad del extranjero y por contar con eventos que atraían a públicos masivos, tales como los pasacalles y espectáculos musicales de artistas destacados. Los elementos anteriormente mencionados son la pérdida que sufrió el antiguo Carnaval Cultural de Valparaíso en su reestructuración a “Festival de las Artes Valparaíso”.

Creemos necesario puntualizar esta inconsistencia entre hechos y discurso; pues, por una parte se aleja a la ciudadanía de la participación cultural y por otra, se apela a ella en los documentos revisados previamente.

Lo expuesto anteriormente constituye una reseña de cómo fue abordado el desarrollo de la cultura en Chile desde el plano gubernamental a partir del término de la dictadura militar y del apagón cultural sufrido; además de señalar algunas luces sobre la visión actual que se ha posicionado a nivel nacional e iberoamericano en material cultural.

Las políticas públicas<sup>7</sup> responden a contextos y necesidades específicas y como parte de ellas, las políticas culturales no son la excepción; teniendo en cuenta que en estos años estuvieron orientadas a la constitución de una sociedad más tolerante, al apoyo a la creación y difusión de los artistas, a ampliar el acceso a los bienes y servicios culturales de la población y la inclusión de esta a través de la participación. Es importante preguntarnos cuáles serán las políticas públicas en materia cultural de aquí a las próximas décadas, sobre todo considerando que el mundo que conocíamos conformado por estados nacionales se encuentra en un proceso de cambio, primando actualmente una sociedad mundial interconectada, con “nuevas relaciones de poder y competitividad, unos conflictos y entrecruzamientos entre, por una parte, unidades del mismo estado nacional y, por la otra, actores, identidades, espacios, situaciones y procesos sociales transnacionales” (Beck, 1998, p. 43)

En este contexto de cambio e incertidumbre, desde hace unas décadas se ha ido consolidando un método que nos permite obtener información necesaria y relevante que entre otras cosas es de utilidad para orientar los recursos del Estado hacia una mayor integración de todos los grupos sociales en cuanto al goce y participación de bienes, servicios y actividades culturales; ese método son los estudios de audiencia.

Anteriormente, en la revisión de las políticas culturales y su relación con la democracia y la participación, mencionamos tangencialmente la “generación de audiencias”, sin haber dejado en claro lo que estas significaban ni cuáles son sus alcances. Trataremos de abordar a continuación dicha problemática, pues la presente investigación pretende enmarcarse dentro de los estudios culturales en la forma de un estudio de audiencia.

Para proseguir en nuestra línea investigativa, es necesario que definamos lo que está en disputa en el campo de las audiencias y qué son los estudios de audiencias:

---

<sup>7</sup> Política pública definida como el conjunto de lineamientos y formulaciones racionales y prácticas que incluyen propósitos – objetivos de corto-, finalidades – objetivos de mediano y largo plazo- y estrategias para lograr concretizarlos en una realidad social (Castro y Evangelista, 1998).

Entre las audiencias (relación medios-audiencias) se concibe como una arena de disputa de poder. Así, el Estudio de Audiencias se convierte en una plataforma de investigación de los procesos culturales de las sociedades massmediatizadas, donde el encuentro entre medios, textos y audiencias, se demuestra uno de los terrenos mejor preparados y de mayor fertilidad para la comprensión de la estructuración de la vida cotidiana, de la interrelación constitutiva entre los procesos micro y macrosociales que allí se encuentran. (Repoll, 2002, pp. 101-102)

La definición anterior nos otorga cierta claridad al respecto, pero en aras de la claridad del concepto abordado en la cita, hay que añadir que el término “massmediatizado” se refiere en una primera instancia a “un fenómeno relacionado con la instantaneidad y simultaneidad en los contenidos de los mensajes, imponiéndose el predominio de la imagen, la fragmentariedad, el alto impacto y la deshistorización” (Martín-Barbero, 1998, p. 50). Será en el marco teórico de esta investigación donde profundizaremos si la definición anterior se aplica al caso de la sociedad chilena o sectores de ella.

Como pudimos apreciar, los estudios de audiencia se constituyen en un instrumento de investigación de los procesos culturales de las sociedades massmediatizadas, permitiendo una variedad de aplicaciones que van desde estudios de mercados, construcción de políticas públicas y generación de conocimiento que sea crítico de los procesos culturales que se están llevando a cabo en una determinada sociedad.

En la actualidad, existen varias empresas consultoras que se dedican a la realización de estudios de audiencias con fines comerciales, algunas de ellas publican sus investigaciones en sitios web<sup>8</sup>, permitiéndonos a los interesados en la materia conocer sus metodologías. Revisando los resultados de sus trabajos, se puede destacar a simple vista la funcionalidad con que resuelven algunas de las

---

<sup>8</sup> Uno de los sitios web donde se pueden encontrar estudios de audiencias acotados a fines comerciales es: [www.audiencia.org](http://www.audiencia.org).

interrogantes fundamentales de los medios de comunicación, me refiero a conocer la audiencia que poseen y cómo está configurada. Cabe señalar que para esta investigación consideramos a las audiencias bajo el tratamiento que da a este concepto Jerónimo Luis Repoll:

“Todos somos y formamos parte de múltiples audiencias. Ahora bien, no sólo somos audiencias, ésta es una más de las facetas que constituyen nuestra identidad. Es por ello que este *ser audiencia* no se corresponde con la *audiencia investigada*. Estas, en cualquier caso, “...son en parte el resultado de las preguntas y de las estrategias de la investigación que las constituye” (Barker y Beezer, 1994: 18). (Repoll, 2002)”

Es así como consideramos que todos quienes nos relacionamos con distintas expresiones artísticas y/o medios de comunicación, formamos parte de diferentes audiencias y que estas pueden configurarse según el interés de quien realiza la investigación.

Declarado el interés de querer hacer de esta tesis un estudio de audiencia es que damos paso a exponer el contexto y motivaciones por las cuales se desarrolla.

Últimamente se han realizado una cantidad muy importante de espectáculos en el país que han contado con una numerosa asistencia, la evidencia es que según el CNCA más de 2 millones de personas en Chile asistieron a espectáculos en vivo durante el año 2008 (CNCA, 2009); respecto a esto, cabe señalar que la mayoría de estos espectáculos se realizan en las principales ciudades del país como Santiago y Valparaíso. Este antecedente nos permite visualizar cómo las audiencias han respondido a los estímulos de la oferta cultural estatal tanto en la región metropolitana y capitales regionales, pero al mismo tiempo nos invita a cuestionarnos cómo es la relación entre la audiencia y la oferta cultural en ciudades más pequeñas.

Una de estas ciudades pequeñas y que ha sido escogida para la realización del presente estudio es La Calera, comuna ubicada a 75 kms. al norte de Valparaíso y que cuenta con una población de 54.000 habitantes. Se posiciona como la segunda más poblada de la Provincia de Quillota, siendo al mismo tiempo la de mayor densidad por contar con un territorio más pequeño que el de las comunas aledañas. La Calera puede ser considerada una ciudad de tipo intermedia en el país, por su función comercial y ubicación geográfica dentro del territorio local y nacional.

La decisión de realizar la investigación en esta ciudad y conocer cómo se configura su población en términos de audiencia, tiene que ver con una serie de factores que a continuación damos a conocer: En primer lugar, y como señalamos anteriormente es necesario saber cómo se configuran las audiencias en una ciudad intermedia, la cual se encuentra a trasmano de los grandes espectáculos culturales, pero que tampoco se encuentra tan alejada de las grandes ciudades. Segundo, la investigación cobra más importancia en este espacio temporal, pues La Calera es parte del Programa de Centros Culturales del CNCA, que tiene como meta dotar a cada comuna con más de 50.000 habitantes con un Centro Cultural con altos estándares de calidad. Cabe señalar que el proyecto para La Calera ya se encuentra aprobado y que resta su construcción, la que se estima esté acabada para el año 2013. Finalmente, tiene que ver con que resulta motivante para el investigador trabajar en este proyecto, pues es donde ha vivido la mayor parte de su vida.

En consideración a todo lo que hemos expresado sobre la cultura y la importancia de esta para el desarrollo de los seres humanos y las sociedades, es que creemos pertinente aprovechar la construcción del Centro Cultural de La Calera, para realizar un estudio de audiencia en su población. Resulta útil y necesario para todos los actores sociales interesados en el desarrollo de la cultura contar con esta información, por un lado las autoridades, por otro las organizaciones sociales de distinta índole, los artistas y comunidad académica.

Si bien, la información que surja de este estudio puede ser utilizada de forma independiente y para la conveniencia de distintos grupos interesados en la materia, la intención y utilidad fundamental de la caracterización de la audiencia calerana, es colaborar con la funcionalidad del Centro Cultural que se encuentra en construcción. Realizando esta caracterización, se obtendrá una información que actualmente no existe y que puede ser utilizada para mejorar el desarrollo cultural de la comuna y en extensión a todos los sectores que se encuentran en directa relación. En cuanto al Centro Cultural como tal, le permitirá buscar el equilibrio entre la orientación al cliente y la orientación al producto, como lo planteara Manuel Cuadrado García:

“La orientación al producto es sencillamente considerar que la obra cultural no necesita ninguna medida de gestión – y cuando hablo de medidas de gestión me refiero a promoción, estrategias de precio, etc.,- pues se considera que la obra es el todo y no hay que hacer absolutamente nada más. La orientación al cliente es, en definitiva, considerar que el producto debe crearse a partir de lo que el público necesite, a partir de las necesidades de la audiencia con el objetivo de satisfacer mejor sus necesidades. Pues, ni orientación al producto ni orientación al cliente, lo que propongo es un equilibrio entre ambas. Este planteamiento debe ser aplicable o debe ser aplicado tanto para entidades públicas como entidades privadas...” (Cuadrado García, 2005, p. 196)

La idea de que el Centro Cultural de la ciudad busque el equilibrio en la orientación cliente – producto, es que este cuente con un nivel de funcionalidad apropiado, donde por una parte se asegure una cuota de satisfacción de las necesidades de la audiencia, y que además los artistas locales y foráneos puedan realizar sus propuestas artísticas, aun cuando puedan estar fuera de las pretensiones de la audiencia. De esta forma, no solo se aseguraría asistencia a las expresiones artísticas “requeridas”, sino que además se contribuiría a fomentar la creación de nuevas audiencias, permitiendo a los artistas promover sus obras. Esto facilitará una

funcionalidad óptima al Centro Cultural, que sin un estudio de audiencia sería difícil de conseguir.

Con el propósito de conocer el acontecer cultural en La Calera y considerando la falta de datos puntuales y específicos, es que hemos generado indicadores que nos permitan observar la cantidad de manifestaciones artísticas en la ciudad, independientemente de que sean de carácter gratuito o no. Estos son, por una parte, la revisión de los periódicos locales con el motivo de encontrar noticias que informen sobre la realización de algún evento artístico; y por otra, la revisión de sitios web de organismos relacionados con el desarrollo local de la cultura, que serían los de la Ilustre Municipalidad de La Calera<sup>9</sup> y de la Corporación Cultural de La Calera<sup>10</sup>.

El seguimiento de los medios antes descritos se realizó durante la segunda mitad de diciembre de 2011 y la primera mitad de enero de 2012, la información recabada ha sido resumida en el siguiente cuadro:

Medio	Eventos	Información adicional
<b>Semanario impacto</b>	7	En su mayoría eventos de pequeñas organizaciones.
<b>Diario el observador (publicación bisemanal)</b>	9	En su mayoría eventos de pequeñas organizaciones.
<b>www.lacalera.cl</b>	1	Presentación del libro: “El ombligo del cielo” de Rafael Courtusie. Ambientado en La Calera.
<b>www.corporaciónlacalera.cl</b>	0	Toda la información desactualizada.

Tabla 1 (*Elaboración propia*)

Los datos observados en el cuadro anterior nos permiten constatar la presencia de actividades culturales en el transcurrir semanal de la ciudad. Sin embargo, esta se encuentra reducida a eventos de círculos pequeños, como adultos mayores y otras organizaciones sociales. Otra de las cosas que observamos es la desactualización del sitio web de la Corporación Cultural de La Calera, y la ausencia de una “Agenda Cultural” y/o “Cartelera de eventos” en los dos sitios web revisados. Ante estos

<sup>9</sup> www.lacalera.cl

<sup>10</sup> www.corporacionlacalera.cl

hechos, es que nos aventuramos a plantear una carestía de actividades artísticas y culturales en la ciudad, lo que sin duda constituye un hecho que influirá de forma negativa en los consumos culturales de los ciudadanos de La Calera. Pero este no es el único factor negativo que podemos evidenciar, ya que junto a lo anterior debemos considerar el elevado nivel de pobreza de La Calera, alcanzando una población total pobre de un 17,2%, cifra superior casi en 1 punto al 16,26% de población total pobre a nivel nacional (Casen, 2009). A este hecho de pobreza que vive la ciudad, debemos agregar la realidad que vive el país en términos de desigualdad, pues Chile tiene un coeficiente de Gini de 0,5, situación que lo convierte en el país con mayor desigualdad entre los países de la Organización para Cooperación y Desarrollo Económico<sup>11</sup> (OCDE, 2011).

Esta situación nos invita a reflexionar sobre las desigualdades en el ingreso económico y su reproducción en otras esferas de la vida. A continuación el planteamiento de Peters al respecto:

“el ingreso es una de las variables más relevantes para acceder a cualquier tipo de bien y servicio, por lo que podríamos esperar que un país que presente altas desigualdades en el ingreso replique, por tanto, altas desigualdades en el acceso a los bienes y servicios culturales, como también en la frecuencia de consumo” (Peters, 2010, p. 119).

Evidenciados los problemas de información y de pobreza que afectan al desarrollo de la cultura en La Calera, es que damos paso a detallar sus implicancias: En primer lugar, debemos tener presente que el acceso a la cultura es un derecho garantizado en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (ONU, 1976) y en ese sentido los gobiernos post-dictadura han asumido dicha responsabilidad y lo han hecho parte de sus programas políticos. En segundo lugar, debemos reconocer que el acceso a la cultura constituido como derecho para

---

<sup>11</sup> En adelante OCDE.

todo ciudadano, implica el uso de recursos del Estado y como sabemos los recursos a toda escala de administración pública son limitados. Es por eso que ante la interrogante de cómo conjugar el derecho a la cultura y los recursos limitados que disponen las administraciones, es que ha surgido una herramienta que nos permite visualizar “mínimos o pisos”, de consumo cultural que servirían para estandarizar el acceso a este derecho. Esta herramienta es la creación de una Canasta Básica de Consumo Cultural<sup>12</sup>, la cual definimos a continuación:

“La CBCC se plantea como una innovadora propuesta que no sólo mediría las lógicas de consumo cultural en cada país, es antes que nada, una herramienta de exigibilidad para acceder a la cultura, lo cual contribuiría a la creación de sociedades más equitativas, democráticas y reflexivas” (Peters, 2010, p. 113).

Como podemos apreciar, se están creando herramientas importantes para poder colaborar en el alcance de una justiciabilidad en el acceso al derecho de la cultura. Sin embargo, el levantamiento de información se constituye como condición sine qua non para su aplicación.

Hasta el momento hemos podido consignar lo indispensable que significa contar con información detallada sobre el ámbito cultural para poder impulsar su desarrollo. Es por ello que su ausencia se transforma en un problema al momento de querer realizar iniciativas como una CBCC, pues para realizarla habría que contar previamente con los resultados de una encuesta de consumo cultural, ya que la realización de la canasta opera “estableciendo mínimos según las propias lógicas de consumo cultural de los habitantes de un país, por medio de un criterio estadístico que privilegie un estándar dinámico de exigibilidad de mínimos” (Peters, 2010, p. 118).

Es por eso que las condiciones resultan propicias para la realización de un estudio de audiencias, pues como dijimos anteriormente, puede potenciar el

---

<sup>12</sup> En adelante CBCC.

funcionamiento y desarrollo del futuro Centro Cultural de La Calera, además de sentar las bases para posibles encuestas de consumo cultural que permitiría comparar sus resultados con los de una CBCC nacional o regional.

Queda por señalar que la realización de este estudio de audiencias será aplicado en jóvenes, pues poseen un mayor dinamismo cultural y tienen una mayor disposición a la justiciabilidad en el derecho a la cultura, tal como podemos observar en los siguientes gráficos:

**ASISTENCIA A EVENTOS**  
Según sexo, tramo de edad y nivel socioeconómico (%)

	ARTES VISUALES	TEATRO	DANZA	CONCIERTOS	CINE
HOMBRE	22,6	17,7	22,2	31,1	36,8
MUJER	21,9	19,5	24,7	27,7	33
15-29	30,6	24,4	27,5	47,3	53,6
30-44	19,8	17,7	24,7	27,4	33,6
45-59	17,1	14,6	20,8	17,2	22,5
60 Y MÁS	16	13,9	16,8	12,4	15,5
ABC1	47,9	39,2	31,3	44,0	72,7
C2	26,6	22,9	23,1	30,0	38,9
C3	18,7	17,4	24,2	30,8	32,9
D	10,3	7,3	20,9	22,4	17,2
E	4,9	3,2	13,3	13,0	5,4

Gráfico 2 (CNCA, 2009b p. 28)

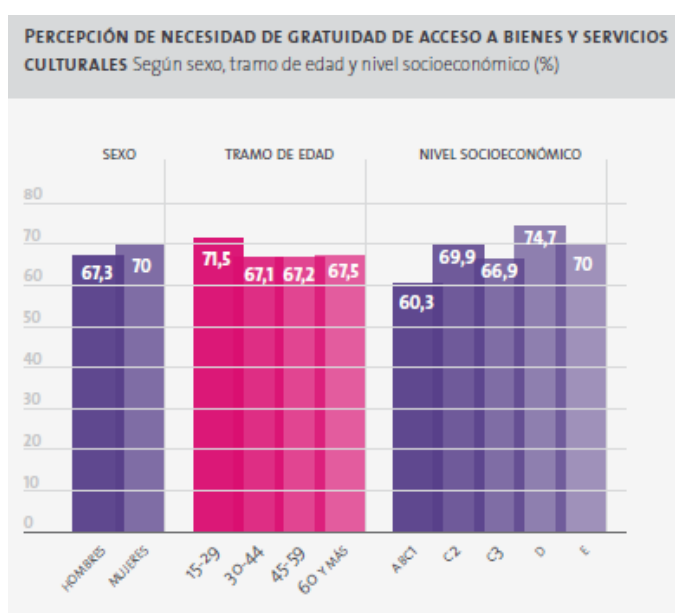


Gráfico 3 (CNCA, 2009b p. 204)

Como hemos podido apreciar, son los jóvenes quienes más asisten y participan de los espectáculos artísticos culturales y quienes más plantean la necesidad de

gratuidad en el acceso a bienes y servicios culturales. Estos hechos se constituyen como un factor importante al momento de decidir el segmento al cual aplicar el estudio de audiencias, pues consideramos que son condiciones ideales para la recolección de datos.

Con respecto a lo señalado y para dar respuesta a las interrogantes anteriormente expuestas, hemos establecido la siguiente pregunta de investigación que guiará nuestro trabajo:

***¿Cómo se caracterizan las demandas y expectativas de bienes y servicios culturales en los jóvenes de enseñanza media de La Calera?***

## **1.2 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General:**

- Caracterizar las demandas y expectativas de bienes y servicios culturales de jóvenes de enseñanza media de La Calera.

### **1.2.2 Objetivos Específicos:**

- Diseñar un estudio de audiencias para investigar las demandas y expectativas de bienes y servicios culturales de los jóvenes de enseñanza media de La Calera.
- Aplicar un estudio de audiencias en los jóvenes de enseñanza media de La Calera.
- Describir el consumo y acceso a bienes y servicios culturales de los jóvenes de enseñanza media de La Calera.
- Comparar la demanda y expectativas de bienes y servicios culturales entre los estratos Municipal y Particular Subvencionado.
- Relacionar la demanda y expectativas de bienes y servicios culturales con el capital cultural de los jóvenes de enseñanza media de La Calera.

## **1.3 Importancia de la investigación**

### **1.3.1 Relevancia Práctica**

La presente investigación ha sido pensada y planificada de forma tal, que sus resultados entreguen una información útil y específica para prever posibles dificultades que puedan ocurrir en el Centro Cultural de La Calera, el cual debería iniciar su construcción en el presente año.

Una de las dificultades más frecuentes en este tipo de instituciones, es la renuencia a participar de las actividades que se desarrollan, asimismo y como hemos explicado anteriormente, la información que esta investigación arroje, permitirá caracterizar los intereses de los jóvenes de la ciudad, facilitando información para garantizar un mínimo de asistencia a las actividades que se realicen y de esta forma generar nuevas audiencias y fortalecer las existentes.

En cuanto a la información propiamente tal, es necesario destacar que en sí misma posee un gran valor, pues en la actualidad se hace cada vez más necesario contar con datos estadísticos sobre cultura, que pueden ser usados por distintos investigadores para medir y comparar el desarrollo de la cultura entre ciudades específicas y/o también a distintas escalas (local, regional o nacional).

Por otra parte conocer la realidad que enfrenta la cultura en los jóvenes de La Calera, puede ser clave en el aspecto económico, pues sabemos que la cultura ocupa un lugar en el mercado que constantemente va incrementando su presencia, y donde el consumo se realiza tanto de manera material como simbólica.

### 1.3.2 Relevancia Teórica

El desarrollo de la investigación trata la información recolectada con el afán de proveer un piso teórico para el entendimiento del campo “sociología de la cultura” y de los estudios de audiencia; en ese propósito, la propuesta que realizamos tiene su relevancia teórica en el tratado, ordenamiento y discusión de conceptos que nos permitan acercar los estudios de audiencia al caso de los centros culturales. Esto último resulta fundamental, pues aún no existe claridad sobre esta temática, muestra de aquello es el concepto “audiencia” que aún se encuentra en construcción al igual que sus alcances. En rigor, este tipo de estudios están abocados a medios de comunicación como la radio y la televisión. Sin embargo, desde la institucionalidad gubernamental se ha acuñado el uso de “estudio de audiencia”, para las investigaciones referentes a centros culturales. Por nuestra parte, acogemos esta práctica en función de que consideramos a los centros culturales como un “medio”, el cual dependiendo de la gestión que tenga y las actividades que allí se desarrollen tendrá una mayor o menor audiencia.

El aporte teórico que entregamos se materializa en la perspectiva sociológica con que tratamos la problemática, situación que aunque pueda parecer obvia, resultó tener un alto grado de complejidad, sobre todo por la gran cantidad de literatura trabajada proveniente de las ciencias de la comunicación, lo que sin duda enriquece y provee de más herramientas en el quehacer sociológico. También debemos agregar que la inclusión de la teoría bourdiana, otorga mayor solidez a los análisis y conclusiones que se realizan en la presente investigación.

Siendo un problema la poca información específica sobre estudios de audiencia en centros culturales, destacamos que se convirtió en una oportunidad para la construcción de un piso teórico desde el cual abordar esta temática, lo que recalcamos como nuestra relevancia teórica.

### **1.3.3 Relevancia Metodológica**

El área de los estudios de audiencia y encuestas de consumo cultural de tipo cuantitativo, ha puesto el enfoque (legítimamente) en realizar mediciones de consumo cultural tanto a nivel nacional como en grandes ciudades de nuestro país. Sin duda, nuestra metodología e instrumento de medición se encuentran basados en las grandes investigaciones nacionales, pero han sido construidos teniendo en cuenta un objeto de estudio con características particulares.

De esta forma, nuestra investigación viene a constituir una alternativa de medición para poblaciones de menor tamaño y de características específicas; al mismo tiempo que mantiene la posibilidad de realizar comparaciones con estudios, que como señalamos anteriormente, tienen un alcance nacional y/o regional.

Otra de las relevancias en el plano de lo metodológico, es el tipo de muestreo construido, ya que dada las características bajo las cuales fue aplicado, consideramos que este podrá ser replicado en otros estudios que no necesariamente tengan que ver con los estudios culturales o de audiencia, pero sí que tengan que obtener una muestra en tipos de poblaciones similares.

## 2. MARCO TEÓRICO

Es sabido que el estudio de la cultura es un área de conocimiento amplia, donde distintas ciencias y/o disciplinas se agrupan en torno a ella para estudiarla según la faceta en que se relacionan. Es complejo además por el mismo concepto con el que nos relacionamos, pues como hemos señalado anteriormente la cultura en su faceta sociológica y/o antropológica contempla todo lo que respecta al ser humano. Es por esta razón que debemos diferenciar el aspecto de la cultura que estudiaremos en esta investigación de otros que podrían confundirnos. Además debemos señalar que reconocemos el aporte y la importancia que se han realizado desde ciencias o disciplinas diferentes a la sociología, lo cual no significa que perdamos o divaguemos en el rumbo de la investigación, sino que nos permita entender de una forma más rica los procesos y fenómenos sociales, manteniendo siempre nuestra perspectiva sociológica.

### 2.1 Cultura

Raymond Williams (1994) en Sociología de la Cultura, se refiere al proceso de conformación en el tiempo del concepto de cultura, a través de distintas investigaciones y usos que se le dio. Señala que desde el siglo XVIII, especialmente en alemán y en inglés, la cultura acaba por designar una configuración o generalización del “espíritu” que conformaba “todo un modo de vida” de un pueblo en particular (Williams, 1994).

Posteriormente se distinguirán una gama de significados que van desde:

- 1) *“Un estado desarrollado de la mente, como en el caso de “una persona con cultura”, “una persona culta”;* hasta
- 2) *los procesos de este desarrollo, como es el caso de los “intereses culturales” y las “actividades culturales”;* y

- 3) Los medios de estos procesos, como “las artes” y “las obras humanas intelectuales” en la cultura” (Williams, 1994, p. 11).

La complejidad del concepto es abordado considerando la convergencia de intereses investigativos, resaltando principalmente dos y que detallamos en el siguiente cuadro explicativo:

Tipo de convergencia	Clasificación	Características
<b>Espíritu conformador</b>	<b>Idealista:</b> La cultura influye hegemoníicamente desde lo general a lo particular, aquí el método implica una ilustración y clasificación del “espíritu conformador” como historias nacionales, de estilos artísticos y valores culturales de un pueblo.	Espíritu conformador de un modo de vida global que se manifiesta en toda la gama de actividades sociales, más evidente en las actividades artísticas, lenguaje y trabajo intelectual.
<b>Orden social global</b>	<b>Materialista:</b> Plantea que las actividades sociales moldean la cultura. Ejemplos de estas actividades sociales serían el trabajo y la economía, entre otros.	Orden social global dentro del cual una cultura especificable, por sus estilos artísticos y sus formas de trabajo intelectual que se considera como el producto directo o indirecto de un orden fundamentalmente constituido por otras actividades sociales

Tabla 2 (Elaboración propia)

## 2.2 Industria Cultural

Al momento de comprender el significado de “industrias culturales”, lo primero que llama la atención es que estamos tratando con un concepto compuesto, en el que sus componentes gozan con anterioridad de una alta complejidad a la hora de su definición.

Sobre el componente cultura ya nos hemos referido en extenso, y sobre el componente “industria” debemos señalar que estas surgen como producto del proceso histórico de la revolución industrial que tuvo lugar en parte de Europa,

principalmente en Inglaterra entre los siglos XVIII y XIX, caracterizándose por incluir máquinas que tecnificaron la producción. Habiendo considerado provechoso traer a colación el surgimiento de las industrias es que cobra sentido conocer su relación con la cultura y como se da paso al concepto unificado de “industria cultural”.

Martín-Barbero (1991) en un apartado de su obra “De los medios a las mediaciones” (industria cultural: capitalismo y legitimación) se refiere al pensamiento de Theodor Adorno, Max Horkheimer y Walter Benjamín. A los dos primeros autores mencionados y pertenecientes a la Escuela de Frankfurt se les atribuye el origen del término “industria cultural”, el cual es producto de una larga reflexión que se inicia a partir del sofisma de un caos cultural presente en la sociedad y de un sistema que produce la aparente dispersión. (Martín-Barbero, 1991) En su reflexión, Martín-Barbero esclarece las diferencias que tenían Benjamín y Adorno sobre las industrias culturales, los medios de comunicación y la masa.

Entre las diferencias más notables se encuentra lo que Horkheimer y Adorno llamaron “unidad de sistema” que surgió a partir de un análisis de la lógica de la industria, donde se pueden apreciar 2 dispositivos que funcionan en la cultura: el primero, tiene que ver con la introducción de la producción en serie en la cultura, perdiendo aquello que distinguía y diferenciaba a las obras dentro del sistema social, y el segundo, “la imbricación entre producción de cosas y producción de necesidades en tal forma que “la fuerza de la industria cultural reside en la unidad con la necesidad producida”” (Martín-Barbero, 1991, p. 50), que de forma más sencilla y llevado al plano de lo político significa que las diferencias también pueden ser producidas por el mismo sistema. Al respecto Martín-Barbero nos señala que existirá “un pesimismo cultural que llevará a cargar la unidad del sistema a la cuenta de “la racionalidad técnica”, lo que no es sino un modo de uso histórico” (Martín Barbero, 1991, p. 51).

Por su parte Walter Benjamin (Alfaro, 1987) también reconoce que la producción en serie está destinada a las grandes masas de consumidores y a partir de aquello

es que considera más importante centrar el foco en la experiencia de las masas para poder entender lo que pasa culturalmente en ellas, en vez de centrarse solo en las técnicas de reproducción.

Los críticos de Benjamin tenían la convicción de que el capital era omnipotente y solo podían ver en las tecnologías de los medios de comunicación un instrumento fatal de la alienación totalitaria (Martín-Barbero, 1991). Benjamin por el contrario cree que ““el sentido no es algo que se acrecienta como el valor”, no es producido aunque sí transformado, pues depende del proceso de producción” (Alfaro, 1987, p.110). Apelando nuevamente a la experiencia social, es que plantea que esta puede tener dos caras, por un lado “un oscurecimiento, empobrecimiento profundo, y al mismo tiempo no perder su capacidad de crítica y de creatividad” (Martín-Barbero, 1991, p. 62), en palabras de Martín-Barbero “supo desplazarse a tiempo de una experiencia burguesa que había dejado de ser la única configuradora de la realidad (Ibídem, p. 62). Este desplazamiento tuvo como consecuencia una nueva perspectiva de investigación sobre las industrias culturales, tal como nos señala a continuación Martín-Barbero:

“Un desplazamiento que fue a la vez político y metodológico permitió a Benjamin ser pionero de la concepción que desde mediados de los años setenta nos está posibilitando desbloquear el análisis y la intervención sobre la industria cultural: el descubrimiento de esa experiencia otra que desde el oprimido configura luchas...”(Ibídem, p 63).

Para que las diferencias sean más evidentes, hay que agregar que para Adorno (Villegas, 2004), se produce una desublimación del arte, debido a que las técnicas de reproducción han quitado ese “extrañamiento”, ya que las obras han sido rebajadas a simples objetos de comercio. Al contrario y como hemos señalado en Benjamín, la clave no está en la obra como sucede en la alta cultura, sino en el uso que las masas le dan.

A propósito del “extrañamiento” que menciona Adorno, Benjamín utiliza el concepto “aura” para definir “la formulación del valor cultural de la obra artística en categorías de percepción espacial-temporal” (Villegas, 2004), que de forma más sencilla, es el carácter único de la obra en su contexto. Plantea además que las condiciones de las técnicas de reproducción y la presencia de una conciencia de arte masivo en el arte, no implican la desublimación que plantea Adorno, sino una atrofia en el aura.

Con la necesaria contextualización que hemos realizado, y bajo la visión de Néstor García Canclini es que concebimos a las Industrias Culturales como “el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento, y el acceso creciente de las mayorías” (García Canclini, 2002, p.1), esta definición puede complementarse con la de Ramón Zallo que define a las Industrias Culturales de la siguiente manera:

“un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de bienes y mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social” (Zallo, 1988, p. 26).

Hemos optado por complementar la definición de García Canclini, con la de Zallo, pues existen elementos comunes que se profundizan al sobreponer estas definiciones, y desde donde podemos definir tres elementos comunes que consideramos fundamentales en las Industrias Culturales y que señalamos a continuación:

- 1) Las actividades de producción masiva y comercialización de bienes culturales con contenidos simbólicos.

- 2) Los contenidos son puestos en el mercado y dirigidos a las masas consumidoras.
- 3) Que los mensajes y contenidos de los productos culturales son portadores de una función de reproducción ideológica y social.

Cabe decir que consideramos que la función de reproducción ideológica a la que se hace mención, no se contradice con la presencia de la capacidad crítica y de creatividad que nos planteó Benjamin sobre las masas.

A partir de lo señalado anteriormente, creemos necesario profundizar en el concepto de Industrias Culturales, para lo cual revisaremos lo que señala Martín Hopenhayn al respecto, citado por García Canclini:

“Como escribió Martín Hopenhayn, las industrias culturales implican muchas dimensiones de la vida social: “las grandes inversiones editoriales, los programas culturales en la televisión abierta, las redes de lectores en Internet, las transmisiones no comerciales en radios comunitarias, la proliferación de revistas especializadas en las más variadas artes y tendencias, y otras tantas combinaciones en un universo de circulación cada vez más versátil.” (García Canclini, 2002, p. 13)

Se hace evidente que las industrias culturales están presentes en diferentes aspectos de la vida social, para poder delimitar su alcance utilizaremos como guía la ENPCC, realizada por el CNCA, publicada en 2011. Esta encuesta nos permitirá validar nuestras mediciones, ya que es un instrumento oficial del estado, además de ser muy completa en las dimensiones analizadas.

### 2.3 Consumo Cultural

Ante este concepto compuesto debemos preguntarnos lo siguiente: ¿los consumos culturales responden a problemáticas específicas respecto a otros “consumos”? Esta pregunta no es nueva y fue formulada anteriormente por García Canclini en su artículo “El consumo cultural: una propuesta teórica” (Sunkel, 2002). Al respecto, el autor nos señala que existe una “parcial independencia alcanzada por los campos artísticos y culturales durante la modernidad (...) y que “los bienes culturales poseen además un valor simbólico que predomina sobre su valor de uso y cambio” (Ibídem, p. 290).

Constatando estas diferencias es que García Canclini define el consumo cultural como: “El conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (García Canclini, 1999, p. 42).

Otro investigador que define consumo cultural, es Martín-Barbero, de quien Guillermo Sunkel en su texto “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”, nos señala que su definición está íntimamente ligada a la de García Canclini. Como a continuación podemos apreciar:

“el consumo cultural no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de objetos, pues pasa aún más decisivamente por los *usos* que les dan forma social y en los que inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales” (Martín Barbero, 1987, p. 231).

Para Sunkel, el trabajo de García Canclini y Martín-Barbero ha hecho posible lograr una “aproximación desde la cual el consumo pasa a ser pensado como un espacio clave para la comprensión de los procesos sociales” (Sunkel, 2002, p. 293).

Hay que agregar que en el análisis de Martín-Barbero no hay implícita una sobreestimación de la libertad del consumidor, pues por el contrario, sus prácticas se encuentran dentro de un sistema hegemónico, que busca “burlar” el orden establecido, donde con mucha astucia el consumo en los sectores populares se apropian y re-significan el orden dominante (Ibídem, 2002).

Por su parte, el CNCA en la ENPCC señala que:

“el consumo cultural se entiende como la apropiación de bienes y servicios simbólicos y creativos, en especial con los que dice relación con los sistemas especializados de arte, que implican formas de acceso, apropiación y uso de gran riqueza y complejidad simbólica” (Catalán, 2005)

Esta última definición es la síntesis de las reflexiones anteriores, pues deja manifiesto que los bienes y servicios culturales apropiados poseen un valor más allá del uso, el cual es simbólico. Esto nos permitirá entender las disposiciones detrás del porqué de las distinciones en la demanda y expectativa cultural.

#### **2.4 Cultura de masas – Sociedades massmediatizadas**

Con la revolución industrial y la migración del campo a la ciudad<sup>13</sup> se produjo el surgimiento de una cultura popular urbana, enmarcada dentro de un aumento de los índices de alfabetización y mayor consumo de bienes y servicios. A medida que crecían las ciudades y se producían innovaciones técnicas, surgirían nuevas necesidades que en el marco de una sociedad industrializada donde el tiempo de trabajo en la fábrica y los momentos de descanso fuera de ella marcarán una rutina. El trabajo asalariado y la vida en familia, acercaran poco a poco la separación entre una esfera pública y un espacio privado, Este será el contexto del surgimiento de la

---

<sup>13</sup> Hacemos referencia al contexto europeo, pues si bien hubo migración campo-ciudad en Chile y varias ciudades de América Latina, no en todos los países se llevó a cabo un proceso de industrialización.

cultura de masas. (Repoll, 2008). Contexto en el cual, se generan las condiciones para la producción en masa y estandarizada tanto en las industrias tradicionales como en las industrias culturales.

En relación a las Sociedades Massmediatizadas, ya nos hemos referido a ellas en esta investigación como “un fenómeno relacionado con la instantaneidad y simultaneidad en los contenidos de los mensajes, imponiéndose el predominio de la imagen, la fragmentariedad, el alto impacto y la deshistorización” (Martín-Barbero, 1998, p. 50). Para profundizar en esta materia debemos comenzar por señalar que esta deshistorización se origina con la contemporaneidad que producen los medios, al debilitamiento del pasado y su encuentro descontextualizado, además de una ausencia de futuro instalando un presente continuo (Fernández, 2007).

En definitiva a lo que se apela con “sociedad massmediatizada”, es a una sociedad con una alta presencia de medios de comunicación masiva, los cuales implican ciertas consecuencias como las que hemos planteado en el párrafo anterior. Sobre las consecuencias, la investigadora argentina Valeria Fernández Hasan (2007) menciona varias propuestas en el trabajo de Martín-Barbero, a saber:

“de un lado queda el enfriamiento de la política, su desdramatización por desacralización de los principios, destotalización de las ideologías y reducción de la distancia entre programas políticos y experiencias cotidianas de la gente; y de otro, la formalización de la esfera pública: el predominio de la dimensión contractual sobre la capacidad de crear identidad colectiva, con el consiguiente debilitamiento del compromiso moral y los lazos afectivos, la diferenciación y fragmentación del espacio”. (Fernández, 2007, p. 3).

El fenómeno descrito como sociedades massmediatizadas nos es de utilidad para comprender una sociedad con una alta influencia de los medios de comunicación masivos, pero debemos señalar que consideramos que las consecuencias descritas a partir del fenómeno no son totalmente factibles. Sin querer entramparnos en esta materia, pues excede nuestro problema de investigación, es necesario explicar por

qué planteamos esto. Debemos comenzar reconociendo la fuerte presencia e influencia de los medios de comunicación masiva, que no siendo muchos en nuestro país, operan fuertemente. Ante esto, creemos que el término “sociedad massmediatizada” aplica de buena manera. Sin embargo, observamos una diferencia entre las consecuencias descritas que conlleva el fenómeno y que distan de la realidad actual de los movimientos sociales y la potencia que han alcanzado, entre los cuales podemos mencionar el movimiento ciudadano por la educación, y la problemática que suscita en Aysén en dos aristas, por un lado un movimiento ciudadano aysenino que reclama por una mayor integración al país y por otro un movimiento nacional en defensa de la conservación de la Patagonia y en oposición a la instalación de termoeléctricas. Conscientes de que los procesos históricos son reconocibles en el tiempo de estos sucesos, apostamos a que estas consecuencias descritas no son aplicables, por el momento, a este período histórico de nuestro país. Sin embargo, cabe señalar que cobra cada vez más sentido que las audiencias no son pasivas y que son críticas de los contenidos que envían los medios de comunicación.

## **2.5 Audiencias**

En apartados anteriores hicimos mención a la disputa de poder que se concebía en la relación medios-audiencias y la importancia que tenía este hecho social para comprender la estructuración de la vida cotidiana. En un primer momento, podemos definir a las audiencias como un grupo de personas destinatarias de los mensajes de los medios de comunicación. De forma similar lo plantea Amaro La Rosa, cuando señala que “En términos generales los medios de comunicación dirigen sus mensajes hacia la audiencia que está constituida en realidad por una masa” (La Rosa 2011). A modo didáctico este autor presenta un cuadro explicativo sobre las características de los conglomerados humanos, el cual reproducimos a continuación:

## CARACTERÍSTICAS DE DIVERSOS CONGLOMERADOS HUMANOS

CARACTERÍSTICA	GRUPO	PUBLICO	MULTITUD	MASA
GRADO DE INTERACCIÓN	Alto dentro de los límites	Moderado	Alto	Bajo
MOTIVO Y OBJETO DE INTERÉS	Propósito común, identidad, contacto	Tema u opinión presente	Evento presente	Objetos producidos para ser observados
CONTROL/ ORGANIZACIÓN	Alto pero informal	Moderado formal, informal	Bajo y (si hay) externo	Externo manipulativo
NIVEL DE CONCIENCIA	Alto	Variable: De moderado a bajo	Alto pero pasajero	Bajo

Fuente: Mc Quail (1987)

**Tabla 3 (Mc Quail, 1987)**

Más allá de la propuesta de este cuadro, lo que nos interesa y llama la atención es lo que implica el término “conglomerado”, que como sabemos se utiliza para referirse a grupos con integrantes de ciertas características que los hacen más homogéneos entre sí, que con individuos externos al grupo. Lo cual es muy importante para nosotros, pues nos permite hilvanar las características de las audiencias, con lo mencionado anteriormente.

La primera característica que tienen las audiencias es que son activas, en este punto hacemos referencia tanto a la elección, uso de medios y producción del sentido. La segunda y que tiene relación con la referencia que hicimos a los conglomerados, es que las audiencias son y se hacen, ya que las audiencias investigadas son en parte el resultado de las preguntas y estrategias de investigación. Esto implica que bajo ciertos parámetros podemos seleccionar la audiencia que queremos investigar. Por último, la tercera característica que identificamos es que los sujetos pueden formar parte de diversas audiencias (Repoll, 2002). A modo de ejemplo, los sujetos en un determinado momento pueden formar parte de una audiencia televisiva, como un noticiero y en otro de un concierto musical.

Asimismo resulta provechoso señalar que por desarrollo de audiencias comprenderemos el conjunto de decisiones asumidas formalmente para incrementar el número de receptores activos de los mensajes artísticos (Navarro, 2005)

## **2.6 Estudios de Audiencias**

Estudios culturales y estudios de audiencia se encuentran íntimamente relacionados, así al menos queda consignado en el trabajo de Grimson, quien señala lo siguiente:

“los Estudios Culturales no tienen como objeto de investigación la “actividad de la audiencia” como fenómeno aislado y aislable, sino su incorporación en una red de prácticas y relaciones culturales en producción, y su vinculación a estructuras y procesos político sociales. Una investigación de audiencias, desde la perspectiva de los Estudios Culturales, se comprometerá con los procesos estructurales y culturales a través de los cuales las audiencias que estudian son y fueron constituidas (Grimson, 1994, p. 70).

Jerónimo Luis Repoll (2008), recurre a varios autores para poder explicar a su juicio donde se encuentra enmarcada su investigación de audiencias multiculturales, citando primero a Williams (1994), quien señala que “los estudios culturales constituyen una determinada manera de abordar los fenómenos sociales” (Williams, 1994, p.14), idea que Repoll relaciona inmediatamente con lo que señalan Jensen y Rosengren (1997), quienes plantean que “el objeto de las investigaciones sobre las comunicaciones de masa se sitúa fuera de los medios: estos últimos remiten, tanto como sus públicos, a prácticas sociales y más amplias” (Jensen y Rosengren, 1997, p. 341). Estas definiciones fueron abriendo el camino para enmarcar su estudio de audiencia multicultural, al respecto Repoll (2008), propone lo siguiente:

“Apoyados en la definición anterior proponemos la nomenclatura de Estudios Culturales de Audiencia Latinoamericanos como paraguas de un grupo de trabajos, investigadores y perspectivas que, desde México a Chile y con sus particularidades, similitudes y diferencias, alimentan y dan forma a una *formación discursiva* anudada en torno a una serie de principios, preguntas e intereses comunes” (Repoll, 2008, p.159).

## 2.7 Usos y Gratificaciones

Anterior a la teoría de los usos y gratificaciones la mayoría de las teorías de la comunicación señalaban como principal característica de los medios, una capacidad omnipotente de generar opinión y de mantener controlada a la masa. Consolidada en la década de los 60, la teoría de los usos y las gratificaciones, provocó un cambio en el objeto y la pregunta de investigación, pues anteriormente iban dirigidas a los medios de comunicación y los efectos que provocaban en la masa, lo que fue desplazado por el siguiente cuestionamiento: “¿qué hacen las audiencias con los medios? Pregunta que pone el énfasis en las prácticas de consumo más que en la lógica de los efectos” (Repoll, 2008, p. 294).

Este desplazamiento que concibe a las audiencias como activas, hace suponer que “una parte importante del uso de los medios de comunicación de masa está orientado hacia un objetivo” (Valbuena, 1997, p. 443) Valbuena relaciona estos “objetivos” con una necesidad, la que a su juicio, algunos investigadores<sup>14</sup> sobre usos y gratificaciones daban por sentada. Refiriéndose a sus consecuencias de modo ilustrativo señala lo siguiente:

“Así, mucho del consumo de los medios de comunicación de masa puede interpretarse como una respuesta a las necesidades sentidas por el miembro de la audiencia: dadas las disposiciones psicológicas y roles sociales, el televidente, oyente o lector experimenta o espera experimentar alguna forma de satisfacción de

---

<sup>14</sup> Nos referimos a Katz, E., Blumler, J. y Gurevitch, M. (1974).

necesidades a través de su conducta de empleo de los medios” (Katz, Blumler y Gurevitch, 1974, p. 135).

Además considera que “la distancia entre el momento actual-cercano- y el momento futuro-lejano” (Valbuena, 1997, p. 444) se transforma en una necesidad que, “sólo podrá acercar lo lejano si actúa, si opera, si practica. Así es como adquiere todo su sentido gnoseológico el vocablo "Usos" que encabeza la Teoría de UG<sup>15</sup>” (Ibídem, 1974, p. 444).

Respecto a las audiencias activas y a la situación anteriormente descrita, es que Valbuena (1974) señala que lo que opera en la conducta social y que es un supuesto fundamental de los modelos de usos y gratificaciones es “que los miembros de la audiencia tienen percepciones de las gratificaciones disponibles de entre varias alternativas, y de que ellos actúan basándose en estas percepciones” (Palmgreen y Rayburn II, 1985).

Así damos cuenta de la teoría de los usos y las gratificaciones, la cual nos proporciona los siguientes postulados y consecuencias:

- Se deja de poner el foco de la investigación en los considerados “omnipotentes” medios de comunicación masivos. Para investigar que hacen las audiencias con los medios, bajo el nuevo supuesto de que las audiencias son activas.
- El “uso” que se le da a los medios de comunicación y medios en general, se realiza por la existencia de una necesidad, la cual busca ser gratificada por los miembros de la masa que consumen los medios.
- La teoría de los usos y las gratificaciones sienta los precedentes para el surgimiento de la teoría de los medios y las mediaciones.

---

<sup>15</sup> Usos y Gratificaciones.

## 2.8 Medios y Mediaciones

Jesús Martín-Barbero (1991), realiza lo que podría considerarse una profundización de la teoría de los usos y las gratificaciones, desplazando el análisis de los medios a las mediaciones sociales. Para lo anterior, el propósito del investigador es:

“cambiar el lugar de las preguntas, para hacer investigables los procesos de construcción de lo masivo por fuera del chantaje culturalista que los convierte inevitablemente en procesos de degradación cultural. Y para ello investigarlos desde las mediaciones y los sujetos, esto es, desde la articulación entre las prácticas de comunicación y movimientos sociales” (Martín-Barbero, 1987, p. 11).

El autor también señala que no se debe pensar sólo como cultura de masas lo que sucede en los medios de comunicación “sino que hay que entender que la cultura ahí promovida también es un espacio estratégico de la lucha de clases, en otras palabras, ver a los medios no sólo por su lógica comercial sino como parte de la transformación social” (Baca, 2011, p.8). Esto resulta muy importante, pues se puede observar la influencia gramsciana manifestada en la apelación a la transformación social a través de los medios, recordemos que para Gramsci cada cambio en la vida cotidiana es un tambaleo a la hegemonía cultural imperante (Repoll, 2008).

Situar el énfasis en las mediaciones y no en los medios, nos permite entender que las audiencias no toman todo lo que se dice en los medios al pie de la letra, sino que realizan una interpretación de acuerdo a sus propios contextos y puntos de vista, lo que al final de cuentas les da una fuerza de transformación y cambio a su entorno (Baca, 2011).

## **2.9 Conceptos de Pierre Bourdieu**

La construcción teórica de Pierre Bourdieu nos entrega aportaciones muy significativas que nos permiten comprender una serie de disposiciones que tienen que ver con la forma en que el sujeto se relaciona en los campos donde se desenvuelve. Por tanto, se torna necesario tratar ciertos conceptos que nos proporcionarán una forma apropiada de tratar los resultados de la presente investigación.

### **2.9.1 Gusto y distinción**

Es un hecho social que las personas tengan distintos tipos de preferencias en el consumo de bienes y servicios culturales. En un primer momento podemos atribuir estas preferencias al gusto, así lo señala Bourdieu:

“Como toda especie de gusto, une y separa; al ser producto de unos condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia, une a todos los que son producto de condiciones semejantes, pero distinguiéndolos de todos los demás y en los que tienen de más esencial, ya que el gusto es el principio de todo lo que se tiene, personas y cosas, y de todo lo que se es para los otros, de aquello por lo que uno se clasifica y por lo que le clasifican” (Bourdieu, 2002, p. 53).

El gusto que une y separa, es la forma en que se manifiestan de forma clara las diferencias de los sujetos. Como ejemplo, podemos señalar las filiaciones que se generan en distintos grupos sociales a partir de los gustos musicales como metaleros, raperos, o trovadores, etc., lo que tiene directa relación con lo que plantea Bourdieu al señalar que “no existe práctica más enclasante (...) que la frecuentación de conciertos o la práctica de un instrumento de música “noble” (...) resulta que la exhibición de “cultura musical” (...) es su definición social” (Bourdieu, 2002, p. 16).

Se torna necesario señalar, que es a partir del gusto donde la distinción se hace manifiesta, y que además su sentido se basa en la búsqueda del máximo de “rentabilidad cultural”, que se maximiza cuando se establece una relación próxima con la cultura legítima, la cual se encuentra representada por la clase dominante. (Orta, 2004). Es así como se genera, según Bourdieu una diferenciación de actitudes de clase, hacia la cultura legítima.

Para finalizar este apartado, es necesario recordar que el gusto es lo que determina nuestras preferencias de consumo cultural, pero ¿qué es lo que determina nuestro gusto? según Bourdieu es el Habitus, concepto que trataremos a continuación.

### **2.9.2 Habitus**

El habitus es uno de los conceptos más potentes en la teoría bourdiana y por ello consideramos que resulta más conveniente abordarlo a partir de algún autor que haya reflexionado sobre sus principales aspectos. Para aquello utilizaremos el tratamiento que le da Gilberto Giménez (1997) al concepto:

“En la sociología de Bourdieu, el habitus constituye la respuesta esencial a una serie de cuestiones que tiene que plantearse toda teoría sociológica (Mary, 1992: 19 y ss.):

- ¿Cuál es el principio que rige la lógica de las prácticas sociales?
- ¿Qué es lo que explica la unidad, la regularidad y la homogeneidad de los grupos sociales?
- ¿Cómo se reproducen las formas de la existencia colectiva en las diversas formaciones sociales?

Bourdieu condensa su respuesta en el siguiente texto:

“El habitus como sistema de disposiciones en vista de la práctica, constituye el fundamento objetivo de conductas regulares y, por lo mismo, de la regularidad de las conductas. Y podemos prever las prácticas [...] precisamente porque el habitus

es aquello que hace que los agentes dotados del mismo se comporten de cierta manera en ciertas circunstancias” (Bourdieu, 1987b: 40) (Giménez, 1997, p.4).

Proponiendo una especie de mapa donde se definen los componentes y causas de cada concepto burdiano, señalamos que la distinción cultural está compuesta por el gusto, y este a su vez determinado por el habitus, que al mismo tiempo se encuentra compuesto por un sistema de disposiciones que configuran una estructura. Esto último nos lleva a una nueva pregunta ¿Qué son las disposiciones?

“El término disposición parece particularmente apropiado para expresar todo lo que recubre el concepto de habitus (definido como sistema de disposiciones): en efecto, expresa ante todo el resultado de una acción organizadora que reviste, por lo mismo, un sentido muy próximo al de términos como estructura; además designa una manera de ser, una propensión o una inclinación” (Bourdieu, 1972: 247, nota 28).

Para complementar, Nathalie Heinich señala que este sistema de disposiciones es también una “estructura estructurante y estructurada”; dicho de otro modo, un conjunto coherente de (...) costumbres y de marcadores corporales que forman al individuo por la acusación no consciente y la interiorización de las maneras de ser propias de un determinado entorno” (Heinich, 2010, p.52). A propósito de lo anterior, debemos señalar por qué este sistema de disposiciones es una estructura estructurada y estructurante al mismo tiempo, a saber:

- Se dice Estructurada porque se refiere a lo que ya está objetivado y es común a todos. A lo que ya ha sido interiorizado de toda la estructura social.
- Y se dice Estructurante, pues se refiere a la estructura a partir de las cuales se producen las percepciones y acciones de los agentes.

Asimismo, Bourdieu (2002) se refiere al habitus en relación a los estilos de vida, señalando que opera como “el *principio generador* de prácticas objetivamente enclasables y como<sup>16</sup> el *sistema de enclasamiento (principium divisionis)* de estas prácticas” (Bourdieu, 2002, p. 169), que es precisamente entre estas dos capacidades del habitus donde “se constituye el *mundo social representado*, esto es, el *espacio de los estilos de vida*” (Ibídem, p. 170).

### **2.9.3 Campo y espacio social**

Campo es un espacio social donde los agentes se encuentran relacionados en función de un sistema de posiciones, la posición estará determinada a partir de la cantidad de capital que se posea. Por lo tanto, las posiciones dominantes dentro del campo serán ocupadas por quienes posean mayor capital (Giménez, 1997). Cabe señalar que debido al alto grado de diferenciación y complejidad de las sociedades modernas, el espacio social se torna multidimensional y presenta un conjunto de campos relativamente autónomos, aunque relacionados entre sí (Ibídem, 1997). Anteriormente nos hemos referido a que la posición en el campo se debe a la cantidad de capital que se posee, a continuación detallamos las categorías de capital a las que Bourdieu da mayor énfasis.

### **2.9.4 Capital**

Bourdieu y Coleman introducen el concepto capital en el análisis social para referirse tanto a las características económicas, sociales y culturales. Ampliar las implicancias del concepto capital se debe “a las evidencias empíricas las cuales señalaban las limitaciones del concepto capital económico para explicar plenamente la ligación entre nivel socioeconómico y éxito escolar” (Carrasco, 2008, p. 14).

---

<sup>16</sup> Hemos introducido la palabra “como” para favorecer el entendimiento del contexto.

Si bien el concepto capital ha ampliado sus características en función de un mejor análisis social, este sigue manteniendo las cualidades conocidas anteriormente, al menos, así lo podemos apreciar a continuación:

“Igual que en las estructuras económicas reales, el capital de los actores obedece a la ley de acumulación: puede ser acumulado por inversión y puede por partes ser pasado por medio de herencia. Aparte de eso es posible producir ganancias por medio de una inversión de capital ventajosa. “Capital” es comprendido como equivalente a “poder”” (Bourdieu 1983:184), (Meichsner, 2007, p. 3).

A continuación presentamos una definición para las formas de capital económico, social, cultural y simbólico bajo la perspectiva teórica de Bourdieu.

#### **2.9.4.1 Capital económico**

Sylvia Meichsne (2007), nos ofrece una excelente definición de capital económico en la teoría de Bourdieu, señalando lo siguiente: “el capital económico comprende la propiedad de bienes, sueldo y todas las otras fuentes de ingreso (Müller 1986: 166). Es la especie de capital mejor convertible y como constituye la base para la obtención de las otras (Bourdieu 1983: 196)” (Meichsner, 2007).

#### **2.9.4.2 Capital social**

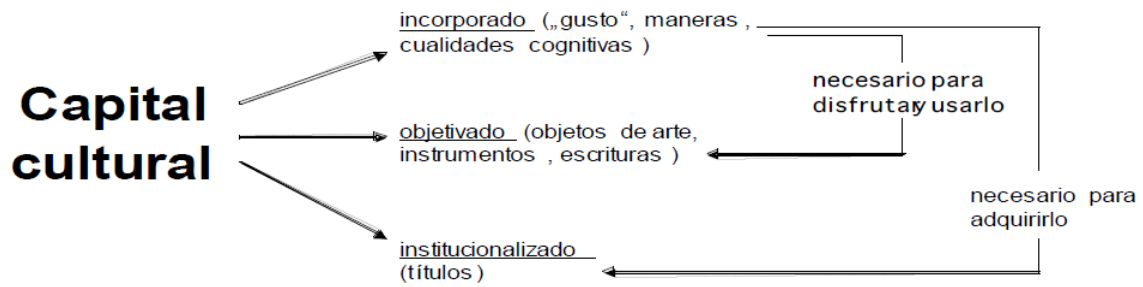
“Capital social comprende una red de contactos estables, útiles y en caso de necesidad movibles, que surgen de la pertenencia de grupos sociales donde los miembros se conocen y reconocen mutuamente (Bourdieu 1980b: 2)” (Ibídem, 2007, p.3). Cabe señalar que para acumular este capital y obtener utilidades, es necesario invertir una gran cantidad de tiempo y cuidar las relaciones sociales, para poder obtener reconocimiento mutuo.

### 2.9.4.3 Capital cultural

El capital cultural se puede presentar en tres estados distintos, los cuales presentamos a continuación:

- **Capital cultural incorporado:** Los elementos que constituyen este estado del capital cultural son el “gusto”, las “buenas maneras” y las cualidades cognitivas. El sujeto adquiere este capital a través de la socialización con la familia y la escuela, lo cual exige mucho tiempo. No se puede adquirir por donación, intercambio o compra. Además deja rasgos distintivos, como la manera de expresarse de una clase o región particular (Ibídem, p.4).
- **Capital cultural objetivado:** Está compuesto por la propiedad de bienes culturales. Ejemplo de este estado son las pinturas, colecciones de libros, esculturas, entre otros. Cabe señalar, que el capital puede ser transferible, no así el conocimiento cultural para entender sus códigos. (Ibídem, p. 4).
- **Capital cultural institucionalizado:** Basa su valor en la legalidad de cualidades por medio de títulos académicos y certificados escolares. Este capital, facilita la obtención de capital económico en función de la escasez de cada carrera profesional en una época particular. Una vez obtenido el título no se necesitan más pruebas de conocimiento y capacidades de una persona (Ibídem, p.4).

A continuación presentamos un esquema con los tres estados del capital cultural:



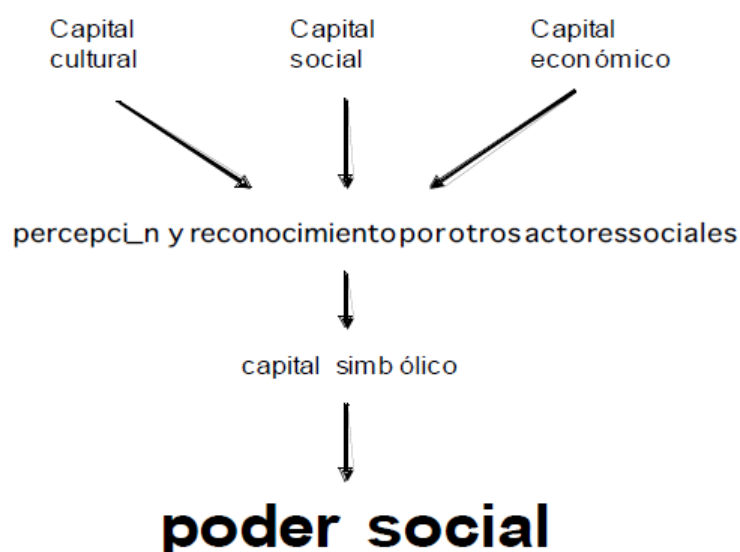
Cuadro 2 (Ibídem, p.5)

#### 2.9.4.4 Capital simbólico

Esta es una forma especial de capital que interactúa directamente con las otras formas de capital. Sus propiedades se manifiestan en mayor o menor “prestigio”, tal como podemos apreciar a continuación:

“Una forma de capital especial es el capital simbólico o “prestigio”, comprendiendo bienes simbólicos como la credulidad que títulos escolares y académicos aporten a su propietario, la pertenencia a un grupo social que da fama a un individuo, tal como honor, buena reputación, respeto y reconocimiento por los otros (Bourdieu 1979: 331; Schwingel 1995:86). Para la adquisición de estos bienes basados en modelos de percepción y criterios comunes (Bourdieu 1994: 187) se necesitan las otras tres formas de capital: capital simbólico que es la credulidad y autoridad que se atribuye a un actor gracias a su capital económico, cultural y social y a las oportunidades resultantes de imponer sus puntos de vista y sus valores como exclusivamente válidos (Bourdieu 1997b: 128), es decir, su poder social” (Ibídem, p. 5).

A continuación presentamos un esquema de cómo se relaciona el capital simbólico con las otras formas de capital:



Cuadro 3 (Ibídem, p.6)

## 2.10 Centros Culturales

Debido a que la presente investigación se configura como un estudio de audiencias a propósito de la construcción de un Centro Cultural de la Red Bicentenario del CNCA para ciudades con más de 50.000 habitantes; es conveniente que presentemos una definición de centro cultural a partir de la institucionalidad encargada.

Un centro cultural es un equipamiento con carácter territorial que realiza una actividad social y cultural prioritaria y diversificada, con dotación para realizar actividades de difusión, formación y creación en diferentes ámbitos de la cultura, así como dinamización de entidades (FEMP, 2003). Es necesario tener en cuenta que las dinámicas artísticas y culturales no sólo se producen y desarrollan en lugares físicos sino también en espacios simbólicos y virtuales, por lo que un concepto de centro cultural será más amplio y abarcará más dimensiones que solo la infraestructura (CNCA, 2011a). Respecto a sus funciones:

“Los centros culturales se encuentran en una “especie de no lugar” o en un lugar a medias entre muchas instituciones y sus respectivos conceptos o programas culturales. Organizamos exposiciones, pero no somos museos,

muestras de cine pero no somos cines, teatro y danza sin convertirnos en teatros, lecturas sin ser cafés literarios, coloquios y ponencias científicas sin convertirnos en universidades, y muchos de los centros culturales tienen una vasta colección de libros sin convertirse exclusivamente en bibliotecas, o publican libros sin ser por eso una editorial” (Schmidt-Welle, 2008, p.1).

En relación a las funciones descritas, es importante señalar que un Centro Cultural se constituye como un “medio” para el desarrollo de estas y como tal susceptible de las “mediaciones” que los sujetos puedan realizar. Esta es una de las características que nos guían a considerar la presente investigación como un estudio de audiencia.

### **2.11 Mercado Cultural La Calera**

Proponemos el concepto Mercado Cultural La Calera para englobar los elementos que a nuestro juicio interactúan en este campo y que nos permitirán caracterizar las demandas y expectativas culturales de los estudiantes de enseñanza media de La Calera.

Siguiendo el esquema propuesto por Bourdieu (2003), podemos dar cuenta que la economía es “el producto paradójico de una dilatada historia colectiva” (Ibídem, p.18), contrastando de esta forma la pretensión que todos los conceptos y categorías usadas en esta ciencia tengan una “universalidad ahistórica”, es decir es un constructo social.

De esta forma y de acuerdo a los fines de nuestra investigación, definimos el campo “Mercado Cultural La Calera” como el espacio social donde lo que se encuentra en disputa es el consumo cultural, recordando que en este tipo de consumos prevalece el “valor de uso simbólico por sobre el de uso y de cambio” (García Canclini, 1999, p. 42).

Los agentes que componen este campo serán los productores de bienes y servicios culturales y los estudiantes de enseñanza media de La Calera, precisamente estos agentes constituyen la oferta y demanda de este mercado.

### **2.11.1 Demanda cultural**

En “Las estructuras sociales de la economía” (Bourdieu, 2003), el autor señala que las opciones económicas en materia de hábitat dependen de las “*disposiciones económicas (socialmente constituidas) de los agentes*” (Ibídem, p.31). Hacemos esta referencia, pues consideramos que en el Mercado Cultural de La Calera, la demanda cultural también depende de las disposiciones económicas que tienen sus agentes, en este caso los estudiantes. Bourdieu (2003) establece dos dimensiones para estas disposiciones económicas; en primer lugar señala el “gusto” de los agentes y en segundo lugar “los medios económicos” que se dispongan para conseguir su fin.

De esta forma, consideramos que la Demanda Cultural está determinada por el gusto y los medios económicos que los agentes poseen para realizar consumo cultural.

### **2.11.2 Oferta cultural**

El estado de la oferta cultural que existe en La Calera es precario, muestra de ello es que no existe cine, no hay teatro, ni tampoco salas de exposiciones de artes visuales y la construcción donde operaba la biblioteca municipal fue demolida<sup>17</sup>. A pesar de aquello, existen agrupaciones y organizaciones que operan como agentes que realizan una oferta cultural en la ciudad. Definimos la oferta cultural como la cantidad de bienes o servicios culturales que productores, gestores culturales o

---

<sup>17</sup> La biblioteca operaba en un espacio municipal cedido a la Universidad de Aconcagua. Antiguamente este espacio fue utilizado tanto como un consultorio de salud pública y como escuela. Fue demolido por la municipalidad, pues allí se pretende emplazar el Nuevo Centro Cultural de La Calera. La demolición dio paso a una serie de acciones legales por parte de la Universidad de Aconcagua que han condicionado y retrasado la construcción del centro cultural.

instituciones ofrecen a los potenciales consumidores. Los agentes que constituyen la oferta cultural en este campo son organizaciones y agrupaciones culturales, y también la municipalidad de La Calera.

## **2.12 Expectativa**

Las expectativas son definidas como la “posibilidad razonable de que algo suceda” (RAE, 2001), lo que nos sitúa en un presente con proyecciones a un futuro posible. Este último hecho, es relevante, pues lo podemos observar en investigaciones como el “Estudio de contexto, apreciación, necesidades y expectativas educativas y culturales en la Provincia de Arauco” (2009), a saber:

“Con el fin de determinar el contexto subjetivo en el cual se enmarcan las percepciones y perspectivas futuras de aspectos específicos de la vida cotidiana de las vidas de los habitantes de la Provincia de Arauco, como son los aspectos educacionales y de participación cultural, se analizaron las percepciones generales que tiene la población de provincial de las actuales condiciones socioeconómicas, las causas de éstas y los principales desafíos para modificar esta realidad en el futuro” (CIAE; FEA, 2009, p. 20).

Como pudimos observar anteriormente, uno de los fines del estudio citado era conocer las percepciones y perspectivas futuras, a partir de los cuales se definieron las expectativas de los jóvenes en diversos aspectos como educacionales y económicos (CIAE, FEA, 2009, p. 22).

También cabe señalar, la relación que Goffman advierte entre expectativa y rol social donde “los roles son las expectativas socialmente definidas que tiene una persona en una determinada posición social” (Giddens, 2000, p.120).

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

A continuación presentamos el conjunto de criterios metodológicos que nos permitirán obtener la información necesaria para abordar la pregunta de la investigación y así cumplir con los objetivos propuestos para el presente estudio.

#### **3.1 Tipo de estudio**

El tipo de estudio de la investigación será de carácter descriptivo y ha sido definido así, pues las “investigaciones descriptivas utilizan criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio” (Sabino, 1992, p. 54). En nuestro caso, las pretensiones investigativas son caracterizar demandas culturales.

Además, a pesar de definir este estudio como descriptivo, de todas maneras se tratará de establecer algunas relaciones entre variables, por lo cual se podrán realizar algunos elementos explicativos.

#### **3.2 Diseño de investigación**

En primer lugar debemos señalar que la presente investigación será de carácter cuantitativo, lo que significa que las variables del estudio se medirán numéricamente. Este tipo de diseño delimita conceptualmente las “propiedades de sus sujetos de estudio con el fin de asignarles números a las magnitudes, grados o tipos en que estos las poseen y que utiliza procedimientos estadísticos, para resumir manipular y asociar dichos números” (Canales, 2006, p. 38). Es preciso destacar que existe un gran número de estudios culturales y de audiencia que cuentan con un diseño cuantitativo; en nuestro país los más importantes son la Encuesta de Consumo Cultural 2004-2005 (CNCA, 2007) y la ENPCC (CNCA, 2011c) ambas del CNCA.

En segundo lugar será transeccional, debido a que el estudio se realizará durante un periodo de tiempo determinado y no realizaremos un seguimiento de los casos en cuestión. No obstante los resultados que de aquí se obtengan podrán ser contrastados con investigaciones posteriores.

Por último, debemos señalar que esta investigación será de carácter no experimental, puesto que no se realizará un control ni manipulación de las variables, que en este caso principalmente son los jóvenes y sus demandas y expectativas de bienes y servicios culturales.

### **3.3 Delimitación del universo y unidad de estudio**

La investigación a realizarse tendrá como universo de estudio a la población de jóvenes cursando el primer, segundo y tercer año de enseñanza media en los establecimientos educacionales situados en la ciudad de La Calera. Mientras que la unidad de estudio serán los individuos que componen el universo de la investigación.

Hemos decidido realizar nuestro estudio en jóvenes por tener un mayor dinamismo cultural y ser quienes más asisten y participan de espectáculos culturales. Además, nos enfocamos en estudiantes de enseñanza media por ser quienes poseen una mayor cantidad de tiempo libre, situación que es menos general en los estudiantes de educación superior, pues muchas veces esta etapa de formación es compartida con actividades como el trabajo y el rol de sostenedor/a de una familia. Además, este último grupo etario se encuentra en una baja cantidad, pues son solo tres los establecimientos de educación superior<sup>18</sup> que funcionan en La Calera. Debemos agregar, que se excluirá de nuestro universo a los estudiantes de enseñanza media de programas de nivelación de estudios y de educación para adultos, porque sus

---

<sup>18</sup> Estas instituciones son: Universidad de Aconcagua, Centro de Formación Técnica de La Pontificia Universidad Católica de Chile y Centro de Formación Técnica Prodata.

motivaciones constituirían un sesgo en los resultados, ya que sus disposiciones difieren del sujeto en estudio que se encuentra en el sistema escolar formal.

Son dos los motivos para excluir del universo a los jóvenes cursando el cuarto año medio. El primero es de carácter práctico, pues al momento de comenzar el trabajo de campo, los cuartos medios ya habían terminado su año académico en todos los colegios de la comuna; el segundo es de carácter teórico, el cual responde a que:

“la enseñanza media constituye una etapa crítica de la vida de los jóvenes. Por una parte está concebida como un nivel de transición entre el mundo escolar (espacio de contención) y el mundo de la educación superior o el mundo laboral (espacio de incertidumbre y desafíos múltiples” (Weinstein, 2001, p. 99).

En ese sentido los jóvenes que cursan cuarto año medio, están por dejar el espacio de contención y se encuentran más próximos al espacio de incertidumbre, por lo que creemos que sus preocupaciones están enfocadas en el presente y futuro cercano, implicando decisiones como dejar la ciudad en busca de trabajo, seguir estudios superiores o ingresar a las fuerzas armadas, etc. Además, una vez terminada la investigación, la información generada podrá aprovecharse de manera inmediata, toda vez que los estudiantes encuestados seguirán en el sistema escolar.

### **3.4 Universo y criterios de selección de muestra**

Lo primero que debemos realizar en el proceso de selección y elaboración de la muestra es contar con la cifra exacta de sujetos que componen la población del estudio. Según los datos del Ministerio de Educación, a través del Departamento Provincial de Educación de Quillota, la población total de estudiantes de enseñanza media de los establecimientos emplazados en La Calera es de 3115<sup>19</sup> y se distribuyen de la siguiente manera:

---

<sup>19</sup> Cifra al 25 de mayo del año 2012.

Establecimiento	Dependencia	Nivel	Matricula	Cursos
Escuela Las Acacias	Municipal	1° medio	44	1
		2° medio	40	1
		1° medio	120	3
Liceo Pedro de Valdivia	Municipal	2° medio	76	2
		3° medio	60	2
		4° medio	50	2
		1° medio	108	3
Liceo Particular San José	Particular	2° medio	102	3
		3° medio	119	3
	Subvencionado	4° medio	95	3
		1° medio	76	2
Colegio Teresa Brown de Ariztía	Particular	2° medio	78	2
		3° medio	64	2
	Subvencionado	4° medio	52	2
		1° medio	43	1
Colegio Particular San Gabriel de La Rivera	Particular	2° medio	30	1
		3° medio	30	1
	Subvencionado	4° medio	38	1
		1° medio	125	3
Colegio Becarb II	Particular	2° medio	126	3
		3° medio	125	3
	Subvencionado	4° medio	111	3
		1° medio	65	2
Complejo Educacional Apumanque	Particular	2° medio	78	2
		3° medio	64	2
	Subvencionado	4° medio	66	2
		1° medio	19	1
Colegio Antumapu	Subvencionado	2° medio	16	1
		1° medio	57	2
		2° medio	36	1
Colegio Fundadores de La Calera	Subvencionado	3° medio	37	1
		4° medio	33	1
		1° medio		
Liceo Industrial A-16 Oscar Corona Barahona <sup>20</sup>	Particular Subvencionado	2° medio		
		3° medio		
			932	26
		4° medio		
<b>Total Dependencia Municipal</b>			<b>390</b>	<b>11</b>
<b>Total Dependencia Particular Subvencionada</b>			<b>2725</b>	<b>77</b>

<sup>20</sup> Para este caso, el Departamento Provincial de Educación Quillota nos entregó el total de estudiantes de enseñanza media y no desagregado por nivel. Estimamos que son 26 cursos en base a la cantidad total de alumnos dividido por la cantidad total de cursos del resto de los datos.

<b>TOTAL</b>	<b>3115</b>	<b>88</b>
<b>Población del estudio dependencia municipal</b>	<b>340</b>	<b>9</b>
<b>Población del estudio dependencia particular subvencionada</b>	<b>2143</b>	<b>59</b>
<b>Total población del estudio</b>	<b>2483</b>	<b>68</b>

Tabla 4 (*Elaboración Propia*)

El diseño de la muestra será de carácter probabilístico, multietápico con submuestreo estratificado y no proporcional. Es probabilístico porque cada sujeto de la población tiene la misma posibilidad de ser escogido. Es multietápico con submuestreo porque se realiza en 2 etapas, la primera define la muestra para el universo y la segunda determina una muestra para cada estrato definido. Es estratificado porque suponemos la homogeneidad en las subpoblaciones determinadas según la dependencia de los establecimientos educacionales (Morales, 2011); y es no proporcional, porque las fracciones de muestreos no serán proporcionales entre sí. (Blalock, 1966, p. 433). Dado lo anterior se aplicará un ponderador a la base de datos para que ninguno de los grupos tenga un peso distinto al que le corresponda.

Para el universo de estudiantes de enseñanza media de La Calera, realizamos el cálculo de la muestra para obtener una cantidad de casos mínimos que cuenten con un nivel de confianza de un 95% y que posean un error muestral del 3,9%. Lo anterior significa que en 95 de cada 100 casos, frente a una pregunta de dos opciones, donde cada una obtiene un 50% (varianza máxima), para una determinada pregunta, el valor poblacional se encuentra en el intervalo +-5% del valor muestral.

Para obtener la muestra y en consideración que nuestra población es de carácter finita, utilizamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2(N-1)}{z^2 pq}}$$

Ecuación 1 (Morales, 2011, p. 10)

Donde:

- $n$  = será el tamaño de la muestra que queremos conocer.
- $N = 2483$ , universo de la población
- $e = 0,039$  que es el error estándar
- $z = 1,96$  sigmas, que es lo que corresponde a un 95 % de nivel de confianza.
- $pq = 0,25$  que es la varianza de la población. Esto se debe a que suponemos que en la población hay la máxima diversidad posible, es decir que:
  - $p = 0,5$
  - $q = 0,5$

### 3.4.1 Fórmula para la muestra del Universo

$$n = \frac{2483}{1 + \frac{0,039^2 (2483 - 1)}{1,96^2 (0,5 \cdot 0,5)}}$$

Por lo tanto, el tamaño muestral requerido para el universo es el siguiente:

- Muestra del Universo: 504 casos

El submuestreo se realizó en base al total de estudiantes de enseñanza media de La Calera de cada estrato, realizamos el cálculo de la muestra para obtener una cantidad de casos mínimos que cuenten con un nivel de confianza de un 95% y que posean un error muestral del 5%. Lo anterior significa que en 95 de cada 100 casos, frente a una pregunta de dos opciones, donde cada una obtiene un 50% (varianza máxima), para una determinada pregunta, el valor poblacional se encuentra en el intervalo  $\pm 5\%$  del valor muestral.

Para obtener la muestra y en consideración que nuestra población es de carácter finita, utilizamos la misma fórmula con la que obtuvimos la muestra de nuestro universo.

Donde:

- $n$  = será el tamaño de la muestra que queremos conocer.
- $N = 340$  ó  $N = 2143$ , según corresponda a alguno de los estratos ya señalados.
- $e = 0,05$  que es el error estándar
- $z = 1,96$  sigmas, que es lo que corresponde a un 95 % de nivel de confianza.
- $pq = 0,25$  que es la varianza de la población. Esto se debe a que suponemos que en la población hay la máxima diversidad posible, es decir que:
- $p = 0,5$
- $q = 0,5$

#### **3.4.2 Fórmula para el estrato Municipal:**

$$n = \frac{340}{1 + \frac{0,05^2 (393400 - 1)}{1,96^2 (0,5 \cdot 0,5)}}$$

#### **3.4.3 Fórmula para el estrato Particular Subvencionado:**

$$n = \frac{2143}{1 + \frac{0,05^2 (2483 - 1)}{1,96^2 (0,5 \cdot 0,5)}}$$

Por lo tanto, el tamaño muestral requerido para cada estrato es el siguiente:

- Estrato Municipal: 181 casos.
- Estrato Particular Subvencionado: 326 casos.

### 3.5 Unidad de muestreo y selección de la muestra

Nuestra unidad de muestreo es un curso, dentro del cual se encuestó a todos los alumnos presentes al momento de la aplicación del instrumento. El promedio estimado de estudiantes por curso es de 36 y a partir de esta estimación se procedió a realizar una selección aleatoria simple en los colegios a encuestar.

Se encuestó un curso por nivel, es decir un primero, segundo y tercer año medio. Estos cursos también fueron elegidos al azar a través de una tabla de números aleatorios, la cuál está incluida en el anexo 1 de la presente investigación. El criterio utilizado fue el siguiente: avanzar desde la primera columna desde arriba hacia abajo, una vez finalizada, repetir el procedimiento en cada columna hacia la derecha. En caso de que no se dieran las condiciones para encuestar a un curso seleccionado, se continuó con la mecánica utilizada hasta que se cumplieran las condiciones.

Para el estrato municipal, en un primer momento se consideró encuestar directamente en el Liceo Pedro de Valdivia, pues la información entregada en la Dirección Provincial de Educación de Quillota, nos indicaba que era más representativo que el otro establecimiento municipal con enseñanza media, que solo contaba con primero y segundo medio. Sin embargo, al aplicar el instrumento en el Liceo Pedro de Valdivia, nos encontramos con la situación de inasistencia de la mitad de los estudiantes matriculados. Esto nos llevo a tomar la decisión de encuestar a todo el Liceo y visitar la Escuela las Acacias<sup>21</sup> para completar la muestra requerida. En la visita, se nos señaló que contaban con educación media de primero a cuarto medio, y que la información entregada por la provincial de educación se debía a que la resolución que facultaba impartir oficialmente tercero y cuarto medio, había sido decretada hace menos de un mes. En vista de lo anterior se decidió por encuestar a un curso de cada nivel, tal como en los otros establecimientos.

---

<sup>21</sup> Es el otro establecimiento municipal que imparte educación media en La Calera.

Realizado este procedimiento el resultado fue el siguiente:

### Colegios y cursos incluidos en la muestra por estrato

Establecimiento	Dependencia	Cursos seleccionados	Número de encuestas
Liceo Pedro de Valdivia	Municipal	1° medio A, B y C	53
		2° medio A, B y C	40
		3° medio A, B y C	36
Escuela las Acacias	Municipal	1° medio A	24
		2° medio A	24
		3° medio A	20
Liceo Industrial Oscar Corona Barahona	Particular Subvencionado	1° medio A	35
		2° medio D	36
		3° medio C,	23
Colegio Becarb II	Particular Subvencionado	1° medio A	33
		2° medio B	27
		3° medio C	36
Complejo Educacional Apumanque	Particular Subvencionado	1° medio B	29
		2° medio B	34
		3° medio B	22
Liceo Particular San José	Particular Subvencionado	1° medio A	25
		2° medio A	11
		3° medio C	18

Tabla 5 (Elaboración propia)

### 3.6 Unidad de medición

La unidad de medición serán los todos los estudiantes que cumplieron con los requisitos de la delimitación del universo.

### 3.7 Planificación de actividades

- Elaboración y revisión del cuestionario: 1 al 8 de noviembre de 2012.
- Aplicación de Pretest: 13 de noviembre
- Aplicación de cuestionarios: 30 de noviembre al 10 de diciembre de 2012.
- Codificación de datos: 30 de noviembre al 15 de diciembre de 2012.
- Procesamiento y corrección de base de datos: 16 diciembre al 30 de diciembre de 2012.
- Análisis de datos: 2 de diciembre al 20 de diciembre de 2012.

- Presentación de informe preliminar de resultados de la investigación: de Enero de 2012.
- Presentación de informe final de resultados de la investigación, incluyendo correcciones: Sujeto a la devolución de las correcciones.

### **3.8 Técnica de recolección de datos**

La técnica de recolección de datos será el Survey Social a través de fuente primaria. El instrumento utilizado será un cuestionario autoadministrado, donde las respuestas serán marcadas por los respondientes. Este tipo de instrumento resulta ser el más pertinente, pues ve favorecida su aplicación en poblaciones cautivas, tal como lo señalan Hernández, Fernández y Baptista (2006) “con estudiantes suelen funcionar los cuestionarios autoadministrados” (Hernández et al., 2006, p. 339).

El instrumento consta de 26 preguntas cerradas con múltiples respuestas, 4 de ellas están encadenadas con la pregunta abierta: “¿Por qué?” Donde se espera que los estudiantes argumenten su selección anterior. Cabe señalar que esta se divide en 2 partes: la primera busca conocer las demandas de consumo cultural y la segunda conocer las expectativas de los estudiantes.

### **3.9 Pretest**

El pretest fue realizado bajo los parámetros con que se pretende llevar a cabo la recolección de datos de nuestra investigación, estos fueron los siguientes:

- 1.- Se solicitó la autorización del Director del Establecimiento donde se llevó a cabo el pretest y se coordinó previamente la aplicación del instrumento con la profesora a cargo del curso.
- 2.- El investigador se presentó y explicó a los estudiantes los objetivos de la investigación y la relevancia que tiene. Inmediatamente después, se entregaron las

instrucciones sobre como responder y se dieron a conocer las condiciones éticas (presentes en el apartado 3.13 Condiciones éticas).

3.- Se da un espacio de tiempo para responder las dudas y luego se da comienzo a la aplicación del instrumento.

4.- La encuesta fue contestada por el 3° medio A del Liceo Industrial Oscar Corona Barahona y fue respondida por 26 estudiantes.

5.- El pretest fue realizado el 13 de noviembre de 2012 y tuvo inicio a las 11:50 a.m., concluyendo a las 12:17 p.m.

El primer estudiante en terminar demoró 5:00 minutos; transcurridos 10:00 minutos, 10 estudiantes más entregaron sus encuestas; el último estudiante en entregar el cuestionario demoró 14:50 minutos.

Sumadas las instrucciones, el proceso demoro 20:00 minutos aproximadamente.

6.- Posteriormente se agradeció a los estudiantes su colaboración.

A partir de la aplicación del pretest se realizaron las siguientes modificaciones:

1.- En la pregunta 1, se incorporará en la opción “Circo”, la pregunta ¿cuál?, con el objetivo de determinar el tipo de Circo al que se asiste. Esto se debe a la gran diversidad en el tipo de funciones que existen, de resultar relevante se incorporará a los análisis.

2.- En la pregunta 2, fue incorporada la opción “Ninguno”.

3.- Para las preguntas 4, 5, y 6 se añadió un espacio para seleccionar la preferencia. Además, se agregó la pregunta “¿Por qué?” Para que los estudiantes argumenten sobre su selección anterior.

3.- La pregunta 11 fue reforzada de la siguiente manera: “Señale el máximo grado o título académico alcanzado por el jefe o jefa de hogar”.

4.- La pregunta 13 fue modificada en su formulación por la siguiente interrogante: ¿Cuál es el máximo título o grado académico que esperas alcanzar en la vida?

5.- La pregunta 16 fue modificada completamente, quedando de la siguiente manera: “¿A qué bienes, servicios y actividades te gustaría acceder cuando termines tus estudios visualizados? Seleccione hasta 5 opciones marcando con una equis (X) al lado derecho de su preferencia”. Las opciones fueron las siguientes: 1.- Libros; 2.- Ver fútbol en el estadio; 3.- Ir al cine; 4.- Ir de compras a un mall; 5.- Asistir a conciertos; 6.- Ir a la peluquería; 7.- Asistir a exposiciones de arte; 8.- Ir al gimnasio; 9.- Ir al teatro; 10.- Salir de vacaciones fuera de la ciudad; 11.- Ir al circo; 12.- Practicar algún deporte; 13.- Participar en talleres; 14.- Comer en restaurantes; 15.- Otro, ¿cuál?; 16.- Otro, ¿cuál?; 17.- Otro, ¿cuál? y 18.- Ninguno.

Incorporados los cambios que expusimos anteriormente, la encuesta aplicada se puede encontrar de manera íntegra en el anexo 2 de la presente investigación.

### **3.10 Trabajo de Campo**

El trabajo de campo se inició con la solicitud de cartas de presentación a la Escuela de Sociología de la Universidad de Valparaíso, a la Ilustre Municipalidad de la Calera y a la Dirección Provincial de Educación de Quillota. Cabe señalar que en esta última institución, la solicitud fue rechazada aduciendo que para ellos no era importante hacer parte de la investigación. Las cartas fueron entregadas personalmente a los directores, directoras y/o jefes de la unidad técnica pedagógica de cada establecimiento y se encuentran disponibles en el anexo de la presente investigación.

En la mayoría de los establecimientos se realizó una visita previa donde se expuso la investigación a realizar, se entregaron las cartas de presentación y se coordinó un nuevo día para aplicar el instrumento. En el caso donde los estudiantes habían terminado sus evaluaciones y donde se manifestó una disposición inmediata para la aplicación de las encuestas, no se realizó visita previa.

A los estudiantes de cada curso se les explicó los objetivos de la investigación y las instrucciones para responder la encuesta. Cabe señalar, que se recalcó el carácter anónimo de esta y que no existían respuestas buenas ni malas y que lo importante era que respondieran con sinceridad.

El instrumento fue aplicado desde el viernes 30 de noviembre hasta el lunes 10 de diciembre de 2012. El promedio de tiempo que demoraba el proceso en cada curso fue de 20 minutos. En total se realizaron 526 encuestas.

### **3.11 Validez y confiabilidad**

En términos de validez y confiabilidad del instrumento, quisiéramos reiterar que gran parte de este, se obtuvo a partir de las Encuesta de Consumo Cultural 2004-2005 (CNCA, 2007) y la ENPCC (CNCA, 2011c) ambas del CNCA. Además de la “Encuesta de Consumo Cultural en la Provincia de Arauco (CIAE; FEA, 2009). Por lo que es un instrumento que ya ha sido sometido a exhaustivas revisiones de las instituciones mencionadas. Sin perjuicio de lo anterior, algunos ítems fueron modificados ajustándose a los requerimientos de la presente investigación y de la población objeto de estudio. A partir de las razones anteriormente expuestas, debemos señalar que nuestro instrumento posee una validez de contenido, pues esta “se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide” (Hernández et al., 2006, p. 278) ya que “el dominio de contenido de una variable normalmente es definido o establecido por la literatura (teoría y estudios antecedentes)” (Ibídem, 2006, p 279). En conjunto a lo anterior, cada una de las variables fue revisada en profundidad tanto por el investigador y fueron sopesadas mediante el juicio de expertos, entre ellos la académica guía del presente estudio. Posteriormente se realizó un pretest, cuyos resultados nos guiaron a modificar el instrumento en pos de su mejor entendimiento y claridad, por lo que las variables fueron nuevamente examinadas en profundidad.

Respecto a la confiabilidad, como ya señalamos anteriormente este estudio está basado en otras investigaciones de carácter nacional y que fueron realizadas por instituciones del Estado, tales como el CNCA y la Universidad de Chile. De todas formas, dada las características de nuestro estudio consideramos ideal la realización de test-retest para cotejar y comparar los resultados. Sin embargo, los recursos humanos y económicos resultan exiguos para la aplicación de esta técnica.

### **3.12 Técnica de análisis y procesamiento de datos**

El software computacional utilizado para la codificación y procesamiento de datos fue IBM SPSS Statistics 19, con el cual realizamos distintos procesos los cuales detallamos a continuación:

En primer lugar, se realizó un análisis de frecuencias para cada una de las variables del instrumento, con el objeto de asegurarnos que la base de datos contenía los datos correspondientes y que se encontraba exenta de errores.

Luego, se realizaron técnicas estadísticas de análisis descriptivo como tablas de frecuencias y de contingencia, para los correspondientes análisis univariado y bivariado. Cabe señalar, que hubo especial énfasis en la comparación de las variables según el estrato; debido a ello se aplicó un ponderador para representar a cada estrato en la proporción en que se encuentra distribuido en la población de estudio. Este ponderador es de 0,37 para el estrato “Municipal” y de 1,38 para el estrato “Subvencionado”.

Posteriormente, se realizaron distintas pruebas estadísticas para observar relación entre variables.

Por último, debemos señalar que las tablas pivote de IBM SPSS Statistics 19, fueron exportadas al software computacional Microsoft Excel 2010, pues fue en este programa donde se realizaron los gráficos definitivos presentes en esta investigación.

### **3.13 Condiciones éticas**

Se comunicó a los estudiantes que esta encuesta era para realizar un investigación de carácter sociológico, la cual pretende caracterizar sus demandas y expectativas culturales, lo cual contribuirá en la gestión del Nuevo Centro Cultural de La Calera. Asimismo se les comunicó que no existen respuestas buenas ni malas, y que sientan la libertad de responder lo que cada uno piensa, pues esta encuesta será de carácter confidencial.

### **3.14 Definición y operacionalización de variables**

Como ha quedado definido en los capítulos anteriores, la presente investigación busca caracterizar las demandas y expectativas de bienes y servicios culturales en los jóvenes de La Calera. Para alcanzar dicho objetivo las variables principales del estudio son las siguientes: 1) Demanda de consumo cultural y 2) Expectativa de consumo cultural.

A continuación presentamos las definiciones nominal, real y operativa para cada una de las variables mencionadas.

#### **Variable 1: Demanda de consumo cultural**

**Definición Nominal:** Como hemos señalado anteriormente, la demanda depende de las disposiciones económicas de los agentes. Estas disposiciones son “el gusto” y “los medios económicos” que se dispongan para satisfacer la demanda (Bourdieu, 2003). En cuanto al objeto demandado, consumo cultural, lo definimos como una “práctica social (e individual) donde se realiza una apropiación, vivencia y uso de bienes y servicios culturales disponibles en la sociedad, y que genera un dinamismo en los esquemas simbólicos de percepción de los sujetos, renovados horizontes de expectativas sociales y nuevos planos de desarrollo (social, económico y humanos). (Güell, P.; Morales, R. & Peters, T. 2008.)

**Definición Real:** Para definir la demanda de consumo cultural a propósito del Nuevo Centro Cultural de La Calera, utilizaremos algunas de las dimensiones definidas para este concepto en el Estudio de contexto, apreciación, necesidades y expectativas educativas y culturales en la Provincia de Arauco (CIAE; FEA, 2009), a continuación presentamos las dimensiones para la variable “demanda de consumo cultural”:

**1. “Acceso y frecuencia:** *Acceso* se refiere a la apropiación, vivencia y uso de un bien y/o servicio cultural. *Frecuencia* se refiere a la cantidad de veces que una persona, en un tiempo determinado, tiene acceso a un bien y/o servicio cultural” (CIAE; FEA, 2009, p. 87).

**2. Prácticas constitutivas de bienes y servicios culturales:** Definida como la participación en cursos y talleres culturales, ya que “participar en la creación de un bien y/o servicio cultural significa un paso distinto en intensidad y beneficios que al de simplemente consumirlo. El participar en talleres y clases para la creación de un bien y/o servicio cultural considera elementos que contribuyen a asegurar de mejor forma el crecimiento creativo y cultural de un sujeto o comunidad” (Ibídem, 2009, p. 87).

**3. “Valoración de consumo de bienes y servicios culturales:** Definiremos la valoración en 2 aspectos, en primer lugar como “las disposiciones de los sujetos a destinar parte de su presupuesto económico al consumo de bienes y servicios culturales (las que)<sup>22</sup> tienen implicancias importantes al momento de establecer y conocer la estructura del consumo cultural” (Ibídem, 2009, p. 87). En segundo lugar, como las disposiciones de los sujetos a destinar parte de su tiempo libre en consumir bienes y servicios culturales.

**Definición operacional:** Para la dimensión 1. “**Acceso y frecuencia**”, se preguntó:

**Pregunta 1:**

---

<sup>22</sup> Introducido por el investigador, para contextualizar y facilitar la lectura.

¿Cuántas veces has asistido durante los últimos 12 meses a las siguientes actividades?				
Actividades culturales	Ninguna (0)	1 ó 2	3 ó 4	Más de 5
Asistencia cine				
Asistencia recitales poesía				
Asistencia conciertos				
Asistencia espectáculos folclóricos				
Asistencia música docta o clásica				
Asistencia bibliotecas o presentación de libros				
Asistencia museos				
Asistencia a exposiciones de arte				
Asistencia teatro				
Asistencia circo ¿cuál?				
Asistencia danza				

**Basado en la “Encuesta de Consumo Cultural en la Provincia de Arauco, CIAE, 2009”.**

Para la dimensión 2. “**Prácticas constitutivas de bienes y servicios culturales**”, las preguntas que se realizaron contaban con la opción de seleccionar más de una categoría de respuesta, pudiendo seleccionar hasta 5 e incluir otra opción en la categoría “Otro, ¿Cuál?”. Las preguntas fueron las siguientes:

**Pregunta 2:**

¿Usted ha participado en alguno de los siguientes cursos y talleres culturales que se mencionan a continuación?			
Seleccione hasta 5 opciones marcando con una equis (X) al lado derecho de su preferencia.			
Música Clásica		Dramaturgia	
Música folclórica		Malabarismo	
Coro y canto		Vestuario	
Pintura		Danza clásica	
Escultura		Danza Folclórica	
Grabado		Danza moderna	
Cine		Poesía	
Animación		Narrativa, cuentos y novelas	
Actuación		Artesanía cerámica, tejidos y cueros.	
Seminarios de gestión cultural		Seminarios artísticos	
Otro, ¿cuál?		Ninguno	

**Pregunta 3:**

<b>¿Qué cursos y talleres le gustaría en los próximos meses en el Nuevo Centro Cultural de La Calera?</b>			
<b>Seleccione hasta 5 opciones marcando con una "X" al lado derecho de su preferencia.</b>			
Música Clásica		Dramaturgia	
Música folclórica		Malabarismo	
Coro y canto		Vestuario	
Pintura		Danza clásica	
Escultura		Danza Folclórica	
Grabado		Danza moderna	
Cine		Poesía	
Animación		Narrativa, cuentos y novelas	
Actuación		Artesanía cerámica, tejidos y cueros.	
Seminarios de gestión cultural		Seminarios artísticos	
Otro, ¿cuál?		Ninguno	

Para la dimensión 3. “**Valoración de consumo de bienes y servicios culturales**”, primero se quiso conocer la importancia de utilizar dinero en el consumo cultural, para lo cual se propuso el siguiente enunciado y alternativas en modalidad escala de Likert:

**Pregunta 4:**

<b>En su opinión, utilizar dinero para comprar y/o asistir a bienes y actividades culturales le parece:</b>				
Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
¿Por qué?				

También se preguntó por la disposición a utilizar tiempo libre para asistir a distintas expresiones culturales, siendo esta la pregunta:

**Pregunta 5:**

<b>En su opinión, destinar su tiempo libre para participar en actividades culturales le parece:</b>				
Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
¿Por qué?				

También se preguntó por la disposición a pagar por bienes culturales de su agrado, siendo esta la pregunta:

**Pregunta 6:**

¿Estaría dispuesto(a) a pagar por un espectáculo de música, concierto, danza, cine u otra expresión cultural mencionada anteriormente?				
Con toda seguridad	Probablemente sí	Indiferente	Probablemente no	De ninguna manera
¿Por qué?				

**Variable 2: Expectativas**

**Definición Nominal:** Definimos expectativa como la “posibilidad razonable de que algo suceda” (RAE, 2001), estas posibilidades tienen que ver “con las perspectivas y percepciones en un futuro posible” (CIAE, FEA, 2009)

**Definición Real:** Las expectativas, siguiendo el Estudio de contexto, apreciación, necesidades y expectativas educativas y culturales en la Provincia de Arauco (CIAE; FEA, 2009) pueden desagregarse en las dimensiones: educativas y participación. Incluiremos la dimensión económica, pues es una expectativa que creemos puede influir en la valoración que se le da al consumo cultural.

1. **Participación:** Se refiere a la asistencia a talleres y actividades a las que un estudiante espera asistir en un periodo de tiempo.
2. **Educativas:** Se refiere al máximo nivel educacional que un estudiante espera alcanzar.
3. **Económicas:** Se refiere a la situación económica y consumo de bienes y servicios que un estudiante espera tener al finalizar sus estudios propuestos.

**Definición operacional:** Para la dimensión 1. “Participación”, establecimos 4 enunciados, con 5 alternativas con modalidad escala de Likert. Los enunciados y las alternativas son los siguientes:

**Preguntas 7; 8; 9 y 10:**

<b>Marque con una equis (X) en el espacio que más represente su opinión</b>	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
Participaría en un taller cultural si la asistencia y el tiempo de dedicación fuera flexible					
Participaría en un taller cultural si fuera gratuito					
Participaría en un taller cultural que fuera organizado por terceros.					
Participaría en un taller cultural si fuera exigente y entregara certificaciones.					

Para la dimensión 2. “**Educativas**”, realizamos la siguiente pregunta:

**Pregunta 11:**

<b>¿Cuál es el título o grado académico que tiene su padre, madre o apoderado? Señale el máximo grado o título académico alcanzado por el jefe o jefa de hogar.</b>					
Enseñanza Básica	Educación media	Educación superior en CFT o IP	-Fuerzas Armadas -Policía de Investigaciones -Carabineros -Gendarmería	Universitaria y/o Posgrado.	Otro ¿Cuál?

Además propusimos el siguiente enunciado, con 5 alternativas en modalidad escala de Likert. El enunciado y las alternativas son los siguientes:

**Pregunta 12:**

<b>Considero que hoy en día es más fácil obtener títulos y grados académicos que en la época que mis padres estudiaron</b>				
Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo

Concluimos la dimensión “**Educativas**” con la siguiente pregunta:

**Pregunta 13:**

¿Cuál es el máximo título o grado académico que esperas alcanzar en la vida?					
Enseñanza Básica	Educación media	Educación superior en CFT o IP	-Fuerzas Armadas -Policía de Investigaciones -Carabineros -Gendarmería	Universitaria y/o Posgrado.	Otro ¿Cuál?
¿Por qué?					

Para la dimensión 3. “**Económicas**”, establecimos 2 enunciados con las siguientes alternativas en modalidad escala de Likert:

**Pregunta 14 y 15:**

Marque con una equis (X) en el espacio que más represente su opinión	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
Cuando termine mis estudios visualizados, mi situación económica será mejor que la actual.					
Cuando termine mis estudios visualizados, mi situación económica será mejor que la de mis padres.					

Además se realizó una pregunta que contaba con la opción de seleccionar más de una categoría de respuesta, pudiendo seleccionar hasta 5 de 14 opciones propuestas, donde 7 eran sobre bienes o servicios culturales y otras 7 sobre otros tipos de consumos. La idea era poder sopesar la orientación de los jóvenes hacia los bienes culturales frente a otros estímulos. Además se permitía incluir otras opciones en las casillas que correspondientes a la categoría “Otro, ¿Cuál?”. La pregunta fue la siguiente:

**Pregunta 16:**

<b>¿A qué bienes, servicios y actividades te gustaría acceder cuando termines tus estudios visualizados?</b>					
<b>Seleccione hasta 5 opciones marcando con una equis (X) al lado derecho de su preferencia.</b>					
1	Libros		8	Ir al gimnasio	
2	Ver fútbol en el estadio		9	Ir al teatro	
3	Ir al cine		10	Salir de vacaciones fuera de la ciudad	
4	Ir de compras a un mall		11	Ir al circo	
5	Asistir a conciertos		12	Practicar algún deporte	
6	Ir a la peluquería		13	Participar en talleres culturales	
7	Asistir a exposiciones de arte		14	Comer en restaurantes	
15	Otro, ¿cuál?		17	Otro, ¿cuál?	
16	Otro, ¿cuál?		18	Ninguno	

**Variables Sociodemográficas**






Además de las variables expuestas anteriormente, incluiremos un conjunto de variables de base, que permiten realizar comparaciones para obtener un análisis más completo. Las variables incluidas son las siguientes: sexo, edad, curso, colegio y dependencia del establecimiento.

#### 4.- PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo presentamos los principales análisis y resultados de nuestra investigación. La finalidad es dar respuesta a la pregunta de investigación que guía nuestro estudio y, para aquello, cumplir con los objetivos propuestos.

Dividiremos esta sección en 4 partes, para facilitar la presentación e interpretación de los resultados. En la primera, se encontrará una descripción de la población en estudio. En la segunda, se describirá el consumo y acceso a bienes y servicios culturales de la población. En la tercera, se comparará la demanda y expectativas de consumo cultural según estrato (municipal y subvencionado) y sexo (masculino y femenino). Finalmente, se presentarán relaciones de variables a través de pruebas de hipótesis.

Antes de presentar los análisis, ofrecemos un cuadro explicativo para facilitar la interpretación de los gráficos:

-  = El color marrón será utilizado en gráficos con 1 sola variable.
-  = El color azul se utilizará para describir la variable "Municipal".
-  = El color rojo se utilizará para describir la variable "Subvencionado".
-  = El color verde se utilizará para describir la variable sexo "Femenino".
-  = El color púrpura se utilizará para describir la variable sexo "Masculino".

#### 4.1 Descripción de la muestra y población de estudio.

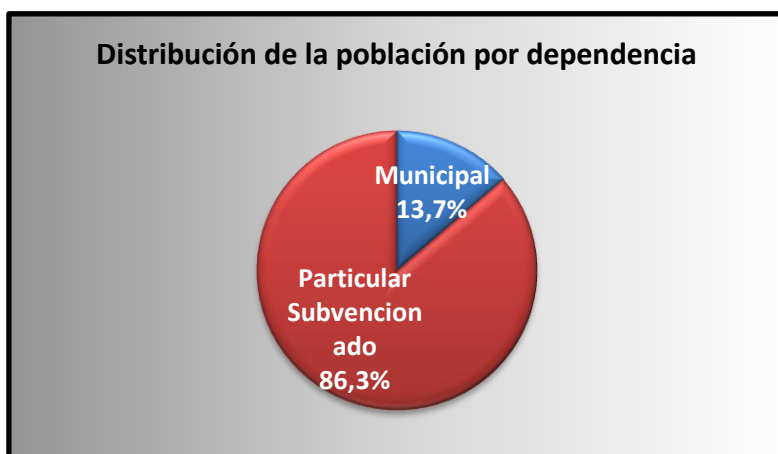


Gráfico 4

El presente gráfico señala la distribución de los estudiantes de enseñanza media de La Calera, según la dependencia de sus establecimientos.

Como podemos apreciar, la mayoría de los estudiantes se concentra en establecimientos de carácter “Particular Subvencionado”. Recordemos que de estos últimos existen ocho, mientras que sólo dos de carácter “Municipal”.

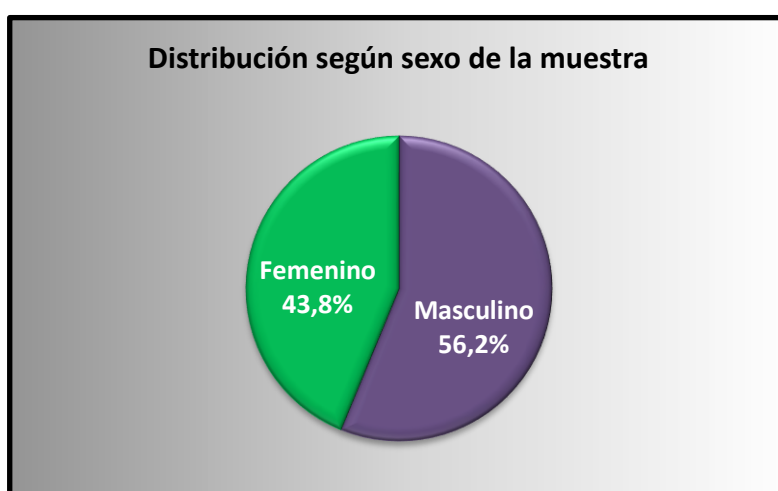


Gráfico 5

A partir de la información obtenida para la construcción de la muestra, no fue posible determinar la distribución por sexo de la población en estudio, ergo, tampoco replicable su proporción en

nuestro muestreo. Consideramos que la mayor presencia de hombres, se debe a la inclusión del Liceo Industrial Oscar Corona Barahona, que si bien es de carácter mixto, la cantidad de mujeres es menor en relación a la de hombres.

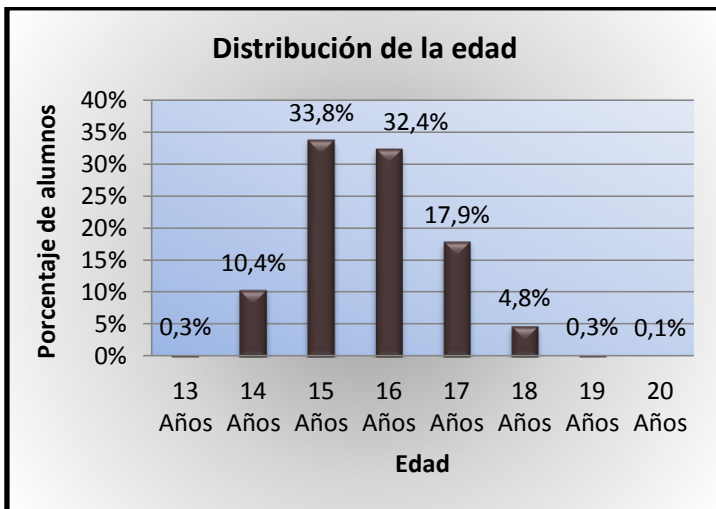


Gráfico 6

Estadísticos		
Edad		
N	Válidos	516
	Perdidos	10
Media		15,7
Moda		15
Mínimo		13
Máximo		20

Tabla 6

Es importante recalcar que la edad se distribuye de manera normal, concentrándose la mayoría de casos en los valores intermedios. Recordemos que los cuartos medios han sido excluidos de la muestra.

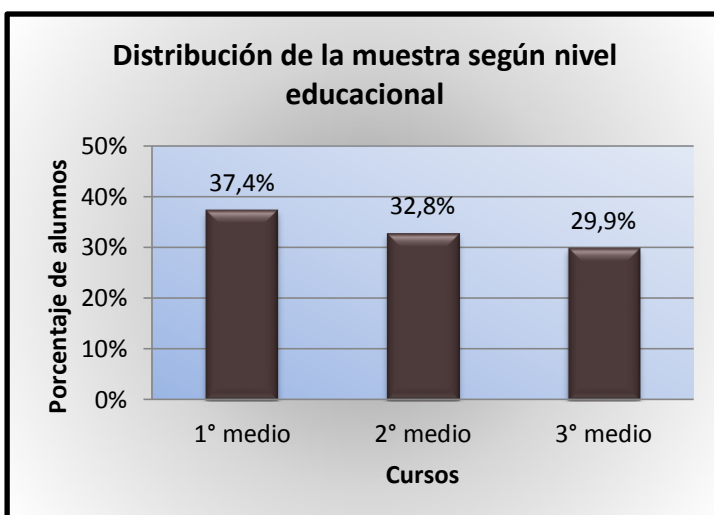


Gráfico 7

Para que la muestra fuera equilibrada, se procedió a encuestar a un curso de cada nivel en los establecimientos seleccionados<sup>23</sup>. Debemos señalar que existió un ausentismo general, el cual iba

en aumento a medida que

encuestábamos a los cursos mayores.

<sup>23</sup> La excepción fue el caso del Liceo Pedro de Valdivia, donde al encontrarse tan pocos estudiantes, se procedió a encuestar a todo el establecimiento. De todas formas, fueron entrevistados 3 cursos por cada nivel, con similares cantidades de alumnos entre ellos.

## 4.2 Capital Cultural

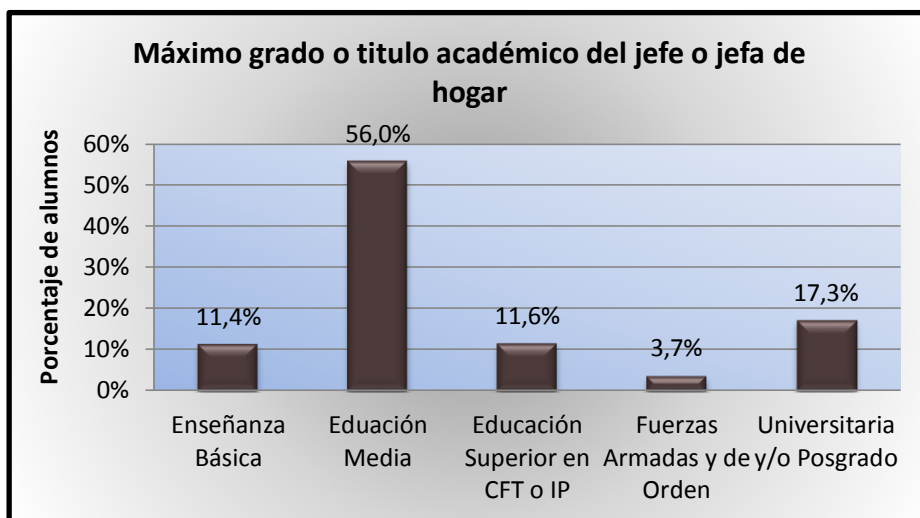


Gráfico 8

La mayoría de los jefes y/o jefas de hogar posee una Licencia de Enseñanza Media y en una menor medida

se encuentran quienes solo obtuvieron Educación Básica u obtuvieron un título en la Educación Superior. Al comparar el máximo grado o título académico del jefe o jefa de hogar según estrato (Ver “Gráfico 9”), constatamos lo esperable según la teoría bourdiana. Donde a pesar que el capital escolar no es heredable, cada clase social invertirá capital según su actitud hacia la cultura y en este caso hacia su educación. Si bien no podemos dar cuenta de una gran diferencia de clase, ya que no contamos con un conjunto de parámetros para establecerlas, si podemos evidenciar diferencias significativas. A saber: En el estrato “Municipal” existe una mayor presencia de jefes/as de hogar que solo alcanzaron la Enseñanza Básica como máximo nivel educativo que en el estrato “Subvencionado”. Al mismo tiempo, la presencia de profesionales casi se cuadruplica en el estrato “Subvencionado” en relación al estrato “Municipal”.

Estas diferencias nos permiten evidenciar una desigualdad de capital cultural entre los estratos propuestos y que como señalamos, son significativas y creemos influirán tanto en la demanda, como en las expectativas de consumo cultural.

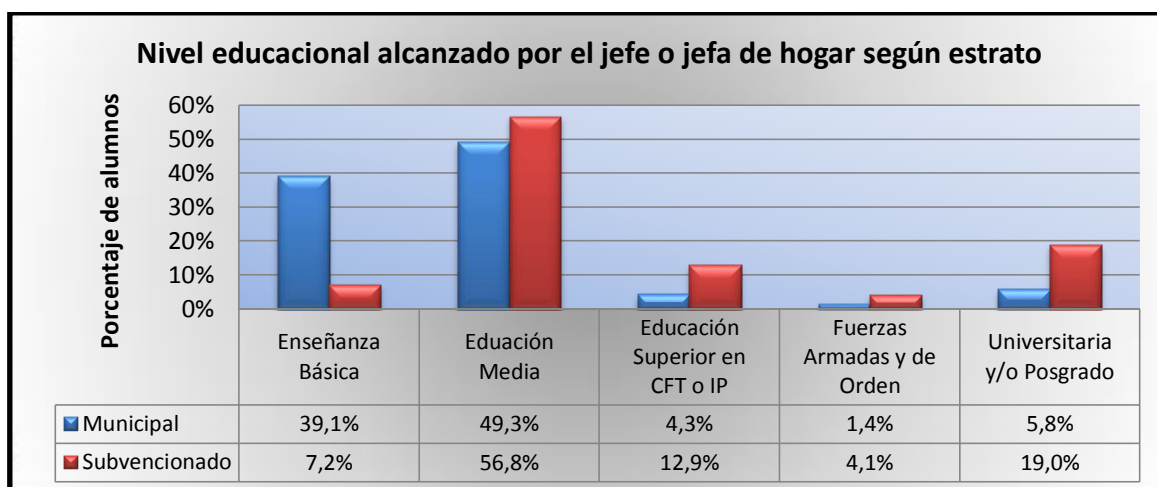


Gráfico 9

### 4.3 Demanda Cultural

#### 4.3.1 Consumo y acceso a bienes y servicios culturales

En términos de acceso a bienes y servicios culturales, podemos observar una discrepancia entre la “asistencia a actividades” y la “participación en cursos y talleres”.

Asistencia a actividades culturales en los últimos 12 meses. Total de la población		
	Ninguna (0) %	1 ó más %
Asistencia recitales poesía	92,8	7,2
Asistencia música docta o clásica	85,5	14,5
Asistencia danza	73,7	26,3
Asistencia teatro	67,1	32,9
Asistencia bibliotecas o presentación de libros	60,8	39,2
Asistencia a exposiciones de arte	57,1	42,9
Asistencia conciertos	54,8	45,2
Asistencia espectáculos folclóricos	53,1	46,9
Asistencia museos	52,7	47,3
Asistencia circo	48,5	51,5
Asistencia cine	30,0	70

Tabla 7

Como podemos apreciar, la mayoría de las actividades propuestas tiene un bajo nivel de asistencia anual, el cual no supera el 50%. Sin embargo, esta situación se ve contrastada cuando

observamos el alto nivel de participación en cursos y talleres culturales que tiene la población, el cual alcanza el 79% (ver gráfico 10). La primera consideración al respecto, tiene que ver con la ausencia de una audiencia constituida para la mayoría de las actividades culturales, exceptuando el “Cine”, donde casi 3 de cada 4

jóvenes ha asistido en el último año y es por lejos la actividad con más de 5 asistencias en los últimos 12 meses con un 15,9% (ver anexo 3), en este ámbito es secundado por el “Circo” con 6,7% (ver anexo 3).

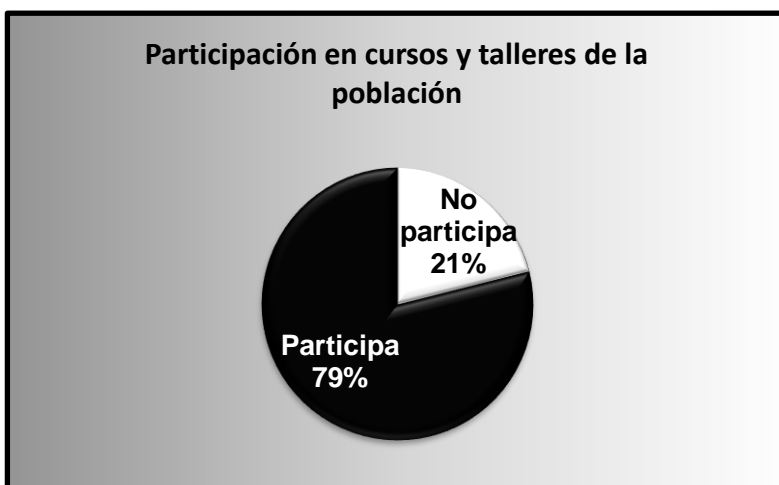


Gráfico 10

La alta asistencia al Cine, toma aun más valor considerando que en La Calera no hay Salas de Cine y la más cercana se encuentra en Quillota; la segunda consideración del

contraste, tiene que ver con la gran cantidad de jóvenes que han participado en cursos y talleres culturales. Este 79%, nos habla de jóvenes que han tenido o tienen la disposición a participar. Esto último es muy importante, pues recordemos que la participación en cursos y talleres culturales es una de las formas que promovieron los gobiernos de la concertación para la creación y fortalecimiento de las audiencias.

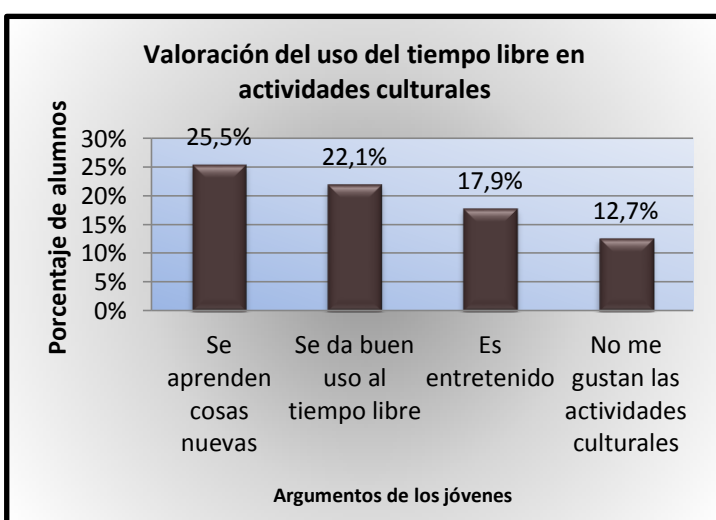


Gráfico 11 (Ver anexo 4 para conocer resumen de casos de las preguntas abiertas).

Esta alta participación podría relacionarse con la valoración positiva que tienen los jóvenes respecto a utilizar su tiempo libre en actividades culturales. Como podemos apreciar en el “Gráfico 11”, un 65,5% de quienes contestaron esta pregunta, tiene una valoración favorable del uso

del tiempo libre, el cual se distribuye en las categorías: “Se aprenden cosas nuevas; Se da buen uso al tiempo libre” y “Es entretenido”.

Participación en cursos y talleres culturales de la población		Demandas de cursos y talleres culturales de la población	
Cursos y talleres	% alumnos	Cursos y talleres	% alumnos
Ninguno	21,1	Cine	13,1
Danza	12	Pintura	12,0
Actuación	11,7	Actuación	9,1
Pintura	8,7	Malabarismo	9,0
Coro y canto	6,4	Danza	8,2
Música	6,1	Seminarios artísticos	8
Malabarismo	5,6	Animación	7,5
Artes literarias	5,5	Vestuario	6,9
Seminarios artísticos	5	Coro y canto	5,0
Cine	4,4	Escultura	4,4
Animación	3,3	Artes literarias	4,2
Otros	3,1	Música	3,5
Vestuario	3	Ninguno	3,1
Grabado	1,8	Otros	2,1
Escultura	1,8	Grabado	2
Seminarios de gestión cultural	0,5	Seminarios de gestión cultural	0,9
Total	100	Total	100

Tabla 8<sup>24</sup>

La “Tabla 8”, representa la distribución de los estudiantes en dos aspectos. A la izquierda agrupa la distribución de la “Participación en cursos y talleres” y a la derecha la distribución de la “Demanda de cursos y talleres”.

En rojo observamos por un lado que un 21% nunca ha participado en un taller cultural, y por otro, que de los jóvenes consultados sobre qué talleres les gustaría se impartieran en el Nuevo Centro Cultural de La Calera, solo un 3,1% manifiesta “Ninguno”. Si bien, no podemos asegurar que la construcción del Centro Cultural y la impartición de talleres provoquen un descenso considerable en la renuencia a participar, esta relación nos permite evidenciar una disposición a acceder y sobre todo a participar en estas actividades, pues el 96,9% manifiesta al menos la demanda de algún curso o taller.

<sup>24</sup> Se agruparon algunas categorías para dar más significación a estas. A saber: Danza moderna, Danza folclórica y Danza clásica, fueron agrupadas en la categoría “Danza”; Música folclórica y Música clásica, fueron agrupadas en la categoría “Música”; y Narrativa, cuentos y novelas, Poesía y Dramaturgia, fueron agrupadas en “Artes Literarias”.

En verde, señalamos las actividades que mayor participación presentan entre los estudiantes y que a la vez mantienen una alta demanda. Este hecho nos permite vislumbrar que la impartición de estos talleres, podría contar con un mayor éxito que otros talleres. Este atractivo se sustenta además, en que ya se encuentran posicionados dentro de la comunidad.

En amarillo, destacamos las actividades que cuentan con una alta participación, pero que en la relación participación-demanda experimentan una baja. Estas actividades son la “Danza” y la “Música”.

#### 4.3.2 Valoración de consumo de bienes y servicios culturales

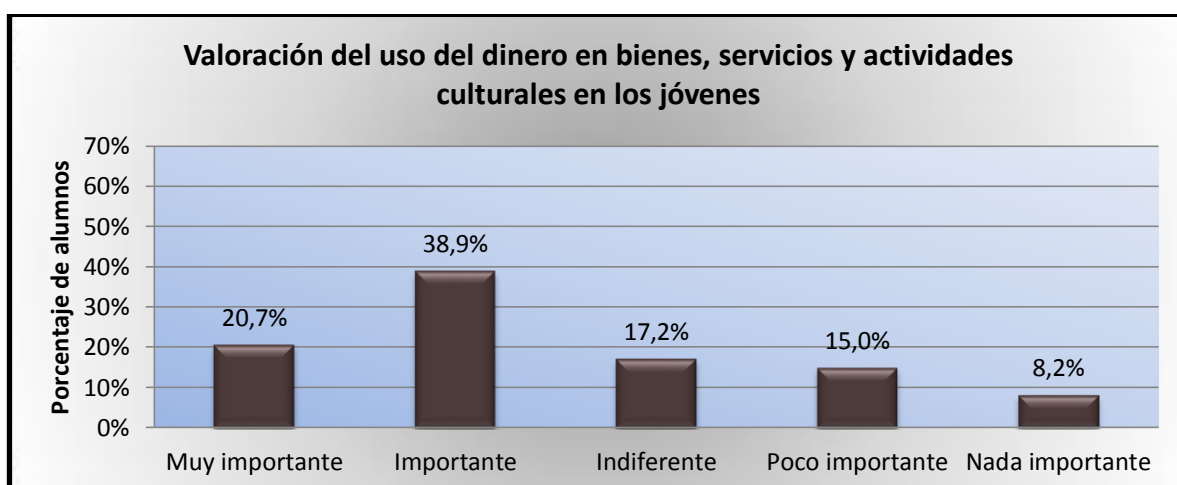


Gráfico 12

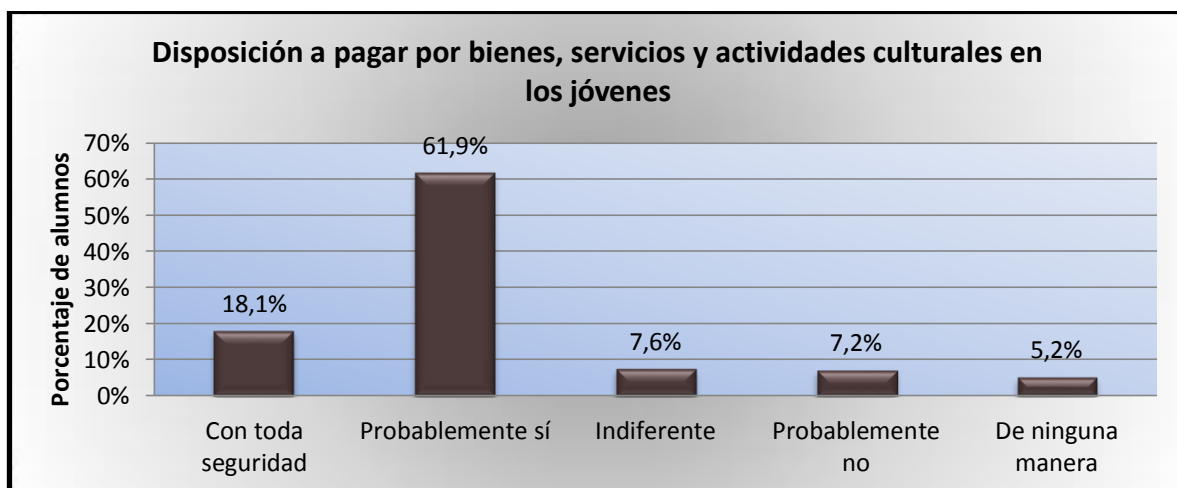


Gráfico 13

Los “Gráficos 12” y “13”, nos permiten comparar, por una parte, cómo se distribuye la “Valoración del uso del dinero” en bienes, servicios y actividades culturales, y por otra parte, la “Disposición al pago” respecto a los mismos mencionados anteriormente.

En esta comparación, observamos una “Valoración” media-alta respecto al uso del dinero (59,6%, sumando “Muy importante” e “Importante”) y al mismo tiempo una alta “Disposición” a pagar (80% sumando “Con toda seguridad” y “Probablemente sí”).

Consideramos relevante que exista una tendencia al alza desde la valoración del uso del dinero hacia la disposición a pagar, ya que nos permite establecer una coherencia entre estas dos variables: quien valora positivamente el uso del dinero en actividades culturales, también tendrá una disposición favorable a pagar por estas. No menos importante es que exista una mayor disposición al pago, respecto de la valoración del uso del dinero.

Como definimos anteriormente, una de las dimensiones que constituyen la variable “demanda cultural” tiene que ver con las disposiciones de los sujetos a destinar parte de su presupuesto al consumo de estos bienes, y como podemos apreciar, esta disposición es alta y puede relacionarse con la alta demanda de cursos y talleres (96,9%, ver “Tabla 8”). Ahora bien, más importante que la realización de talleres sea gratuita o no, lo relevante aquí son las condiciones favorables que se presentan en esta alta demanda de “cursos y talleres” y la baja asistencia a actividades culturales (ver “Tabla 7”), pues considerando que estas son escasas en la ciudad, nos permite suponer una audiencia bastante receptiva, sino ávida de más actividades culturales en la ciudad.

También resulta llamativo la diversidad de argumentos empleados para justificar la elección (ver “Gráfico 14” y “Gráfico 15”), dado que en la valoración del uso del dinero en actividades culturales, el énfasis se encuentra en lo educativo que puede resultar la experiencia y en el desarrollo que estas pueden alcanzar a través de su financiamiento. Argumentos muy distintos a los que se aprecian en la disposición al

pago, pues allí el énfasis se encuentra en el “gusto” que el sujeto posee (en términos bourdianos) y lo entretenido que puede ser la experiencia, en otras palabras: la valoración del uso del dinero se relaciona más con el capital cultural que se obtiene, mientras que la disposición al pago, se relaciona con el consumo determinado por el gusto, el cual opera en la conducta de distinción, a pesar de que los agentes no tengan plena conciencia de sus prácticas ni de sus consecuencias.

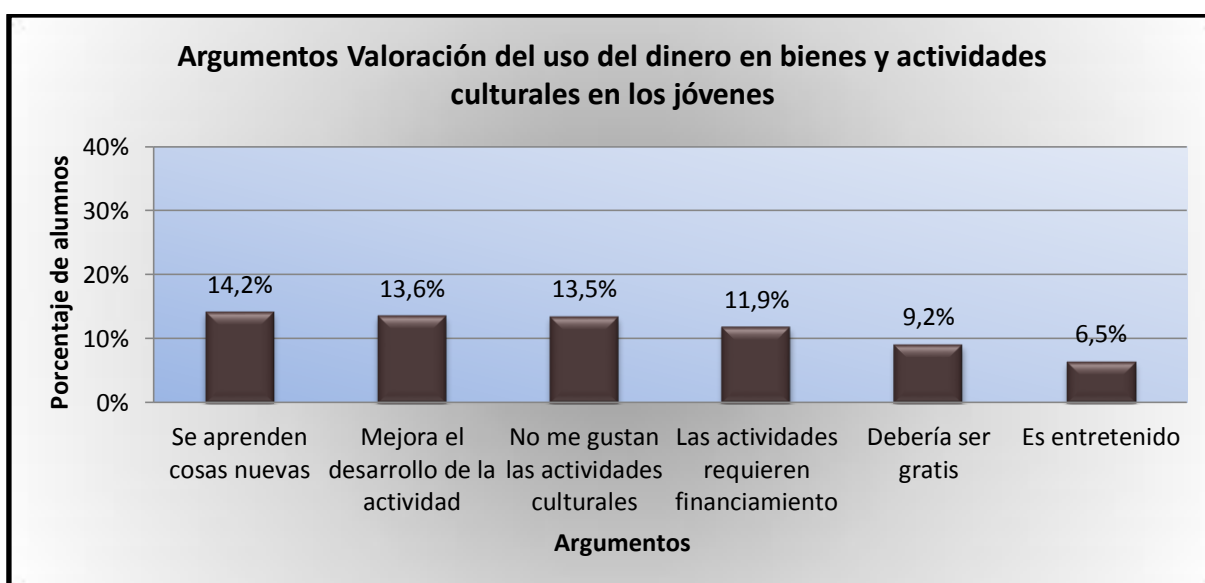


Gráfico 14

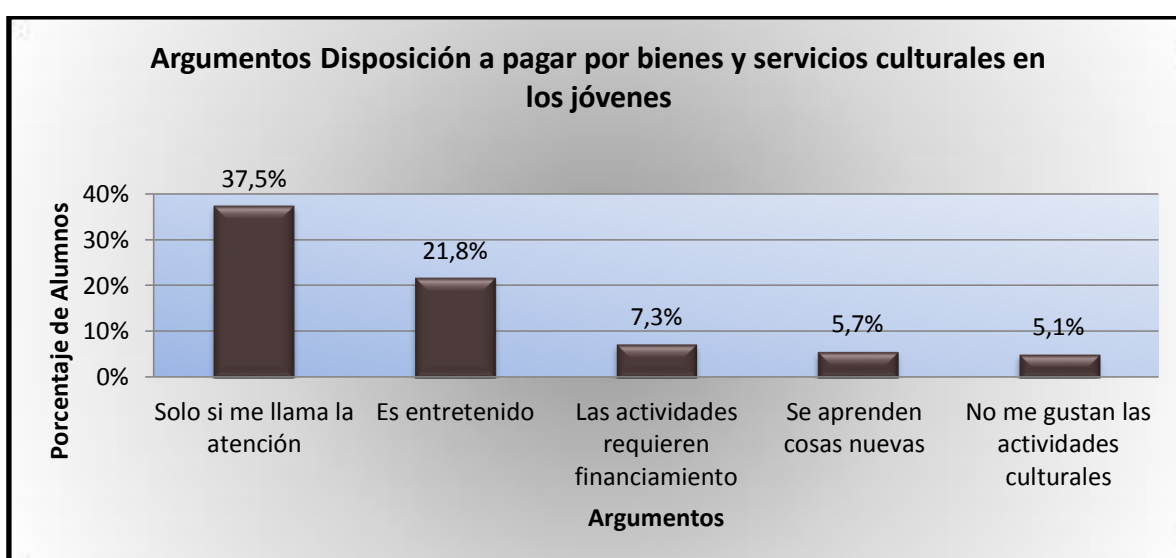


Gráfico 15

En relación a lo anterior, creemos que la alta valoración que los jóvenes otorgan al “uso del tiempo libre en actividades culturales” (ver “Gráfico 16”) refuerza la idea de

que existe una alta disposición a participar en el quehacer cultural, al menos en lo que respecta a manifestaciones artísticas.

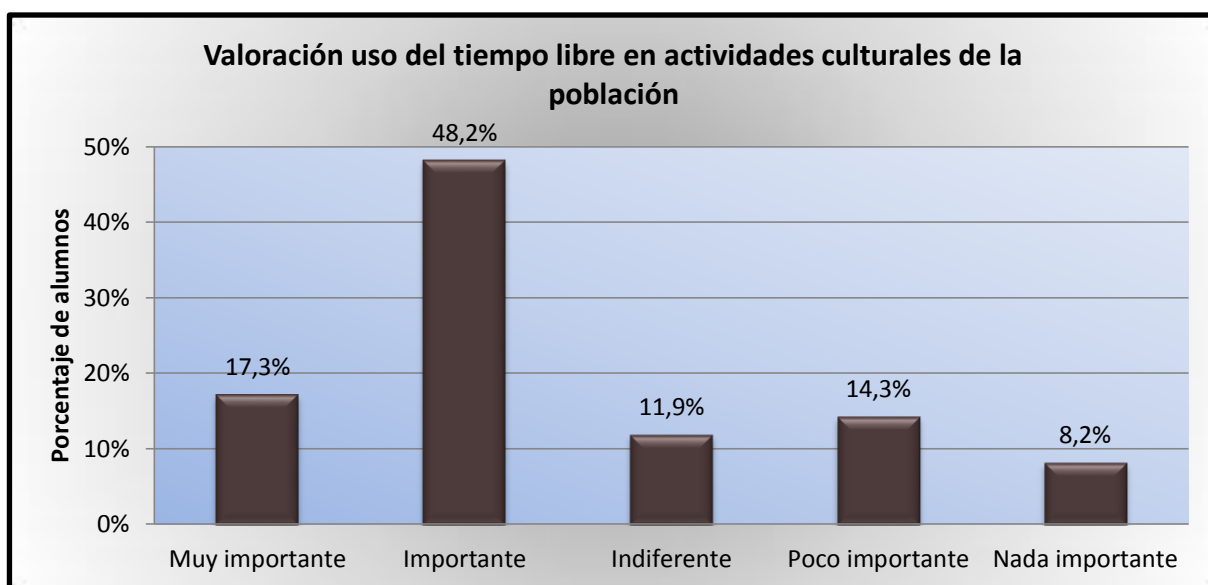


Gráfico 16

## 4.4 Expectativas

### 4.4.1 Expectativas sobre Participación

Propusimos cuatro afirmaciones a los jóvenes, donde el objetivo era conocer la disposición a participar en los talleres culturales que se espera se lleven a cabo en el Nuevo Centro Cultural de La Calera. Los resultados de estas afirmaciones son presentados a continuación:

Proposiciones	Muy de acuerdo De acuerdo	Indiferente	Muy en desacuerdo En desacuerdo
Participaría en un taller cultural si la asistencia y el tiempo de dedicación fuera flexible	73,1%	15,6%	11,4%
Participaría en un taller cultural si fuera gratuito	75,4%	16,8%	7,8%
Participaría en un taller cultural que fuera organizado por terceros.	50,8%	32,4%	16,8%
Participaría en un taller cultural si fuera exigente y entregara certificaciones.	52,9%	24,6%	22,6%

Tabla 9<sup>25</sup>

<sup>25</sup> Ver detalle en Anexo 5

En términos generales observamos una alta disposición a participar, lo que queda de manifiesto en la sección que destacamos en verde, donde las afirmaciones propuestas concentran las preferencias de los jóvenes en las categorías “Muy de acuerdo” o “De acuerdo”. En amarillo, advertimos la más alta “Indiferencia” registrada, sobre la cual consideramos que no influye negativamente en la disposición a participar, pues los argumentos entregados por los estudiantes respecto a destinar su tiempo libre<sup>26</sup> en talleres culturales manifiestan que es “Una forma de participar” y que se puede “Conocer gente nueva”, por tanto, esta “Indiferencia” a que Instituciones distintas a los establecimientos educacionales organicen talleres culturales, podría no ser una forma de rechazo, sino más bien una manifestación proclive a participar independiente de quien organice los talleres culturales.

En rojo señalamos la afirmación con mayor porcentaje de rechazo, donde a pesar de tener una alta disposición a participar, se manifiesta un rechazo a la certificación, y con esto a la institucionalidad o a la formalidad. Esto lo podemos contrastar con el alto porcentaje que desea participar en talleres donde el horario sea flexible. Recordemos además que los argumentos señalados anteriormente, sitúan el énfasis en la importancia de participar, más allá de obtener una certificación.

#### 4.4.2 Expectativas Educativas

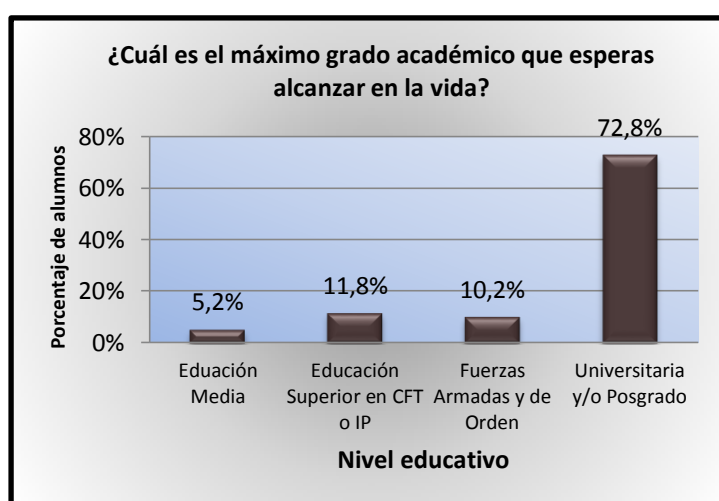


Gráfico 17

La mayoría de los jóvenes de La Calera tiene puestas sus expectativas educacionales en obtener y alcanzar un título o grado académico universitario, obteniendo esta preferencia

Ver Anexo 6: “Argumentos sobre valoración del uso del tiempo libre en cultura”.

un 72,8% entre los encuestados (Ver “Gráfico 17”) y se impone a las demás categorías de manera contundente. Sumando el porcentaje de jóvenes que pretende alcanzar Educación Superior en cualquiera de los distintos tipos de instituciones existentes, podemos dar cuenta que la mayoría es absoluta (en total un 95%) y que las expectativas de los jóvenes son claras, y se encuentran en la continuidad de estudios luego de terminar la “Enseñanza Media”. Esta alta expectativa, se explica además por la percepción que tienen los estudiantes respecto que actualmente es más fácil obtener títulos o grados académicos que en la época en que sus padres eran jóvenes, tal como podemos apreciar en el “Gráfico 18”.

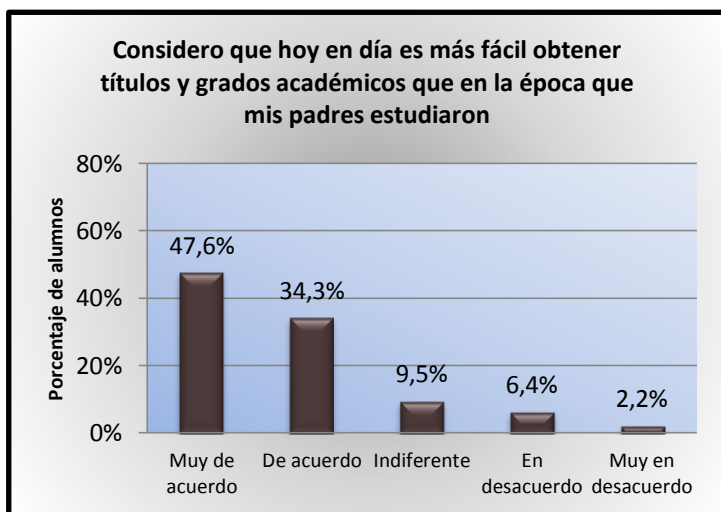


Gráfico 18

Esta percepción del acceso a la Educación Superior es dominante y alcanza un 81,9% en los jóvenes (sumando las categorías “Muy de acuerdo y “De acuerdo”. Ver “Gráfico 18).

#### 4.4.3 Expectativas Económicas

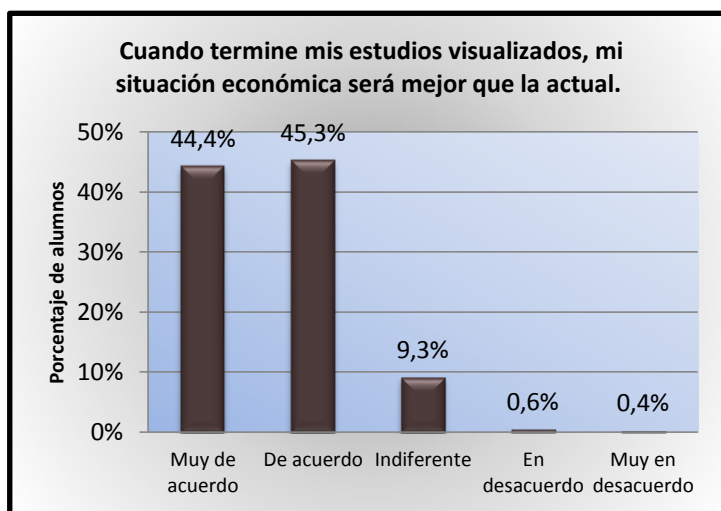


Gráfico 19

Al igual que las expectativas educativas, las expectativas económicas de los jóvenes también son altas. Al consultarles, por un lado, si su situación económica actual mejorará al finalizar sus estudios propuestos; y por

otro, si mejorará en relación a la situación económica de sus padres, manifiestan de

forma categórica que si mejorará. Así lo podemos observar en el “Gráfico 19” y “Gráfico 20”, donde para el primer caso un 90% manifiesta estar de acuerdo con la afirmación (sumando las categorías “Muy de acuerdo” y “De acuerdo”). En el segundo caso, si bien se mantiene una alta expectativa 78,4% (Ver “Gráfico 20”) observamos una fuga de casos desde la categoría “Muy de acuerdo” hacia la categoría “Indiferente” con un 20% (Ver “Gráfico 20”).

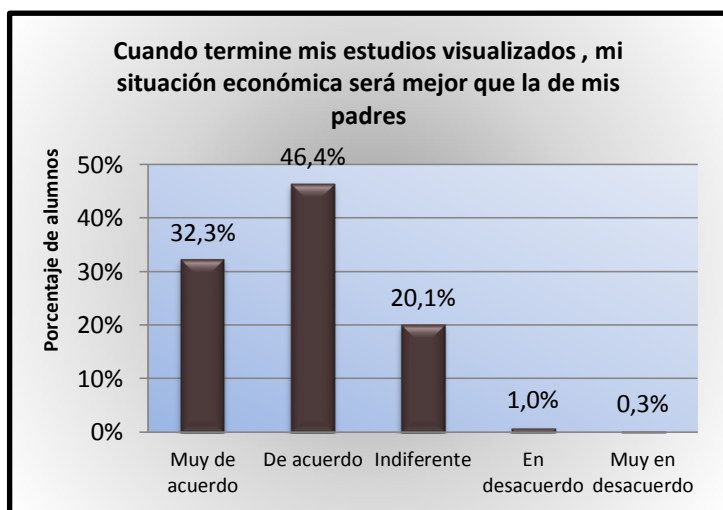


Gráfico 20

Esto resulta interesante, en cuanto los jóvenes manifiestan abiertamente querer mejorar su situación económica actual, sin embargo, al proponer la comparación con la de sus padres, los resultados son

menos claros. Si bien, las preguntas realizadas son muy similares, pues la situación económica actual depende en gran medida de sus padres, ya que los estudiantes en su mayoría son dependientes de ellos.

En el plano de las hipótesis, se podrían señalar algunos factores tales como: que la comparación con los padres puede resultar un tabú; o que el mejoramiento de su situación económica pase por ser independientes y tener capacidad de consumo, más allá de tener mayores ingresos que sus padres.

Como hemos podido apreciar, los jóvenes tienen altas expectativas tanto en lo educacional como en lo económico. En el “Gráfico 21”, se observan los principales argumentos esgrimidos para justificar sus preferencias educacionales. De este modo, podemos dar cuenta que existe una fuerte relación entre las expectativas observadas anteriormente, pues la educación superior es vista como un medio para: “Tener un futuro mejor” y “Ser alguien en la vida”. Al mismo tiempo, la educación se instala

como un bien, dentro de muchos otros bienes posibles de alcanzar, que están presentes en el modelo económico-cultural en que existimos.

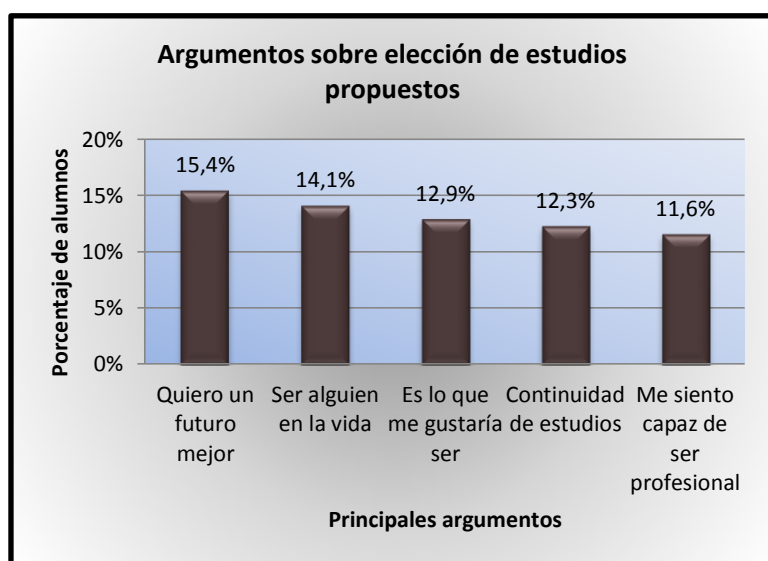


Gráfico 21 (Ver detalle en anexo 7).

En términos generales hemos constatado bajos niveles de consumo cultural y una gran expectativa educativa-económica, donde se trata la educación como un bien deseable, aunque pueda ser muy difícil de alcanzar.

### Preferencias y expectativas de consumo de bienes y servicios, una vez finalizados los estudios propuestos

Preferencias y expectativas de consumo una vez finalizados los estudios propuestos	Porcentaje (%)
Salir de vacaciones fuera de la ciudad	14,5
Ir al gimnasio	11,7
Ir al cine	11,2
Practicar algún deporte	10,4
Ir de compras a un mall	9,4
Asistir a conciertos	9,2
Ver fútbol en el estadio	8,8
Comer en restaurantes	4,7
Ir a la peluquería	4,4
Participar en talleres culturales	3,4
Libros	3,3
Asistir a exposiciones de arte	2,5
Ir al circo	2,3
Ir al teatro	2,2
Otro	1,4
Ninguno	0,7
<b>Total</b>	<b>100</b>

Tabla 10

Como vimos en capítulos anteriores, se presentó a los estudiantes 14 tipos de bienes, servicios y actividades, de los cuales la mitad se relacionaban directamente con lo cultural<sup>27</sup>, mientras que la otra mitad representaban otras prácticas de consumo. El objetivo es sopesar

<sup>27</sup> Si bien todo lo que se relaciona con el ser humano es cultural, debemos precisar que nos remitimos a la definición trabajada y definida a lo largo de este estudio.

las preferencias y expectativas de consumo cultural y cotejarlos con estímulos de otro tipo. En la “Tabla 10”, los bienes y servicios en color “verde” representan los de tipo cultural, mientras que los de color “amarillo”, representan los estímulos de cotejo.

Resulta evidente que las actividades culturales quedan desplazadas a un segundo plano, imponiéndose las prácticas definidas como “de cotejo”. En esta línea, no deja de sorprender que practicas como “Ir a la peluquería” se impongan sobre cinco categorías del tipo cultural. De esta situación que definimos como reveladora, generamos las siguientes reflexiones:

- Que si bien los estudiantes poseen una alta disposición a participar y al mismo tiempo, altas expectativas educacionales, sus expectativas de consumo cultural quedan relegadas a un plano secundario al ser comparadas frente a otros estímulos. En términos bourdianos, esto se explica por un habitus alejado de la actividad cultural, prueba de eso, es la baja asistencia a actividades culturales durante el último año.
- Que estamos en presencia de una audiencia que se caracteriza por tener una alta disposición a participar, pero que carece de los códigos necesarios para ser una audiencia crítica y dinámica.
- Que la situación del “Cine” es diferente pues: 1) mantiene una alta expectativa de asistencia una vez que los jóvenes hayan terminados sus estudios propuestos; 2) que además, sea la actividad con mayor asistencia en el los últimos 12 meses (ver “Tabla 7”); 3) y que sea el taller cultural más demandado (ver “Tabla 8”), lo posicionan como una actividad con una audiencia constituida, siendo que además supera la dificultad de la ausencia de salas de cine en la ciudad.
- Para finalizar, que las preferencias manifestadas por los jóvenes, responden a estímulos y condicionantes que ofrece el modelo económico y cultural, tanto en aspectos estéticos manifestados en categorías como “Ir a la peluquería”, como en la necesidad de distinguirse a través de ciertos elementos o estilos

de vida, como “Practicar algún deporte”, “Ir al gimnasio”, “Ir al mall” o “Salir de vacaciones fuera de la ciudad”.

#### 4.5 Principales análisis de resultados según estrato y sexo

En el presente apartado exponemos un análisis de los resultados comparativos según sexo y entre los estratos “Subvencionado” y “Municipal”. El objetivo es conocer las diferencias más significativas y/o resultados que no considerábamos esperables. Al mismo tiempo, podremos distinguir las características más representativas de cada uno de los estratos.

Asistencia a actividades culturales en los últimos 12 meses. Según estrato				
	Municipal	Subvencionado	Municipal	Subvencionado
	Ninguna(0) %	Ninguna (0) %	1 ó más %	1 ó más %
<b>Asistencia cine</b>	60,3%	25,2%	<b>39,7%</b>	<b>74,8</b>
<b>Asistencia recitales poesía</b>	91,8%	92,9%	8,2%	7,1
<b>Asistencia conciertos</b>	65,6%	53,0%	<b>34,4%</b>	<b>47</b>
<b>Asistencia espectáculos folclóricos</b>	51,0%	53,4%	<b>49,0%</b>	<b>46,6</b>
<b>Asistencia música docta o clásica</b>	82,9%	85,9%	17,1%	14,1
<b>Asistencia bibliotecas o presentación de libros</b>	66,5%	59,9%	33,5%	40,1
<b>Asistencia museos</b>	52,3%	52,7%	<b>47,7%</b>	<b>47,3</b>
<b>Asistencia a exposiciones de arte</b>	49,7%	58,2%	<b>50,3%</b>	<b>41,8</b>
<b>Asistencia teatro</b>	65,5%	67,4%	34,5%	32,6
<b>Asistencia circo</b>	49,7%	48,3%	50,3%	51,7
<b>Asistencia danza</b>	67,9%	74,6%	<b>32%</b>	<b>25,4</b>

Tabla 11<sup>28</sup>

Las secciones destacadas en la “Tabla 11” indican tres tipos de actividades culturales poseedoras de características específicas que influyen en la asistencia de los jóvenes. En primer lugar, la asistencia al “Cine” y a “Conciertos” implica el pago de una tarifa por un bien de consumo cultural que tiene un periodo de tiempo

<sup>28</sup> Ver detalle en anexo 8.

específico de exhibición, que en el caso de los conciertos es un día fijo, y en el cine, es el tiempo que dure la película en cartelera<sup>29</sup>. Este tipo de consumo cultural caracterizado por tener “tarifa” y un período de exhibición “finito”, posee en el caso del “Cine”, el doble de asistencia en el estrato Subvencionado en relación al Municipal. Mientras que para los “Conciertos”, existe una brecha considerable de un 12% también a favor del estrato Subvencionado.

Luego, tenemos la asistencia a “Museos” y a “Exposiciones de arte”, las cuales cuentan con un tiempo de exhibición más prolongado que el tipo anterior, e incluso a veces es permanente. Las tarifas no suelen ser altas y generalmente existen convenios para delegaciones estudiantiles. La gran dificultad es el desplazamiento hacia las ciudades como Santiago y Valparaíso, lugares donde se encuentran los museos más tradicionales. En relación a los datos recogidos, observamos una igual asistencia a “Museos” entre los estratos y una diferencia positiva en el caso de las “Exposiciones de arte” a favor del estrato Municipal.

Finalmente, en color celeste destacamos los tipos de actividades culturales que suelen presentarse a modo de exhibiciones gratuitas, en este caso “Espectáculos folclóricos” y “Danza”. En este tipo de actividades, el estrato Municipal tiene una mayor participación, principalmente en el caso de la “Danza”.

En términos generales observamos dos situaciones que analizamos a continuación: En primer lugar, que el estrato “Municipal” asiste en mayor medida a actividades que el estrato “Subvencionado”, a saber 7 de 11. Sin embargo, dado los márgenes de error del presente estudio y la baja contundencia en las diferencias, consideramos que no es un dato confiable en su totalidad. Al contrario y en segundo lugar, observamos que el estrato “Subvencionado” posee diferencias demasiado contundentes en las actividades que más participa. Este hecho marca la tendencia

---

<sup>29</sup> Hay que considerar además, que la reproducción ilegal de las películas vía internet o a través de DVD's, tiende a influir negativamente en la motivación de los sujetos para asistir al cine.

para considerar a este estrato, como el que más participación tiene en actividades culturales.

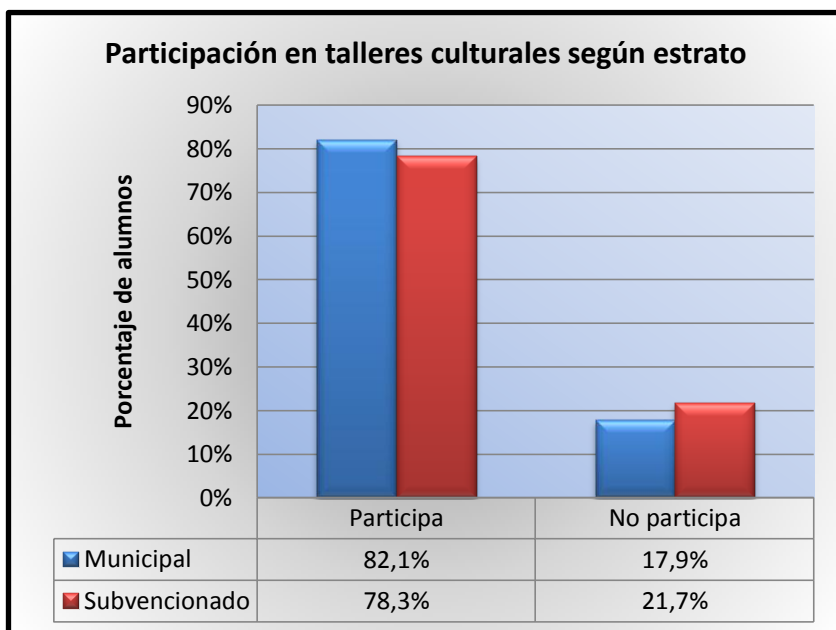


Gráfico 22

La participación en talleres culturales es muy similar en ambos estratos, ante lo cual nos atrevemos a señalar que la impartición de talleres culturales por parte del Nuevo Centro Cultural de La Calera,

no debiera tener mayores diferencias en cada grupo.

	Municipal	Subvencionado
Música	9,1%	13,1%
Actuación	9,3%	12,2%
Malabarismo	9,5%	4,9%
Vestuario	7,2%	2,2%

Tabla 12<sup>30</sup>

Distinto es el caso cuando observamos con detención en cada taller, ya que podemos identificar algunas preferencias

e intereses. En el estrato Municipal la tendencia nos indica que el “Malabarismo” y el “Vestuario” tienen o han tenido mayor adhesión, mientras que lo mismo ha sucedido con “Actuación” y “Música” en el estrato Subvencionado. Cabe señalar, que la actuación, también tiene una importante adhesión en el estrato “Municipal”.

	Masculino	Femenino
Danza	6,7%	18,7%
Vestuario	1,7%	4,5%
Ninguno	23,1%	18,5%

Tabla 13<sup>31</sup>

En términos generales no existen mayores diferencias de género en la participación

<sup>30</sup> Ver detalle en anexo 9.

<sup>31</sup> Ver detalle en anexo 10.

de talleres culturales, salvo en dos tipos de actividades, donde las mujeres concentran una mayor participación. Estas son el “Vestuario” y la “Danza”. Desagregamos esta última actividad en la “Tabla 14”, para señalar que los hombres también han participado en danzas folclóricas, incluso pudiendo superar a las mujeres.

Detalle participación talleres de “Danza” según sexo		
	Masculino	Femenino
Danza moderna	1,6%	9,6%
Danza clásica	0,2%	5,7%
Danza folclórica	4,7%	3,4%

Tabla 14

### Principales diferencias en la Demanda de Talleres Culturales

Principales diferencias en la demanda de talleres culturales según estrato		
	Municipal	Subvencionado
Cine	10%	13,6%
Vestuario	10,4%	6,3%

Tabla 15

La demanda de talleres culturales tiende a ser bastante homogénea entre los

estratos<sup>32</sup>. Las principales diferencias están expuestas en la “Tabla 15”, las cuales no resultan ser tan lejanas ni abismantes entre ellas. Sin embargo, las diferencias de género resultan ser mucho más profundas y tienen un marcado componente de rol. Así lo podemos apreciar en la “Tabla 16”.

Demanda de Talleres culturales según Sexo			Demanda de Talleres culturales según Estrato		
	Masculino (%)	Femenino (%)		Municipal (%)	Subvencionado (%)
Coro y canto	4,6	5,3	Coro y canto	3,5	5,2
Música clásica	4,1	1,2	Música clásica	3,4	2,6
Música folclórica	2,8	0,7	Música folclórica	1,9	1,8
<b>TOTAL MÚSICA</b>	<b>11,5</b>	<b>7,2</b>	<b>TOTAL MÚSICA</b>	<b>8,8</b>	<b>9,6</b>
Danza moderna	2,4	9,6	Danza moderna	6,9	5,7
Danza clásica	0,3	2,1	Danza clásica	1,8	1,1
Danza folclórica	1,2	1,2	Danza folclórica	1,5	1,2
<b>TOTAL DANZA</b>	<b>3,9</b>	<b>12,9</b>	<b>TOTAL DANZA</b>	<b>10,2</b>	<b>8</b>

Tabla 16

<sup>32</sup> Ver detalle en anexo 11

En color amarillo destacamos las principales diferencias de género mencionadas anteriormente. En términos sencillos, podríamos decir que el género masculino tiene mayor interés en la música, mientras que las mujeres se inclinan por la danza. En verde, constatamos que estas diferencias de género, se difuminan en la comparación entre estratos. Otra situación a destacar es la coherencia existente entre la “participación” de las mujeres en talleres de danza (ver “Tabla 14”) y la “demanda” recientemente expuesta. Esta coherencia nos permite señalar una disposición proclive al desarrollo de esta actividad en la comuna. Cabe señalar, que esta situación no se replica en los hombres y su “participación” en danzas folclóricas y la “demanda” de este taller, pues existe un descenso considerable.

**Diferencias en Valoración del uso del dinero y en la Disposición al Pago en bienes y actividades culturales.**

Valoración uso del dinero en bienes y actividades culturales			Disposición al pago por bienes y actividades culturales			
	Muy Importante – Importante (%)	Indiferente (%)	Poco Importante – Nada importante (%)	Con toda Seguridad – Probablemente sí (%)	Indiferente (%)	Probablemente no – De ninguna manera (%)
<b>Municipal</b>	58,5	15,7	25,7	75,3	5,8	18,8
<b>Subvencionado</b>	59,7	17,6	22,7	80,6	8	11,4
<b>Masculino</b>	60,9	19	20,1	75,2	10	14,9
<b>Femenino</b>	58,8	14,2	27	85,5	4,9	9,3

Tabla 17

En la “Tabla 17” presentamos las variables “Valoración del uso del dinero en bienes y actividades culturales” y “Disposición al pago por bienes y actividades culturales”, cruzadas tanto por estrato y por sexo.

La “Valoración” del uso del dinero no tiende a verse afectada por el estrato al que se pertenezca. Sin embargo, esta situación cambia levemente según el sexo, pues las mujeres tienden a valorar menos el uso del dinero en actividades culturales.

Respecto a la “Disposición a pagar”, observamos que existe un mayor rechazo en el estrato Municipal por sobre el Subvencionado, y en el caso del sexo, se invierte la relación que observamos en la “Valoración del uso del dinero”, pues esta vez, las mujeres tienen una mayor disposición al pago. Esto a pesar de la menor valoración que otorgan.

### Diferencias en la Valoración del tiempo libre

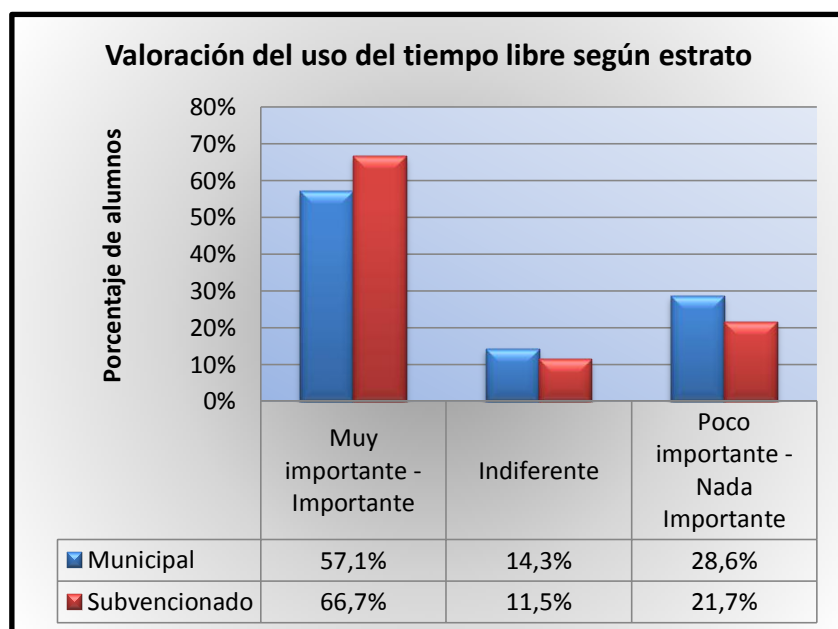


Gráfico 23

Existe una mayor valoración del uso del tiempo libre en el estrato subvencionado, hecho que viene a complementar la mayor disposición al pago por un bien cultural. Como veremos en el próximo capítulo, existe una

relación entre estas variables.

El sexo influye mucho en la disposición a usar el tiempo libre en las actividades culturales, así lo observamos en el “Gráfico 24”, donde las mujeres tienen una mayor disposición a destinar su tiempo en actividades culturales.

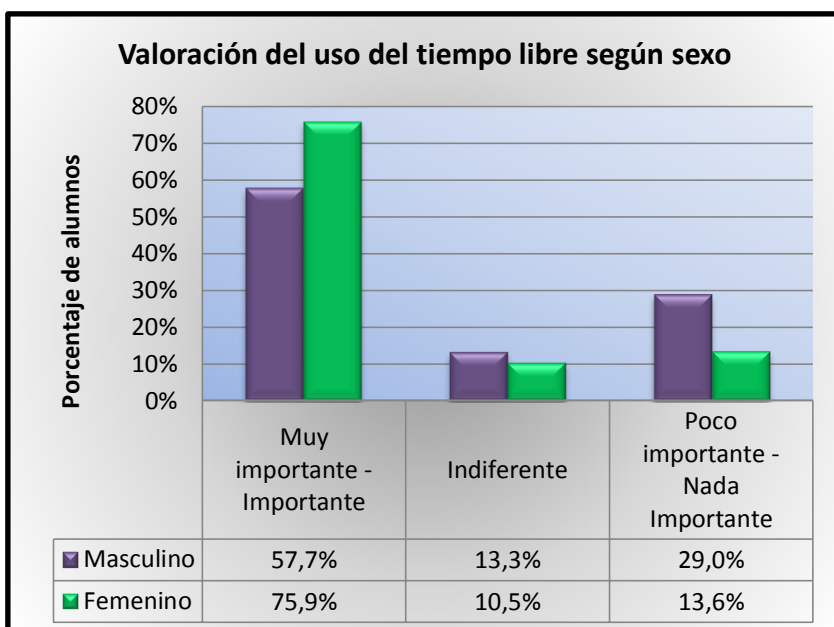


Gráfico 24

**Principales diferencias en la disposición a participar en talleres culturales, según estrato y sexo.**

Hemos diseñado dos tablas que permiten observar el comportamiento de la disposición a participar según sexo y estrato, las cuales presentamos a continuación:

	Estrato	Muy de acuerdo – De acuerdo (%)	Indiferente (%)	En Desacuerdo – Muy en desacuerdo (%)
Participaría en un Taller cultural si la asistencia y el tiempo de dedicación fueran flexibles.	Municipal	68,6	17,1	14,2
	Subvencionado	73,7	15,3	10,9
Participaría en un Taller cultural si fuera gratuito.	Municipal	77,4	11,3	11,2
	Subvencionado	75	17,6	7,3
Participaría en un Taller cultural que fuera organizado por terceros.	Municipal	52,1	29,6	18,3
	Subvencionado	50,7	32,9	16,4
Participaría en un Taller cultural si fuera exigente y entregara certificaciones.	Municipal	50	22,9	27,2
	Subvencionado	53,3	24,9	21,8

Tabla 18

La “Tabla 18” muestra la disposición de los estratos a participar en talleres culturales, que como vemos, es bastante homogénea entre ambos grupos. Las mayores diferencias las podemos apreciar en la “Disposición a participar si los talleres son flexibles en la asistencia y la duración”, pues en este caso, el estrato Municipal manifiesta una menor disposición en relación a los Subvencionados. Asimismo, este estrato manifiesta el mayor grado de desacuerdo, en participar de talleres “exigentes y certificados”, lo que se podría interpretar como una falta de interés de esa condición, más que un rechazo a participar.

	Sexo	Muy de acuerdo – De acuerdo (%)	Indiferente (%)	En Desacuerdo – Muy en desacuerdo (%)
Participaría en un Taller cultural si la asistencia y el tiempo de dedicación fueran flexibles.	Masculino	67,7	17,7	14,6
	Femenino	79,9	12,9	7,1
Participaría en un Taller cultural si fuera gratuito.	Masculino	69,2	19	11,8
	Femenino	82,9	14	3,1
Participaría en un Taller cultural que fuera organizado por terceros.	Masculino	40,8	36	23,2
	Femenino	63,4	28,1	8,5
Participaría en un Taller cultural si fuera exigente y entregara certificaciones.	Masculino	46,1	26,1	27,8
	Femenino	62,1	22,9	15

Tabla 19

Hemos destacado, a través de una columna de color verde en la “Tabla 19”, las diferencias que evidenciamos en la disposición a participar según el sexo. Es así como observamos una notoria mayor disposición a participar en actividades culturales por parte de las mujeres por sobre los hombres, lo cual se replica en cada

una de las condiciones de las afirmaciones que propusimos a los estudiantes. Junto a lo anterior, los hombres son los que manifiestan estar más en “Desacuerdo” con participar en talleres culturales que sean “exigentes y certificados”.

### Principales diferencias en las expectativas educacionales, según estrato y sexo.

En el “Gráfico 25”, se desprenden diversas situaciones que a continuación pasamos a describir:

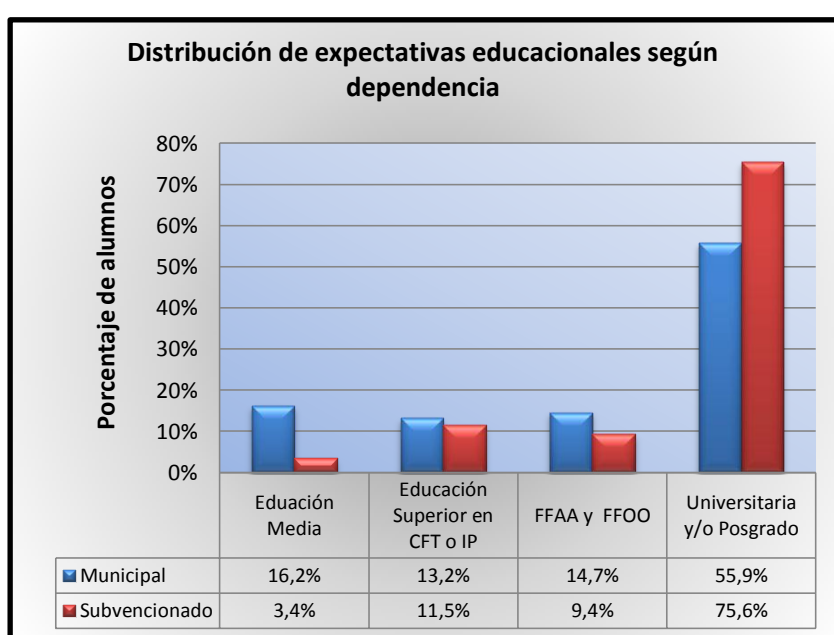


Gráfico 25

La primera de ellas y la más notoria, es la diferencia en las expectativas respecto a los estudios universitarios. Donde observamos que más de un 75% de los estudiantes de colegios

subvencionados tienen expectativas de una educación superior universitaria. En el caso de los estudiantes de establecimientos municipales, esta cifra desciende drásticamente a un 55,9%.

En datos señalados anteriormente, pudimos observar cómo se concentraban los jefes y jefas de hogar que poseían un título universitario en el estrato subvencionado, mientras que los jefes y jefas de hogar con estudios de nivel básico se concentraban en el estrato municipal. De esta forma constatamos cómo la estructura familiar opera en los hábitos de los jóvenes, determinando en ciertos aspectos su futuro educacional.

Lo anterior, no solo queda de manifiesto en las expectativas universitarias de los jóvenes de colegios subvencionados, sino que además, queda de manifiesto en la diferencia que existe entre ambos estratos en relación a no cursar más estudios luego de terminar la enseñanza media. Cabe señalar que esta opción es casi nula en el estrato mencionado recientemente, mientras que alcanza un 16,2% en el estrato municipal.

Por último, señalar que la opción de ingresar a las FFAA o FFOO, se encuentra en mayor medida en los jóvenes de la educación pública.

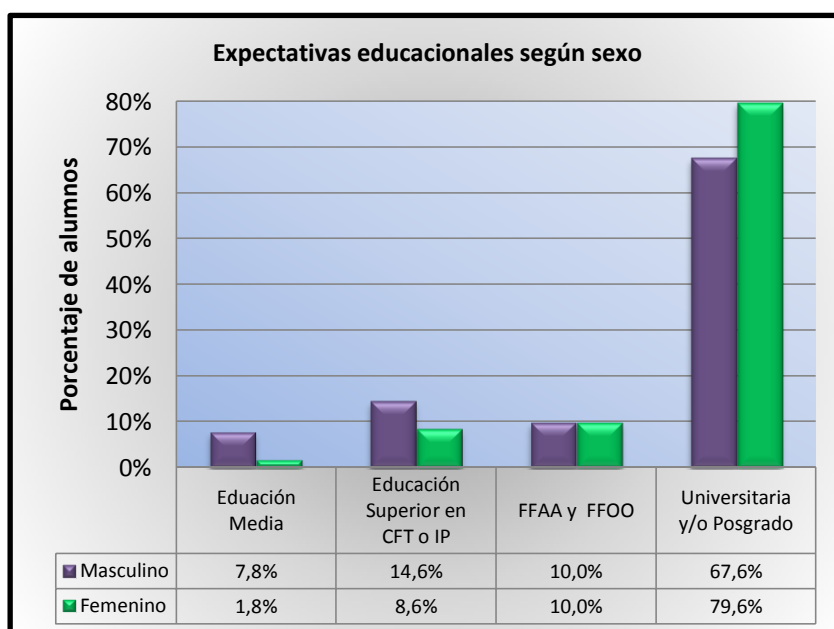


Gráfico 26

En el “Gráfico 26”, observamos dos situaciones que resultan interesantes de analizar. La primera tiene que ver con el porcentaje de jóvenes que pretende ingresar a las FFAA o FFOO, el cual

corresponde a un 10% tanto en hombres como mujeres. Esta situación resulta llamativa, pues históricamente este rol ha sido desempeñado por el género masculino y solo en la última década se han elaborado políticas para incluir a la mujer. Si bien, aún no existen mujeres que hayan alcanzado las máximas jefaturas castrenses, resulta evidente que la vida militar o policial se ha constituido como una real opción a los ojos de las mujeres que están cursando la enseñanza media, o al menos esta opción se sitúa a la par con la de los hombres. La segunda situación a resaltar, es la mayor expectativa en estudios universitarios que tienen las mujeres en relación a los hombres. Lo resaltamos, ya que algunos

estudios señalan que existen mayores dificultades en el acceso a la educación superior en el caso de las mujeres (ver “Tabla 20”). Los resultados expresados en el “Gráfico 26”, nos indican que las expectativas y la disposición de las mujeres a estudiar en la Universidad, pueden ser incluso superiores a la de los hombres, tal como queda demostrado en el estudio que hemos desarrollado.

**Cuadro 5**

Nivel educacional	Hombres	Mujeres
	%	%
Sin estudios formales / Educación Básica Incompleta	6,5	6,8
Educación Básica Completa	5,6	9,9
Educación Media Incompleta	24,4	28,6
Educación Media Completa	23,1	29,3
Estudios superiores	40,4	25,4

**Tabla 20** (Aguayo, et al., 2011, p. 21.)

“Comparativamente, hay algunas diferencias importantes en el nivel educacional entre uno y otro grupo, ya que las mujeres cuentan en promedio con un menor nivel educacional que los hombres, lo que podría deberse a un techo de vidrio para llegar a la educación superior, es decir, una inequidad de género en el acceso a mayor escolaridad” (Ibídem, 2011, p.21).

**Diferencias en las expectativas de consumo de bienes y servicios, una vez finalizados los estudios propuestos según estrato y sexo.**

Recordando que en la “Tabla 10”, las expectativas de consumo cultural quedaron relegadas a un segundo plano al ser cotejadas en conjunto a otro tipo de bienes y servicios, señalamos que en este apartado se expondrán las principales diferencias según estrato y sexo.

Respecto a las diferencias existentes según estrato, podemos observar en el “Gráfico 27” que principalmente son cuatro, de las cuales “Practicar algún deporte”,

“Ver fútbol en el estadio” y “Libros” tienen una mayor connotación en el estrato Subvencionado, mientras que el único consumo que se podría asociar exclusivamente al estrato Municipal es “Ir a la peluquería”.

Las diferencias de género, en cambio, están mucho más marcadas a la hora de manifestar las expectativas de consumo. Es así como las mujeres sobresalen notoriamente, en actividades como “Ir a la peluquería” y “Salir de vacaciones fuera de la ciudad”. Además, la actividad “Ir al mall”, que se constituye como símbolo del modelo económico y cultural en las sociedades neoliberales, resulta ser más atractivo en las mujeres que en los hombres. En el caso del género masculino, también podemos observar la reproducción de roles, como en el caso de “Practicar algún deporte” y de “Ver futbol en el estadio”.

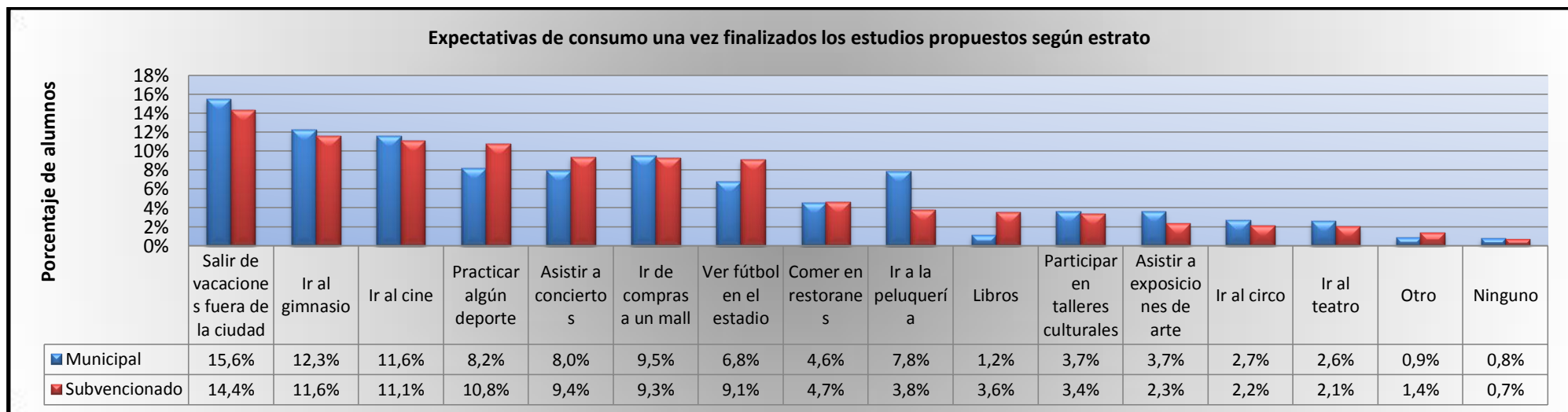


Gráfico 27

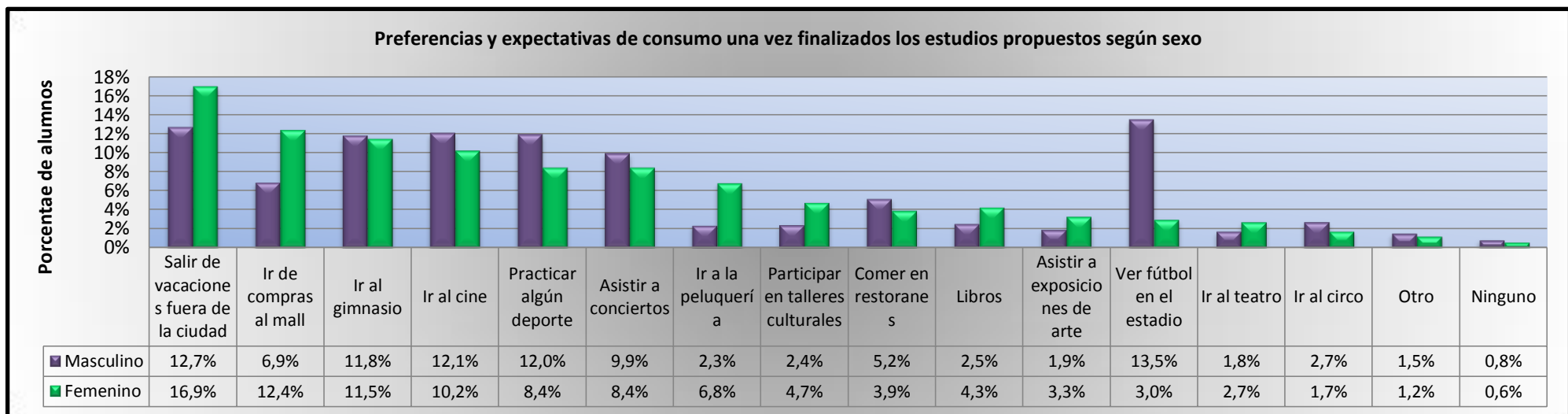


Gráfico 28

## 4.6 Pruebas de hipótesis

Realizaremos pruebas de hipótesis, para comprobar si existe o no relación entre las variables descritas en el presente estudio. Estas pruebas se realizarán a través del test chi cuadrado, del cual ofrecemos una breve definición:

“Es un modelo matemático o *test* para el cálculo de la confiabilidad o significado de diferencias entre frecuencias esperadas ( $f_e$ ) y frecuencias observadas ( $f_o$ ). La utilidad de este *test* no-paramétrico para variables nominales reside en su aplicación para prueba de hipótesis para tres tipos de situaciones:

- a) Prueba de hipótesis referidas al grado de discrepancia entre frecuencias observadas y frecuencias esperadas, cuando se trabaja sobre la base de principios apriorísticos;
- b) Pruebas de hipótesis referidas a la ausencia de relación entre dos variables. Se trata de pruebas de independencia estadística y son trabajadas en base a cuadros de contingencia, y
- c) Pruebas referidas a la bondad de ajuste. En este caso se trata de comprobar si es razonable aceptar que la distribución empírica dada (datos observados), se ajusta a una distribución teórica, por ejemplo, binominal, normal, Poisson, etc. (datos esperados)” (Padua et al, 1979, p. 282).

Consideraciones previas:

- 1) Nuestras pruebas de hipótesis se realizarán bajo la situación b) anteriormente descrita.
- 2)  $H_0$  será rechazada si el **p** valor de chi-cuadrado es  $\leq 0,05$ .
- 3)

“Suele asumirse que, si existen frecuencias esperadas menores que 5, éstas no deben superar el 20 por ciento del total de frecuencias esperadas (...) En el caso de que ese porcentaje supere el 20 por ciento, el estadístico de Pearson debe interpretarse con cautela” (UCM, 2012, p. 10).

A continuación hacemos presentación de nuestras hipótesis:

**Hipótesis 1:**

**H0:** “La dependencia del establecimiento educacional donde estudian los jóvenes de La Calera **NO** se encuentra relacionada con el nivel educacional de los jefes y jefas de hogar con que viven”

**H1:** “La dependencia del establecimiento educacional donde estudian los jóvenes de La Calera se encuentra relacionada con el nivel educacional de los jefes y jefas de hogar con que viven”

Tabla de contingencia Dependencia * Máximo grado académico jefe de hogar						
		Recuento				Total
		Máximo grado académico jefe de hogar				
Dependencia		Enseñanza	Educación	CFT, IP, FFAA y FFOO	Universitaria y/o Posgrado	I
		Básica	Media			
Dependencia	Municipal	27	34	4	4	69
	Particular	32	251	75	84	442
	Subvencionado					
Total		59	285	79	88	511

Tabla 21

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	64,038 <sup>a</sup>	3	,000
Razón de verosimilitudes	50,626	3	,000
Asociación lineal por lineal	35,419	1	,000
N de casos válidos	511		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 7,97.

Tabla 22

**Conclusión:** Dado que el **p** valor de chi-cuadrado es  $0 \leq 0,05$ . Se concluye rechazar H0 y se acepta H1.

## Hipótesis 2:

**H0:** “La dependencia del establecimiento educacional al que asisten los jóvenes de La Calera, **NO** está relacionada con la disposición a participar en talleres culturales gratuitos”.

**H1:** “La dependencia del establecimiento educacional al que asisten los jóvenes de La Calera, está relacionada con la disposición a participar en talleres culturales gratuitos”.

		Recuento					Total
		Participaría en un taller cultural si fuera gratuito					
		Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	
Dependencia	Municipal	28	27	8	4	4	71
	Particular	164	173	79	10	23	449
	Subvencionado						
	Total	192	200	87	14	27	520

Tabla 23

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,285 <sup>a</sup>	4	,369
Razón de verosimilitudes	3,916	4	,418
Asociación lineal por lineal	,004	1	,947
N de casos válidos	520		

a. 2 casillas (20,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,91.

Tabla 24

**Conclusión:** Dado que el **p** valor de chi-cuadrado es ,369 e  $\geq 0,05$ . Se concluye no rechazar H0. Por lo tanto existe independencia entre las variables.

### Hipótesis 3:

**H0:** “Las expectativas académicas de los jóvenes de La Calera **NO** están relacionadas con la dependencia del establecimiento educacional al que asisten”.

**H1:** “Las expectativas académicas de los jóvenes de La Calera están relacionadas con la dependencia del establecimiento educacional al que asisten”.

Tabla de contingencia Dependencia * ¿Cuál es el máximo título o grado académico que esperas alcanzar en la vida?					
Recuento		¿Cuál es el máximo título o grado académico que esperas alcanzar en la vida?			Total
		Enseñanza media	CFT, IP, FFAA o FFOO	Universitaria y/o Posgrado	
Dependencia	Municipal	11	19	38	68
	Particular	15	91	329	435
	Subvencionado				
Total		26	110	367	503

Tabla 25

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,901 <sup>a</sup>	2	,000
Razón de verosimilitudes	17,570	2	,000
Asociación lineal por lineal	19,243	1	,000
N de casos válidos	503		

a. 1 casillas (16,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,51.

Tabla 26

**Conclusión:** Dado que el **p** valor de chi-cuadrado es 0 e  $\leq 0,05$ . Se concluye rechazar H0 y se acepta H1.

#### Hipótesis 4:

**H0:** “El sexo de los jóvenes **NO** está relacionado con las expectativas académicas que tienen los estudiantes de La Calera”

**H1:** “El sexo de los jóvenes está relacionado con las expectativas académicas que tienen los estudiantes de La Calera”

Tabla de contingencia Sexo * ¿Cuál es el máximo título o grado académico que esperas alcanzar en la vida?					
Recuento		¿Cuál es el máximo título o grado académico que esperas alcanzar en la vida?			Total
		Enseñanza media	CFT, IP, FFAA o FFOO	Universitaria y/o Posgrado	
Sexo	Masculino	22	69	190	281
	Femenino	4	41	176	221
Total		26	110	366	502

Tabla 27

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,141 <sup>a</sup>	2	,001
Razón de verosimilitudes	14,272	2	,001
Asociación lineal por lineal	12,474	1	,000
N de casos válidos	502		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 11,45.

Tabla 28

**Conclusión:** Dado que el **p** valor de chi-cuadrado es ,001 e  $\leq 0,05$ . Se concluye rechazar H0 y se acepta H1.

**Hipótesis 5:**

**H0:** “El curso al que pertenecen los jóvenes **NO** está relacionado con la valoración del uso del tiempo libre en actividades culturales”

**H1:** “El curso al que pertenecen los jóvenes está relacionado con la valoración del uso del tiempo libre en actividades culturales”

Tabla de contingencia Curso * En su opinión, destinar su tiempo libre para participar en actividades culturales le parece:					
Recuento		En su opinión, destinar su tiempo libre para participar en actividades culturales le parece:			Total
		Muy importante e Importante	Indiferente	Poco importante y Nada importante	
Curso	1° medio	122	13	62	197
	2° medio	114	27	27	168
	3° medio	106	22	30	158
	Total	342	62	119	523

Tabla 29

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19,131 <sup>a</sup>	4	,001
Razón de verosimilitudes	19,466	4	,001
Asociación lineal por lineal	4,314	1	,038
N de casos válidos	523		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 18,73.

Tabla 30

**Conclusión:** Dado que el **p** valor de chi-cuadrado es ,001 e  $\leq 0,05$ . Se concluye rechazar H0 y se acepta H1.

### Hipótesis 6:

**H0:** La Valoración del uso del dinero **NO** se encuentra relacionada con la disposición a pagar por bienes culturales”.

**H1:** “La Valoración del uso del dinero se encuentra relacionada con la disposición a pagar por bienes culturales”.

### Hipótesis 7:

**H0:** La Valoración del uso del dinero en el Estrato “Municipal” **NO** se encuentra relacionada con la disposición a pagar por un bienes culturales”.

**H1:** “La Valoración del uso del dinero Estrato “Municipal” se encuentra relacionada con la disposición a pagar por un bienes culturales”.

### Hipótesis 8:

**H0:** La Valoración del uso del dinero en el Estrato “Subvencionado” **NO** se encuentra relacionada con la disposición a pagar por un bienes culturales”.

**H1:** “La Valoración del uso del dinero Estrato “Subvencionado” se encuentra relacionada con la disposición a pagar por un bienes culturales”.

Tabla de contingencia Valoración uso del dinero en bienes culturales * Disposición a pagar por bienes culturales * Dependencia						
Recuento Dependencia		Disposición a pagar por un espectáculo cultural			Total	
		Con toda seguridad y Probablemente sí	Indiferente	Probablemente no y De ninguna manera		
Municipal	Valoración importancia uso del dinero en bienes culturales	Muy importante e Importante	34	2	5	41
		Indiferente	7	1	3	11
		Poco importante y Nada importante	11	1	5	17
	Total		52	4	13	69
Particular Subvencionado	Valoración importancia uso del dinero en bienes culturales	Muy importante e Importante	228	15	22	265
		Indiferente	59	10	8	77
		Poco importante y	72	11	19	102

		Nada importante				2
Total	Total		359	36	49	44
						4
	Valoración importancia	Muy importante e	262	17	27	30
	uso del dinero en	Importante				6
	bienes culturales	Indiferente	66	11	11	88
		Poco importante y	83	12	24	11
		Nada importante				9
	Total		411	40	62	51
						3

Pruebas de chi-cuadrado				
Dependencia		Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Municipal	Chi-cuadrado de Pearson	3,418 <sup>a</sup>	4	,490
	Razón de verosimilitudes	3,344	4	,502
	Asociación lineal por lineal	2,838	1	,092
	N de casos válidos	69		
Particular Subvencionado	Chi-cuadrado de Pearson	14,651 <sup>b</sup>	4	,005
	Razón de verosimilitudes	13,741	4	,008
	Asociación lineal por lineal	11,566	1	,001
	N de casos válidos	444		
Total	Chi-cuadrado de Pearson	17,447 <sup>c</sup>	4	,002
	Razón de verosimilitudes	16,458	4	,002
	Asociación lineal por lineal	14,494	1	,000
	N de casos válidos	513		

a. 5 casillas (55,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,64.

b. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 6,24.

c. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 6,86.

**Conclusión Hipótesis 6:** Dado que el **p** valor de chi-cuadrado es ,002 e  $\leq 0,05$ . Se concluye rechazar H0 y se acepta H1.

**Conclusión Hipótesis 7:** No podemos rechazar la H0, hipótesis que indica independencia de las variables. En primer lugar, porque no se cumple con la frecuencia mínima en cada casilla. Además el **p** valor de chi cuadrado ,490 supera el límite que hemos establecido.

**Conclusión Hipótesis 8:** Dado que el **p** valor de chi-cuadrado es ,005 e  $\leq 0,05$ . Se concluye rechazar H0 y se acepta H1.

### Hipótesis 9:

**H0:** “El máximo nivel educacional alcanzado por los jefes y jefas de hogar **NO** se encuentra relacionado con las expectativas académicas que poseen los jóvenes de La Calera”.

**H1:** “El máximo nivel educacional alcanzado por los jefes y jefas de hogar se encuentra relacionado con las expectativas académicas que poseen los jóvenes de La Calera”.

Tabla de contingencia ¿Cuál es el máximo título o grado académico que esperas alcanzar en la vida? * Máximo grado académico jefe de hogar						
Recuento		Máximo grado académico jefe de hogar				Total
		Enseñanza Básica	Educación Media	CFT, IP, FFAA y FFOO	Universitaria a y/o Posgrado	
¿Cuál es el máximo título o grado académico que esperas alcanzar en la vida?	Educación Media	8	14	2	3	27
	Educación Superior en CFT o IP	12	36	6	3	57
	Fuerzas Armadas y/o de Orden	5	31	8	6	50
	Universitaria y/o Posgrado	32	197	59	73	361
	Total	57	278	75	85	495

Tabla 31

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20,065 <sup>a</sup>	2	,000
Razón de verosimilitudes	14,652	2	,001
Asociación lineal por lineal	15,766	1	,000
N de casos válidos	503		

a. 1 casillas (16,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,51.

Tabla 32

**Conclusión:** Dado que el **p** valor de chi-cuadrado es  $0 \leq 0,05$ . Se concluye rechazar H0 y se acepta H1.

**Hipótesis 10:**

**H0:** “El máximo nivel educacional alcanzado por los jefes o jefas de hogar **NO** esta relacionado con la valoración que los jóvenes otorgan a usar el tiempo libre en actividades culturales”.

**H1:** “El máximo nivel educacional alcanzado por los jefes o jefas de hogar esta relacionado con la valoración que los jóvenes otorgan a usar el tiempo libre en actividades culturales”.

Tabla de contingencia ¿Cuál es el máximo título o grado académico que tiene el jefe o jefa de hogar? *						
En su opinión, destinar su tiempo libre para participar en actividades culturales le parece:						
		Recuento				Total
		¿Cuál es el máximo título o grado académico que tiene el jefe o jefa de hogar?				
		Enseñanza básica	Enseñanza media	CFT, IP, FFAA o FFOO	Universidad y/o Posgrado	
En su opinión, destinar su tiempo libre para participar en actividades culturales le parece:	Muy importante e importante	36	178	56	60	330
	Indiferente	7	33	10	12	62
	Poco importante y nada importante	15	70	13	17	115
Total		58	281	79	89	507

Tabla 33

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,604 <sup>a</sup>	6	,730
Razón de verosimilitudes	3,733	6	,713
Asociación lineal por lineal	1,922	1	,166
N de casos válidos	507		

a. 0 casillas (,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 7,09.

Tabla 34

**Conclusión:** Dado que el **p** valor de chi-cuadrado es ,730 y  $\geq 0,05$ . Se concluye no rechazar H0.

**Hipótesis 11:**

**H0:** “Las expectativas académicas que poseen los jóvenes de La Calera **NO** se encuentran relacionadas con la valoración que los jóvenes otorgan a usar el tiempo libre en actividades culturales”.

**H1:** “Las expectativas académicas que poseen los jóvenes de La Calera se encuentran relacionadas con la valoración que los jóvenes otorgan a usar el tiempo libre en actividades culturales”.

**Tabla de contingencia ¿Cuál es el máximo título o grado académico que esperas alcanzar en la vida? \***  
**En su opinión, destinar su tiempo libre para participar en actividades culturales le parece:**

		Recuento			Total
		En su opinión, destinar su tiempo libre para participar en actividades culturales le parece:			
¿Cuál es el máximo título o grado académico que esperas alcanzar en la vida?		Muy importante e Importante	Indiferente	Poco importante y Nada importante	
		Enseñanza media	10	3	
CFT, IP, FFAA o FFOO	74	14	22	110	
Universitaria y/o Posgrado	242	45	77	364	
<b>Total</b>		<b>326</b>	<b>62</b>	<b>112</b>	<b>500</b>

**Tabla 35**

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,418 <sup>a</sup>	4	,014
Razón de verosimilitudes	10,613	4	,031
Asociación lineal por lineal	4,857	1	,028
N de casos válidos	500		

a. 1 casillas (11,1%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,22.

**Tabla 36**

**Conclusión:** Dado que el **p** valor de chi-cuadrado es ,014 e  $\leq 0,05$ . Se concluye rechazar H0 y se acepta H1.

## **5.- CONCLUSIONES**

En este apartado presentamos las consideraciones finales que fueron desarrolladas a lo largo del estudio y que consideramos necesario volver a destacar.

### **5.1 Acceso y consumo de bienes culturales**

El acceso y consumo de bienes y servicios culturales de los estudiantes de enseñanza media de La Calera, está relacionado directamente con la dependencia de su establecimiento educacional. Esta dependencia, municipal o subvencionada, reúne en cada grupo a las familias según su capital escolar, que como sabemos influye directamente en los ingresos económicos que un sujeto pueda tener. Es así como cada estrato definido, segrega a la población de estudiantes según ciertas características específicas de su situación socioeconómica. Lo que además influye directamente en la participación de actividades culturales.

### **5.2 Demanda de bienes y servicios culturales**

El consumo y la demanda presentan una relación inversa, donde observamos una baja participación en actividades culturales, pero una alta demanda. Como ya hemos planteado anteriormente, esta situación debe ser considerada como una oportunidad para los encargados del Nuevo Centro Cultural de La Calera, pues la disposición positiva a participar favorecerá una buena recepción de las actividades que se propongan, cabiendo la posibilidad de aumentar la exigua participación en actividades culturales de los jóvenes de La Calera.

Es manifiesta la relación coherente entre la participación en talleres culturales y la demanda de talleres, la cual se expresa en que las actividades con mayor participación también poseen una mayor demanda. Consideramos que este podría ser un indicador de que las audiencias se pueden crear bajo ciertas condiciones, por

lo que a través de la implementación rigurosa de ciertos talleres, podría lograrse constituir una audiencia respecto al mismo.

Relación Participación y Demanda de talleres culturales		
Talleres con mayor participación	Lugar	Talleres más demandados
Danza	Primer	Cine
Actuación	Segundo	Pintura
Pintura	Tercero	Actuación
Coro y canto	Cuarto	Malabarismo

Tabla 37

Respecto al “Cine”, del cual nos hemos referido largamente, es la actividad cultural con mayor participación, mayor demanda y mayor expectativa de consumo cultural una vez finalizados los estudios propuestos, todo esto sin existir salas de Cine en La Calera. Otro punto a resaltar, es que su posición en el primer lugar de talleres demandados y la no figuración en los talleres con mayor participación, se explica porque la relación con la audiencia se ha establecido a partir de la asistencia.

El hecho que se constituya como el taller cultural más demandado, podría resultar que una impartición de este taller sería una buena forma de innovar y aumentar la participación cultural en los jóvenes.

### 5.3 Expectativas

Como señalamos anteriormente, las expectativas académicas de los estudiantes son altas y están relacionadas tanto con la dependencia del establecimiento educacional al que se asiste y también con el capital escolar que posee el jefe o jefa de hogar del estudiante. Además, estas son mucho menores en los establecimientos Municipales que en los subvencionados, reproduciendo las desigualdades existentes en nuestra sociedad y en otros indicadores como el ingreso a las Universidades tradicionales y los puntajes de la Prueba de Selección Universitaria.

#### **5.4 Nuevo Centro Cultural La Calera**

El Nuevo Centro Cultural de La Calera tiene la oportunidad de capitalizar la disposición favorable a participar y para ello además de ofrecer una gama de actividades y talleres de calidad, deberá tener presente lo volubles que pueden ser los jóvenes a destinar su tiempo libre en actividades culturales, pues como vimos anteriormente, los estímulos relacionados con estilos de vida diferentes a las actividades culturales, marcan una tendencia.

## BIBLIOGRAFÍA

### 1. Referencias bibliográficas

\* Aguayo, F., Correa, P. y Cristi, P. (2011). Encuesta IMAGES Chile Resultados de la Encuesta Internacional de Masculinidades y Equidad de Género. Santiago: CulturaSalud/EME.

\* Alfaro, R. M. (1987). *La palabra como conquista de la capital*, p. 110, citado por Martín-Barbero, J. “*De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*”, (2a. ed.). México: ediciones G. Gili.

\* Antoine, C. (2008). Audiencias y Consumo Cultural en Chile. ¿Tópico o Justificación de un Modelo de Democratización de la Cultura? *Revista RE-Presentaciones*, 2, N° 45, 65-83.

\* Baca C. (2011). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Jesús Martín-Barbero (1987). *Revista Razón y Palabra* N° 75. Libros Básicos en la Historia del Campo Iberoamericano de Estudios en Comunicación.

\* Banco Central de Chile (2011). Indicadores Macroeconómicos. Al primer trimestre del 2011. Documento disponible en línea en [http://www.bcentral.cl/publicaciones/estadisticas/informacion-integrada/pdf/im\\_primer2011.pdf](http://www.bcentral.cl/publicaciones/estadisticas/informacion-integrada/pdf/im_primer2011.pdf).

\* Bastías, M. (2008). *Políticas públicas culturales: Desde el acceso a la apropiación. Una mirada a los programas Sismo y Creando Chile en mi barrio impulsados por el*

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Tesis de grado. Santiago: Universidad de Chile.

\* Beck, U., (1998). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo. Respuestas a la globalización.* Barcelona: Paidós. Citado por Fazio, H. Reseñas. Ulrich Beck, ¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo. Respuestas a la globalización. *En publicación: Análisis Político, Nro.35.* IEPRI, Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales. UN, Universidad Nacional de Colombia, Santa Fe de Bogotá, Antioquia, Colombia: Colombia. 1998. Recuperado el 3 de Septiembre de 2011 de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/colombia/assets/own/analisis%20politico%2035.pdf>

\* Blalock, H. (1966). *Estadística Social.* México-Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

\* Bourdieu, P. (1979). *Esquisse d'une théorie de la pratique,* Genève: Ed. De Minuit citado por \* Giménez, G. (1997), *La sociología de Pierre Bourdieu*". Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. Recuperado el 16 de abril de 2012, de <http://www.culturayrs.com/files/BOURDIEU.pdf>.

\* Bourdieu, P. (2002). *La Distinción Criterios y bases sociales del gusto,* México: Taurus.

\* Bourdieu, P. (2003). *Las estructuras sociales de la economía,* Barcelona: Anagrama.

\* Brunner, J. (1987). Campo artístico, escena avanzada y autoritarismo en Chile. En Arte en Chile desde 1973. Escena de avanzada y sociedad. (Ed. Nelly Richard), Seminario "Arte en Chile desde 1973", (pp. 57-67) Santiago: FLACSO.

\* Canales, M. (2006). *Metodologías de Investigación Social. Introducción a los oficios* (1ª. ed.). Santiago: LOM.

\* Carrasco, G. (2008). Informe Final. Influencia del capital cultural, capital económico y capital social basado en la familia sobre el rendimiento de los estudiantes: Un análisis comparativo. Lima: CIES. Consorcio de investigación económico y social.

\* Castro, A. y Evangelista A. (1998). *Investigación en políticas sociales*. Revista de trabajo social N° 21, UNAM. Citado por Escobar, A., (2005). "Participación ciudadana y políticas públicas. Una problematización acerca de la relación Estado y sociedad civil en América Latina en la última década." *Revista Austral de Ciencias Sociales*. Universidad Austral de Chile, Valdivia. N° 008, 97-108.

\* Catalán, Carlos (2005), "El escenario actual y la importancia de la métrica", en Carlos Catalán y Pablo Torche: *Consumo cultural en Chile: miradas y perspectivas*, Santiago, CNCA-INE citado por Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2011c). *Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural*. (1ª. Ed.). Valparaíso: CNCA.

\* Centro de Investigación Avanzada en Educación Universidad de Chile; Fundación Educacional Arauco. (2009). *Estudio de contexto, apreciación, necesidades y expectativas educativas y culturales en la Provincia de Arauco*. Recuperado el 26 de octubre de 2012, de [http://www.fundacionarauco.cl/file/file\\_3876\\_estudio%20provincia%20arauco.pdf](http://www.fundacionarauco.cl/file/file_3876_estudio%20provincia%20arauco.pdf)

\* Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2005). *Chile quiere más cultura. Definiciones de política cultural 2005-2010*. CNCA. Recuperado el 16 de Agosto de 2011, de <http://www.consejodelacultura.cl/portal/galeria/text/text105.pdf>.

\* Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2007). *Encuesta de consumo cultural 2004-2005*. Valparaíso: CNCA citado por Ibacache, J., (2008). "Espectadores, audiencias e infraestructura cultural". En Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. *Centros Culturales. Proyección, infraestructura y gestión*. (pp. 55-62). Valparaíso: Departamento de Planificación. Unidad de Estudios y Documentación.

\* Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2009). *Creando Chile*. N° 3. Recuperado el 7 de diciembre de 2011, de <http://www.consejodelacultura.cl/portal/galeria/text/text897.pdf>.

\* Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2011a). *Guía Introducción a la Gestión e Infraestructura de un Centro Cultural Comunal* (2ª. ed.). Valparaíso: CNCA.

\* Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2011b). *Política cultural 2011 – 2016*. (1ª. Ed.). Valparaíso: CNCA.

\* Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2011c). *Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural*. (1ª. Ed.). Valparaíso: CNCA.

\* Cuadrado García, M., (2005). Formación e investigación en el ámbito de la gestión cultural. En Actas I Congreso Internacional sobre la Formación de los Gestores y Técnicos de Cultura. Valencia, del 10 al 13 de mayo de 2005. Servicio de Asistencia y Recursos Culturales (SARC) de la Diputación de Valencia, (pp. 187-201). Valencia: Sarc.

\* Federación Española de Municipios y Provincias. FEMP (2003). Guía de Estándares de los Equipamientos Culturales en España *citado* por Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2011). Guía Introducción a la Gestión e Infraestructura de un Centro Cultural Comunal (2ª. ed.). Valparaíso: CNCA.

\* Fernández, V., (2007). Medios de comunicación, mercado y cultura. ¿Qué lugar para la ciudadanía? *Kairos. Revista de temas sociales*. Publicación de la Universidad Nacional de San Luis. Año 11 N° 20.

\* García Canclini, N. (1999). “El consumo cultural: una propuesta teórica”. En Guillermo Sunkel (coord.): *El Consumo Cultural en América Latina*. Colombia: Convenio Andrés Bello. *Citado por* Sunkel, G. (2002). “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”. En: Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela, pp: 287-294.

\* García Canclini, N. (2002). “Las industrias Culturales y el desarrollo de los países americanos”, en: *Revista Interamericana de Bibliografía*.

\* Garretón, M., Sosnowski, S., Subercaseaux, B. (1993). *Cultura, autoritarismo y redemocratización en Chile* (1a. ed.). México: Fondo de Cultura Económica.

\* Guiddens, A. (2000). *Sociología* (3ª. ed.). Edición digital recuperado el 26 de noviembre de 2012, de <http://www.slideshare.net/heae2002/anthony-giddens-sociologia-7364054>.

\* Giménez, G. (1997), *La sociología de Pierre Bourdieu*. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. Recuperado el 16 de abril de 2012, de <http://www.culturayrs.com/files/BOURDIEU.pdf>.

\* Grimson, A. (1994), "Estudios Culturales: Notas sobre el debate actual", en *Causas y Azares* N° 1, Buenos Aires, pp.67-73 *citado por* Repoll, J. (2008). *Estudio de audiencias multiculturales*. Tesis doctoral. Ballaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.

\* Güell, P.; Morales, R. & Peters, T. (2008). "Propuesta de una Canasta Básica de Consumo Cultural para América Latina. Una herramienta para garantizar el derecho a participar de la vida cultural y el acceso a los bienes y servicios culturales" Convenio Andrés Bello de Colombia y Observatorio Social de la Universidad Alberto Hurtado, Santiago de Chile.

\* Heinich, N., (2010). *La sociología del arte* (2a. ed.). Buenos Aires: Nueva visión.

\* Henríquez, R., (2006). "*Chile y los vientos que soplan para la participación ciudadana en políticas culturales locales*". *Citado por* \* Antoine, C. (2008). Audiencias y Consumo Cultural en Chile. ¿Tópico o Justificación de un Modelo de Democratización de la Cultura? *Revista RE-Presentaciones*, 2, N° 45, 65-83.

\* Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación* (4a. ed.). México: Mc Graw Hill. [Versión electrónica] del sitio web <http://www.mediafire.com/?6kd7i4g4y98bn5g>

\* Ibacache, J., (2008). "Espectadores, audiencias e infraestructura cultural". En Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. *Centros Culturales. Proyección*,

*infraestructura y gestión*. (pp. 55-62). Valparaíso: Departamento de Planificación. Unidad de Estudios y Documentación.

\* Jensen, K. y Rosengren, K. (1997) "Cinco tradiciones en busca del público", en Daniel Dayan (Comp.) *En busca del público. Recepción, televisión, medios*, Gedisa, Barcelona, pp. 335-370 *citado por* \* Repoll, J. (2008). *Estudio de audiencias multiculturales*. Tesis doctoral. Ballaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.

\* Katz, E., Blumler, J. y Gurevitch, M. (1974) "Uses of mass communication by the individual". En Davison, W. Ph. Y Fr. T. C. YU: *Mass Communication Research*. Nueva York, Praeger publishers, 1974, Pp. 11-34 *citado por* Valbuena de la Fuente, F. (1997). *Teoría general de la información*, Noesis, Madrid. Versión electrónica disponible en <http://es.scribd.com/doc/79944978/Felicisimo-Valbuena-Teoria-general-de-la-Informacion>.

\* La Rosa, A. (2010). *Los medios y la audiencia en la sociedad globalizada* (1a. ed.). Eumed.net. Recuperado del sitio web <http://issuu.com/profehumanidadesutp/docs/712>.

\* López, L. y Poblete, P. (2004). "Indicadores para el sector cultural en Chile" Boletín GC: Gestión Cultural N°7: Indicadores y estadísticas Culturales, abril de 2004. ISSN: 1697-073X. Recuperado del sitio web <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Indicadores-para-el-Sector-Cultural-en-Chile.pdf>

\* Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, (1a. ed.). México: ediciones G. Gili *citado por* \* Baca C. (2011). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Jesús Martín-

Barbero (1987). Revista Razón y Palabra N° 75. Libros Básicos en la Historia del Campo Iberoamericano de Estudios en Comunicación.

\* Martín Barbero, J. (1987). *“De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía”*, (1a. ed.). México: ediciones G. Gili citado por Sunkel, G. (2002). “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”. En: Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela, pp: 287-294.

\* Martín-Barbero, J., (1991). *“De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía”*, (2a. ed.). México: ediciones G. Gili.

\* Martín-Barbero, J., (1998). Hegemonía comunicacional y des-centramiento cultural citado por \* Fernández, V., (2007). Medios de comunicación, mercado y cultura. ¿Qué lugar para la ciudadanía? *Kairos. Revista de temas sociales*. Publicación de la Universidad Nacional de San Luis. Año 11, N° 20.

\* Mc Quail, D. (1987) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica citado por La Rosa, A. (2010). *“Los medios y la audiencia en la sociedad globalizada”* (1a. ed.). Eumed.net y recuperado del sitio web <http://issuu.com/profhumanidadesutp/docs/712>.

\* Meichsner, S. (2007). El campo político en la perspectiva teórica de Bourdieu. *Ibero Forum. Voces y contextos*. Tomo 3, volumen 2, recuperado del sitio web <http://www.uia.mx/actividades/publicaciones/iberoforum/3/pdf/sylviam.pdf>

\* Morales, P. (2011) *Estadística aplicada a las Ciencias Sociales. Tamaño necesario de la muestra: ¿Cuántos sujetos necesitamos?* Pontificia Universidad Comillas, Facultad de Humanidades, Madrid, recuperado del sitio web <http://www.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%F1oMuestra.pdf>.

\* Navarro, A. (2005) *“Desarrollo de Audiencias y Financiamiento de la Cultura*. Sala Alfonso Lagos. Chillán Chile *citado* por Antoine, C. (2008). Audiencias y Consumo Cultural en Chile. ¿Tópico o Justificación de un Modelo de Democratización de la Cultura? *Revista RE-Presentaciones*, 2, N° 45, 65-83.

\* OCDE, (2011). *“An overview of Growing Income Inequalities in OECD Countries: Main Findings”*, recuperado de <http://www.oecd.org/dataoecd/40/12/49170449.pdf> el 8 de enero de 2012.

\* Organización de Estados Iberoamericanos, 2006. *Carta Cultural Iberoamericana*. XVI Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno. Montevideo, Uruguay. 4 y 5 de Noviembre de 2006. Recuperado el 30 de Agosto de 2011, de [http://www.oei.es/xvi/xvi\\_culturaccl.pdf](http://www.oei.es/xvi/xvi_culturaccl.pdf)

\* Orta, D. (2004). Reseña de La distinción. Criterios y bases sociales del gusto de Pierre Bourdieu. *Revista Athenea Digital* N°6, recuperado del sitio web <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/162/162>.

\* Padua, J., Ahman, I., Apezechea, H. y Borsotti, C. (1979). *“Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales”*. México: FCE (Undécima reimpresión, 2010).

\* Palmgreen, P. y Rayburn II J. (1985). "An expectancy-value Approach to Media Gratifications" Citado por Valbuena de la Fuente, F. (1997). "Teoría general de la información", Noesis, Madrid. Versión electrónica disponible en [http://es.scribd.com/doc/79944978/Felicisimo-Valbuena-Teoria-general-de-la-  
Informacion](http://es.scribd.com/doc/79944978/Felicisimo-Valbuena-Teoria-general-de-la-Informacion).

\* Peters, T. (2010). "Canasta básica de consumo cultural: ampliación de derechos, propuestas, prácticas, desafíos concretos" en: "Memoria Seminario: Construcción de Indicadores de Desarrollo Cultural Comunitario. Ciudad de México, 3, 4, y 5 de noviembre de 2010" CONACULTA y Secretaría de Cultura del Distrito Federal, México, 2010.

\* PNUD (2002). *Informe de desarrollo humano, Chile 2002*. Santiago: PNUD citado por Antoine, C. (2008). Audiencias y Consumo Cultural en Chile. ¿Tópico o Justificación de un Modelo de Democratización de la Cultura? *Revista RE-Presentaciones*, 2, N° 45, 65-83.

\* Rausell Köster, P., (1999), *Políticas y Sectores culturales en la Comunidad Valenciana. "Poder y Cultura. El origen de las políticas culturales"*. Valencia: Tirant Lo Blanch citado por Antoine, C. (2008). Audiencias y Consumo Cultural en Chile. ¿Tópico o Justificación de un Modelo de Democratización de la Cultura? *Revista RE-Presentaciones*, 2, N° 45, 65-83.

\* Real Academia Española (2001). Expectativa. En *Diccionario de la lengua española* (22ª ed.) Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=expectativa>

\* Repoll, J. (2008). *Estudio de audiencias multiculturales*. Tesis doctoral. Ballaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.

\* Richard, N. (1987). Márgenes e institución. Arte en Chile desde 1973. Escena de avanzada y sociedad. (Ed. Nelly Richard), Seminario “Arte en Chile desde 1973”, (pp. 1-13) Santiago: FLACSO.

\* Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación* (9ª. ed.) Caracas: Panapo.

\* Schmidt-Hebbel, K., 2006. El crecimiento económico de Chile. *Banco Central de Chile. Documento de trabajo*, N° 365. Recuperado el 15 de Agosto de 2011, de <http://www.bcentral.cl/eng/studies/working-papers/pdf/dtbc365.pdf>.

\* Schmidt-Welle, F. (2008). Apuntes para una filosofía de la Red de Centros Culturales de América y Europa, Berlín: Instituto Iberoamericano de Berlín *citado por* Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2011a). Guía Introducción a la Gestión e Infraestructura de un Centro Cultural Comunal (2ª. ed.). Valparaíso: CNCA.

\* Sunkel, G. (2002). “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”. En: Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela, pp: 287-294.

\* ULTIMA DÉCADA N°15, CIDPA VIÑA DEL MAR, OCTUBRE 2001, PP. 99-119.

\* UNESCO. (1982) Declaración de México sobre las políticas culturales. Conferencia de Mundial sobre las políticas culturales. México D.F., 26 de julio – 6 de agosto de 1982 *citado por* CNCA (2011). Política Cultural 2011 – 2016.

\* Universidad Complutense de Madrid (2012). Capítulo 12: “Análisis de variables categóricas: El procedimiento Tablas de contingencia” recuperado del sitio web

[http://pendientedemigracion.ucm.es/info/socivmyt/paginas/D\\_departamento/materiale/s/analisis\\_datosyMultivariable/12contin\\_SPSS.pdf](http://pendientedemigracion.ucm.es/info/socivmyt/paginas/D_departamento/materiale/s/analisis_datosyMultivariable/12contin_SPSS.pdf)

\* Valbuena de la Fuente, F. (1997). *“Teoría general de la información”*, Noesis, Madrid. Versión electrónica disponible en [http://es.scribd.com/doc/79944978/Felicisimo-Valbuena-Teoria-general-de-la-  
Informacion](http://es.scribd.com/doc/79944978/Felicisimo-Valbuena-Teoria-general-de-la-Informacion).

\* Varela, J. (2002). *La dura realidad: Usos y Gratificaciones aplicada a los "Reality Shows"* en Revista electrónica Razón y Palabra, N° 24, recuperado de [http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n24/24\\_jvarela.html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n24/24_jvarela.html)

\* Villegas, A. (2004). Tesis sobre Walter Benjamin en la época de la reproductibilidad técnica en Revista Critica de Ciencias Sociales y Jurídicas. Nómadas N° 9. Recuperado del sitio web <http://www.ucm.es/info/nomadas/9/avillegas.htm> el 9 de marzo de 2012.

\* Weinstein, J. (2001). Joven y alumno. Desafíos de la enseñanza media. Revista Última Década N° 15. CIDPA, Viña del Mar, Octubre de 2001, pp. 99-119. Recuperado del sitio web <http://www.scielo.cl/pdf/udecada/v9n15/art05.pdf> el 7 de diciembre de 2012.

\* Williams, R. (1994). *Sociología de la Cultura*. (1a. Reimpresión). Barcelona: Paidós.

\* Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*, Madrid, Akal. Citado por Krakowiak, F. (2009). *Concentración y transnacionalización en las industrias culturales. Surgimiento y consolidación de los conglomerados transnacionales de medios*. 1ª Ed. Buenos Aires: Secretaria de Cultura de la Presidencia de la Nación.

## 2. Webografía

\* CNCA (2011) *¿Quiénes somos?*, recuperado el 28 de julio de 2011, del sitio web del Consejo de la Cultura y las Artes:

[Http://www.consejodelacultura.cl/portal/index.php?page=seccion&seccion=865](http://www.consejodelacultura.cl/portal/index.php?page=seccion&seccion=865)

\* [Http://www.ministeriodesarrollosocial.gob.cl](http://www.ministeriodesarrollosocial.gob.cl)

\* Tabla de números aleatorios, recuperada el 03 de noviembre de 2012, del sitio web [Http://dta.otalca.cl/estadistica/ejercicios/recoger/Muestro/numeros%20aleatorios.pdf](http://dta.otalca.cl/estadistica/ejercicios/recoger/Muestro/numeros%20aleatorios.pdf)

# ANEXOS

## 1.- Tabla de números aleatorios

Tabla de números aleatorios

columna fila	1-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	61-65	66-70
1	10480	15011	01536	02011	81647	91646	69179	14194	62590	36207	20969	99570	91291	90700
2	22368	46573	25595	85393	30995	89198	37982	53402	93965	34095	52666	19174	39615	99505
3	24130	48360	22527	97265	76393	64809	15179	24830	49340	32081	30680	19655	63348	58629
4	42167	93093	06243	61680	07856	16376	39440	53537	71341	57004	00849	74917	97758	16379
5	37570	39975	81837	16656	06121	91782	60468	81305	49684	60672	14110	06927	01263	54613
6	77921	06907	11008	42751	27756	53498	18602	70659	90665	15053	21916	81825	44394	42880
7	99562	72905	56420	69994	98872	31016	71194	18738	44013	48840	63213	21069	10634	12952
8	96301	91977	05463	07972	18876	20922	94595	56869	69014	60045	18425	84903	42508	32307
9	89579	14342	63661	10228	17453	18103	57740	84378	25331	12566	58678	44947	05585	56941
10	85475	36857	53342	53988	53060	59533	38867	62300	08158	17983	16439	11458	18593	64952
11	28918	69578	88231	33276	70997	79936	56865	05859	90106	31595	01547	85590	97610	78188
12	63553	40961	48235	03427	49626	69445	18663	72695	52180	20847	12234	90511	33703	90322
13	09429	93969	52636	92737	88974	33488	36320	17617	30015	08272	84115	27156	30613	74952
14	10365	61129	87529	85689	48237	52267	67689	93394	01511	26358	85104	20285	29975	89868
15	07119	97336	71048	08178	77233	13916	47564	81056	97735	85977	29372	74461	28551	90707
16	51085	12765	51821	51259	77452	16308	60756	92144	49442	53900	70960	63990	75601	40719
17	02368	21382	52404	60268	89368	19885	55322	44819	01188	65255	64835	44919	05944	55157
18	01011	54092	33362	94904	31273	04146	18594	29852	71585	85030	51132	01915	92747	64951
19	52162	53916	46369	58586	23216	14513	83149	98736	23495	64350	94738	17752	35156	35749
20	07056	97628	33787	09998	42698	06691	76988	13602	51851	46104	88916	19509	25625	58104
21	48663	91245	85828	14346	09172	30168	90229	04734	59193	22178	30421	61666	99904	32812
22	54164	58492	22421	74103	47070	25306	76468	26384	58151	06646	21524	15227	96909	44592
23	32639	32363	05597	24200	13363	38005	94342	28728	35806	06912	17012	64161	18296	22851
24	29334	37001	87637	87308	58731	00256	45834	15398	46557	41135	10367	07684	36188	18510
25	02488	33062	28834	07351	19731	92420	60952	61280	50001	67658	32586	86679	50720	94953
26	81525	72295	04839	96423	24878	82651	66566	14778	76797	14780	13300	87074	79666	95725
27	29676	20591	68086	26432	46901	20849	89768	81536	86645	12659	92259	57102	80428	25280
28	00742	57392	39064	66432	84673	40027	32832	61362	98947	96067	64760	64584	96096	98253
29	05366	04213	25669	26422	44407	44048	37937	63904	45766	66134	75470	66520	34693	90449
30	91921	26418	64117	94305	26766	25940	39972	22209	71500	64568	91402	42416	07844	69618
31	00582	04711	87917	77341	42206	35126	74087	99547	81817	42607	43808	76655	62028	76630
32	00725	69884	62797	56170	86324	88072	76222	36086	84637	93161	76038	65855	77919	88006
33	69011	65795	95876	55293	18988	27354	26575	08625	40801	59920	29841	80150	12777	48501
34	25976	57948	29888	88604	67917	48708	18912	82271	65424	69774	33611	54262	85963	03547
35	09763	83473	73577	12908	30833	18317	28290	35797	05998	41688	34952	37888	38917	88050

## **2.- Encuesta de demandas y expectativas culturales**

## ENCUESTA DE DEMANDAS Y EXPECTATIVAS CULTURALES

La siguiente encuesta tiene como objetivo caracterizar las demandas y expectativas culturales que tienen los jóvenes de La Calera, sirviendo como referente al diagnóstico de las audiencias culturales de la comuna y como fuente de consulta para el modelo de gestión que tendrá el Nuevo Centro Cultural de La Calera. Esta encuesta es confidencial y no existen las respuestas buenas ni malas. De antemano agradecemos tu participación.

Nombre del establecimiento:	
Curso:	Dependencia:
Edad:	Sexo: Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/>

**Responda cada una de las siguientes preguntas, marcando con una "X" en el casillero la respuesta que mejor se adecúe a su opinión.**

<b>1</b>																																																												
<b>¿Cuántas veces has asistido durante los últimos 12 meses a las siguientes actividades?</b>																																																												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Actividades culturales</th> <th>Ninguna (0)</th> <th>1 ó 2</th> <th>3 ó 4</th> <th>Más de 5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>a. Asistencia cine</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>b. Asistencia recitales poesía</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>c. Asistencia conciertos</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>d. Asistencia espectáculos folclóricos</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>e. Asistencia música docta o clásica</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>f. Asistencia bibliotecas o presentación de libros</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>g. Asistencia museos</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>h. Asistencia a exposiciones de arte</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>i. Asistencia teatro</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>j. Asistencia circo ¿cuál?</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>k. Asistencia danza</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Actividades culturales	Ninguna (0)	1 ó 2	3 ó 4	Más de 5	a. Asistencia cine					b. Asistencia recitales poesía					c. Asistencia conciertos					d. Asistencia espectáculos folclóricos					e. Asistencia música docta o clásica					f. Asistencia bibliotecas o presentación de libros					g. Asistencia museos					h. Asistencia a exposiciones de arte					i. Asistencia teatro					j. Asistencia circo ¿cuál?					k. Asistencia danza				
Actividades culturales	Ninguna (0)	1 ó 2	3 ó 4	Más de 5																																																								
a. Asistencia cine																																																												
b. Asistencia recitales poesía																																																												
c. Asistencia conciertos																																																												
d. Asistencia espectáculos folclóricos																																																												
e. Asistencia música docta o clásica																																																												
f. Asistencia bibliotecas o presentación de libros																																																												
g. Asistencia museos																																																												
h. Asistencia a exposiciones de arte																																																												
i. Asistencia teatro																																																												
j. Asistencia circo ¿cuál?																																																												
k. Asistencia danza																																																												

<b>2</b>	<b>¿Usted ha participado en alguno de los siguientes cursos y talleres culturales que se mencionan a continuación?</b>			
<b>Seleccione hasta 5 opciones marcando con una equis (X) al lado derecho de su preferencia.</b>				
1	Música Clásica		11	Dramaturgia
2	Música folclórica		12	Malabarismo
3	Coro y canto		13	Vestuario
4	Pintura		14	Danza clásica
5	Escultura		15	Danza Folclórica
6	Grabado		16	Danza moderna
7	Cine		17	Poesía
8	Animación		18	Narrativa, cuentos y novelas
9	Actuación		19	Artesanía cerámica, tejidos y cueros.
10	Seminarios de gestión cultural		20	Seminarios artísticos
21	Otro, ¿cuál?		22	Ninguno

<b>3 ¿Qué cursos y talleres le gustaría realizar en los próximos meses en el Nuevo Centro Cultural de La Calera?</b>					
<b>Seleccione hasta 5 opciones marcando con una equis (X) al lado derecho de su preferencia.</b>					
1	Música Clásica		11	Dramaturgia	
2	Música folclórica		12	Malabarismo	
3	Coro y canto		13	Vestuario	
4	Pintura		14	Danza clásica	
5	Escultura		15	Danza Folclórica	
6	Grabado		16	Danza moderna	
7	Cine		17	Poesía	
8	Animación		18	Narrativa, cuentos y novelas	
9	Actuación		19	Artesanía cerámica, tejidos y cueros.	
10	Seminarios de gestión cultural		20	Seminarios artísticos	
21	Otro, ¿cuál?		22	Ninguno	

**Responda las siguientes preguntas y enunciados, marcando con una "X" en el casillero la respuesta que mejor se adecúe a su opinión. Además señale las razones de su respuesta.**

<b>4 En su opinión, utilizar dinero para comprar y/o asistir a bienes y actividades culturales le parece:</b>				
Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
¿Por qué?				

<b>5 En su opinión, destinar su tiempo libre para participar en actividades culturales le parece:</b>				
Muy importante	Importante	Indiferente	Poco importante	Nada importante
¿Por qué?				

<b>6 ¿Estaría dispuesto(a) a pagar por un espectáculo de música, concierto, danza, cine u otra expresión cultural mencionada anteriormente?</b>				
Con toda seguridad	Probablemente sí	Indiferente	Probablemente no	De ninguna manera
¿Por qué?				

<b>Marque con una equis (X) en el espacio que más represente su opinión</b>	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
<b>7</b> Participaría en un taller cultural si la asistencia y el tiempo de dedicación fuera flexible.					
<b>8</b> Participaría en un taller cultural si fuera gratuito.					
<b>9</b> Participaría en un taller cultural que fuera organizado por terceros.					
<b>10</b> Participaría en un taller cultural si fuera exigente y entregara certificaciones					

**A continuación responda las preguntas y enunciados con una equis (X) en el casillero que más lo represente.**

11 <b>¿Cuál es el título o grado académico que tiene su padre, madre o apoderado? Señale el máximo grado o título académico alcanzado por el jefe o jefa de hogar.</b>					
Enseñanza Básica	Educación media	Educación superior en CFT o IP	-Fuerzas Armadas -Policía de Investigaciones -Carabinero -Gendarmería	Universitaria y/o Posgrado	Otro ¿Cuál?

12 <b>Considero que hoy en día es más fácil obtener títulos y grados académicos que en la época que mis padres estudiaron</b>				
Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo

13 <b>¿Cuál es el máximo título o grado académico que esperas alcanzar en la vida?</b>					
Enseñanza Básica	Educación media	Educación superior en CFT o IP	-Fuerzas Armadas -Policía de Investigaciones -Carabineros -Gendarmería	Universitaria y/o Posgrado	Otro ¿Cuál?
¿Por qué?					

<b>Marque con una equis (X) en el espacio que más represente su opinión</b>	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
14 Cuando termine mis estudios visualizados, mi situación económica será mejor que la actual.					
15 Cuando termine mis estudios visualizados, mi situación económica será mejor que la de mis padres.					

16 <b>¿A qué bienes, servicios y actividades te gustaría acceder cuando termines tus estudios visualizados?</b>					
<b>Seleccione hasta 5 opciones marcando con una equis (X) al lado derecho de su preferencia.</b>					
1	Libros		8	Ir al gimnasio	
2	Ver fútbol en el estadio		9	Ir al teatro	
3	Ir al cine		10	Salir de vacaciones fuera de la ciudad	
4	Ir de compras a un mall		11	Ir al circo	
5	Asistir a conciertos		12	Practicar algún deporte	
6	Ir a la peluquería		13	Participar en talleres culturales	
7	Asistir a exposiciones de arte		14	Comer en restaurantes	
15	Otro, ¿cuál?		17	Otro, ¿cuál?	
16	Otro, ¿cuál?		18	Ninguno	

**Gracias por su colaboración.**

### 3.- Tabla de Asistencia Actividades Culturales en últimos 12 meses

Asistencia Actividades Culturales en los últimos 12 meses				
ACTIVIDADES	Ninguna (0)	1 ó 2	3 ó 4	Más de 5
	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Asistencia cine	30,0	34,6	19,5	15,9
Asistencia recitales poesía	92,8	5,6	1,1	0,5
Asistencia conciertos	54,8	33,7	8,9	2,7
Asistencia espectáculos folclóricos	53,1	38,6	5,5	2,8
Asistencia música docta o clásica	85,5	10,6	1,8	2,1
Asistencia bibliotecas o presentación de libros	60,8	30,3	4,7	4,1
Asistencia museos	52,7	38,1	7,7	1,5
Asistencia a exposiciones de arte	57,1	35,5	6,3	1,1
Asistencia teatro	67,1	26,3	4,1	2,5
Asistencia circo	48,5	33,9	10,9	6,7
Asistencia danza	73,7	15,2	7,1	4,0

### 4.- Resumen de casos de las preguntas abiertas.

Resumen de los casos <sup>b</sup>						
	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
\$V4abierto <sup>a</sup>	398	75,7%	128	24,3%	526	100,0%
\$V5abierto <sup>a</sup>	412	78,3%	114	21,7%	526	100,0%
\$V6abierto <sup>a</sup>	396	75,2%	131	24,8%	526	100,0%
\$V13abierto <sup>a</sup>	281	53,5%	245	46,5%	526	100,0%

a. Agrupación

b. Se han encontrado valores fraccionales. Se truncarán a enteros.

## 5.- Disposición a participar en Talleres Culturales

Proposiciones	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
Participaría en un taller cultural si la asistencia y el tiempo de dedicación fuera flexible	27,1%	46%	15,6%	6,4%	5%
Participaría en un taller cultural si fuera gratuito	36,9%	38,5%	16,8%	2,6%	5,2%
Participaría en un taller cultural que fuera organizado por terceros.	12,2%	38,6%	32,4%	10,2%	6,6%
Participaría en un taller cultural si fuera exigente y entregara certificaciones.	25,3%	27,6%	24,6%	11,2%	11,4%

\$V4abierta<sup>a</sup> = Argumentos sobre destinar su tiempo libre para participar en actividades culturales.

\$V5abierta<sup>a</sup> = Argumentos sobre destinar su tiempo libre para participar en actividades culturales.

\$V6abierta<sup>a</sup> = Argumentos sobre la disposición a pagar por un espectáculo y/o actividad cultural anteriormente mencionada.

\$V13abierta<sup>a</sup> = Argumentos sobre la elección de los estudios visualizados.

## 6.- Argumentos sobre valoración del uso del tiempo libre en cultura

Frecuencias \$V5abierta				
Valoración uso del tiempo libre en cultura		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Valoración uso del tiempo libre en cultura	Es entretenido	89	17,9	21,5
	Se da buen uso al tiempo libre	110	22,1	26,6
	No me gustan las actividades culturales	63	12,7	15,3
	Destina tiempo libre a otras actividades	53	10,6	12,8
	Se aprenden cosas nuevas	127	25,5	30,7
	Una forma de participar	17	3,5	4,2
	Se puede ganar dinero	2	0,4	0,4
	Compartir con otras personas	11	2,3	2,8
	No hay tiempo libre	8	1,7	2,0
	Es una necesidad	15	3,1	3,7
	En la ciudad no se hacen actividades	1	0,3	0,3
	<b>Total</b>		496	100%

## 7.- Argumentos sobre elección de estudios propuestos

Frecuencias \$V13abierta				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Argumentos opción de estudios futuros <sup>a</sup>	Quiero un futuro mejor	54	15,4%	19,0%
	Es lo que me gustaría ser	45	12,9%	15,9%
	Para poder ayudar a mi seres queridos	18	5,2%	6,4%
	Continuidad de estudios	43	12,3%	15,1%
	Ser alguien en la vida	49	14,1%	17,4%
	Quiero tener mucho dinero	14	3,9%	4,8%
	La Universidad da más empleabilidad	18	5,1%	6,3%
	Me siento capaz de ser profesional	40	11,6%	14,3%
	La educación media me otorga un título técnico	1	,3%	,4%
	Lo importante es la educación media	5	1,3%	1,6%
	Para no tener necesidades	19	5,5%	6,8%
	Quiero trabajar luego	5	1,3%	1,6%
	Ser independiente	11	3,3%	4,1%
	Actualmente existen más oportunidades para estudiar	2	,6%	,8%
	Ir a la Universidad sería muy difícil	3	,9%	1,1%
	Me obligan a ir a la Universidad	0	,1%	,1%
	Ser mejor persona	20	5,8%	7,1%
	Las FFAA tienen un buen sistema de salud	1	,4%	,5%
	Total	347	100,0%	123,4%
	a. Agrupación			

## 8.- Asistencia a actividades culturales según Estrato

Asistencia a actividades culturales según Estrato								
	Municipal	Subvencionado	Municipal	Subvencionado	Municipal	Subvencionado	Municipal	Subvencionado
	Ninguna (0)	Ninguna (0)	1 ó 2	1 ó 2	3 ó 4	3 ó 4	Más de 5	Más de 5
Asistencia cine	60,3%	25,2%	27,3%	35,7%	6,7%	21,5%	5,7%	17,5%
Asistencia recitales poesía	91,8%	92,9%	8,2%	5,2%	0%	1,2%	0,0%	0,6%
Asistencia conciertos	65,6%	53,0%	25,1%	35,1%	5,1%	9,5%	4,1%	2,4%
Asistencia espectáculos folclóricos	51,0%	53,4%	34,5%	39,3%	7,2%	5,2%	7,2%	2,1%
Asistencia música docta o clásica	82,9%	85,9%	14,0%	10,1%	1,6%	1,8%	1,6%	2,1%
Asistencia bibliotecas o presentación de libros	66,5%	59,9%	26,8%	30,9%	3,6%	4,9%	3,1%	4,3%
Asistencia museos	52,3%	52,7%	36,4%	38,4%	8,2%	7,6%	3,1%	1,2%
Asistencia a exposiciones de arte	49,7%	58,2%	42,5%	34,5%	7,3%	6,1%	0,5%	1,2%
Asistencia teatro	65,5%	67,4%	26,8%	26,2%	5,2%	4,0%	2,6%	2,4%
Asistencia circo	49,7%	48,3%	31,1%	34,4%	9,3%	11,1%	9,8%	6,2%
Asistencia danza	67,9%	74,6%	18,7%	14,7%	7,3%	7,0%	6,2%	3,7%

## 9.- Participación en talleres culturales según estrato

Tabla de contingencia \$V2abcdeRecod*Dependencia					
			Dependencia		Total
			Municipal	Particular Subvencionado	
Participación talleres culturales <sup>a</sup>	Música clásica, folclórica, coro y canto	Recuento	14	115	129
		% dentro de \$V2abcdeRecod	11,1%	88,9%	
		% dentro de Dependencia	9,1%	13,1%	
		% del total	1,4%	11,1%	12,5%
	Pintura	Recuento	12	77	90
		% dentro de \$V2abcdeRecod	13,8%	86,2%	
		% dentro de Dependencia	7,9%	8,9%	
		% del total	1,2%	7,5%	8,7%
	Escultura	Recuento	4	14	18
		% dentro de \$V2abcdeRecod	24,1%	75,9%	
		% dentro de Dependencia	2,8%	1,6%	
		% del total	,4%	1,3%	1,8%
	Grabado	Recuento	3	15	18
		% dentro de \$V2abcdeRecod	17,8%	82,2%	
		% dentro de Dependencia	2,1%	1,7%	
		% del total	,3%	1,5%	1,8%
	Cine	Recuento	8	37	45
		% dentro de \$V2abcdeRecod	17,7%	82,3%	
		% dentro de Dependencia	5,1%	4,3%	
		% del total	,8%	3,6%	4,4%
Animación	Recuento	6	28	34	
	% dentro de	18,4%	81,6%		

		\$V2abcdeRe cod			
		% dentro de Dependencia	4,0%	3,2%	
		% del total	,6%	2,7%	3,3%
	Actuación	Recuento	15	106	121
		% dentro de \$V2abcdeRe cod	12,1%	87,9%	
		% dentro de Dependencia	9,3%	12,2%	
		% del total	1,4%	10,3%	11,7%
	Seminari os de gestión cultural	Recuento	1	4	6
		% dentro de \$V2abcdeRe cod	26,1%	73,9%	
		% dentro de Dependencia	,9%	,5%	
		% del total	,1%	,4%	,5%
	Dramatur gia	Recuento	2	11	13
		% dentro de \$V2abcdeRe cod	16,6%	83,4%	
		% dentro de Dependencia	1,4%	1,3%	
		% del total	,2%	1,1%	1,3%
	Malabaris mo	Recuento	15	43	58
		% dentro de \$V2abcdeRe cod	25,9%	74,1%	
		% dentro de Dependencia	9,5%	4,9%	
		% del total	1,5%	4,2%	5,6%
	Vestuario	Recuento	11	19	31
		% dentro de \$V2abcdeRe cod	36,9%	63,1%	
		% dentro de Dependencia	7,2%	2,2%	
		% del total	1,1%	1,9%	3,0%
	Danza moderna, folclórica y clásica	Recuento	19	105	124
		% dentro de \$V2abcdeRe cod	15,1%	84,9%	
		% dentro de Dependencia	11,9%	12,0%	
		% del total	1,8%	10,2%	12,0%
	Poesía	Recuento	4	12	16

		% dentro de \$V2abcdeRecod	22,7%	77,3%	
		% dentro de Dependencia	2,3%	1,4%	
		% del total	,4%	1,2%	1,6%
	Narrativa, cuentos y novelas	Recuento	2	25	27
		% dentro de \$V2abcdeRecod	6,8%	93,2%	
		% dentro de Dependencia	1,2%	2,8%	
		% del total	,2%	2,4%	2,6%
	Artesanía cerámica, tejidos y cueros	Recuento	7	33	40
		% dentro de \$V2abcdeRecod	18,1%	81,9%	
		% dentro de Dependencia	4,7%	3,8%	
		% del total	,7%	3,2%	3,9%
	Seminarios artísticos	Recuento	2	10	11
		% dentro de \$V2abcdeRecod	15,9%	84,1%	
		% dentro de Dependencia	1,2%	1,1%	
		% del total	,2%	,9%	1,1%
	Otro	Recuento	3	29	32
		% dentro de \$V2abcdeRecod	8,1%	91,9%	
		% dentro de Dependencia	1,6%	3,3%	
		% del total	,2%	2,8%	3,1%
	Ninguno	Recuento	28	189	217
		% dentro de \$V2abcdeRecod	12,9%	87,1%	
		% dentro de Dependencia	17,9%	21,7%	
		% del total	2,7%	18,4%	21,1%
Total		Recuento	157	873	1030
		% del total	15,3%	84,7%	100,0%

Los porcentajes y los totales se basan en las respuestas.

a. Agrupación

## 10.- Participación en talleres culturales según Sexo

Tabla de contingencia \$V2abcdeRecod*Sexo					
			Sexo		Total
			Masculi	Femeni	
			no	no	
Participación talleres culturales <sup>a</sup>	Música clásica, folclórica, coro y canto	Recuento	82	47	129
		% dentro de \$V2abcdeRecod	63,8%	36,2%	
		% dentro de Sexo	14,6%	10,1%	
		% del total	8,0%	4,6%	12,6%
	Pintura	Recuento	46	43	89
		% dentro de \$V2abcdeRecod	51,6%	48,4%	
		% dentro de Sexo	8,2%	9,4%	
		% del total	4,5%	4,2%	8,7%
	Escultura	Recuento	12	6	18
		% dentro de \$V2abcdeRecod	66,7%	33,3%	
		% dentro de Sexo	2,2%	1,3%	
		% del total	1,2%	,6%	1,8%
	Grabado	Recuento	15	4	18
		% dentro de \$V2abcdeRecod	80,7%	19,3%	
		% dentro de Sexo	2,6%	,8%	
		% del total	1,5%	,3%	1,8%
	Cine	Recuento	30	15	45
		% dentro de \$V2abcdeRecod	67,3%	32,7%	
		% dentro de Sexo	5,4%	3,2%	
		% del total	2,9%	1,4%	4,4%
	Animación	Recuento	24	10	34
		% dentro de \$V2abcdeRecod	69,9%	30,1%	
		% dentro de Sexo	4,2%	2,2%	
		% del total	2,3%	1,0%	3,3%
Actuación	Recuento	63	57	121	
	% dentro de \$V2abcdeRecod	52,6%	47,4%		
	% dentro de Sexo	11,2%	12,4%		
	% del total	6,2%	5,6%	11,7%	
Seminarios de gestión cultural	Recuento	3	2	6	
	% dentro de \$V2abcdeRecod	55,8%	44,2%		
	% dentro de Sexo	,6%	,5%		
	% del total	,3%	,2%	,5%	
Dramaturgia	Recuento	11	2	13	
	% dentro de \$V2abcdeRecod	81,3%	18,7%		

		\$V2abcdeRecod			
		% dentro de Sexo	1,9%	,5%	
		% del total	1,0%	,2%	1,3%
	Malabarismo	Recuento	31	27	58
		% dentro de	53,0%	47,0%	
		\$V2abcdeRecod			
		% dentro de Sexo	5,4%	5,9%	
		% del total	3,0%	2,6%	5,6%
	Vestuario	Recuento	9	21	30
		% dentro de	31,2%	68,8%	
		\$V2abcdeRecod			
		% dentro de Sexo	1,7%	4,5%	
		% del total	,9%	2,0%	3,0%
	Danza moderna, folclórica y clásica	Recuento	37	86	124
		% dentro de	30,0%	70,0%	
		\$V2abcdeRecod			
		% dentro de Sexo	6,6%	18,7%	
		% del total	3,6%	8,4%	12,0%
	Poesía	Recuento	7	9	16
		% dentro de	44,4%	55,6%	
		\$V2abcdeRecod			
		% dentro de Sexo	1,2%	1,9%	
		% del total	,7%	,9%	1,5%
	Narrativa, cuentos y novelas	Recuento	19	8	27
		% dentro de	71,4%	28,6%	
		\$V2abcdeRecod			
		% dentro de Sexo	3,4%	1,7%	
		% del total	1,9%	,7%	2,6%
	Artesanía cerámica, tejidos y cueros	Recuento	17	23	40
		% dentro de	42,1%	57,9%	
		\$V2abcdeRecod			
		% dentro de Sexo	3,0%	5,1%	
		% del total	1,7%	2,3%	3,9%
	Seminarios artísticos	Recuento	8	4	11
		% dentro de	66,4%	33,6%	
		\$V2abcdeRecod			
		% dentro de Sexo	1,4%	,8%	
		% del total	,7%	,4%	1,1%
	Otro	Recuento	20	11	32
		% dentro de	63,6%	36,4%	
		\$V2abcdeRecod			
		% dentro de Sexo	3,6%	2,5%	
		% del total	2,0%	1,1%	3,1%
	Ninguno	Recuento	130	85	216
		% dentro de	60,4%	39,6%	
		\$V2abcdeRecod			
		% dentro de Sexo	23,1%	18,5%	
		% del total	12,7%	8,3%	21,0%

Total	Recuento	565	462	1026
	% del total	55,0%	45,0%	100,0 %

Los porcentajes y los totales se basan en las respuestas.

a. Agrupación

## 11.- Demanda de cursos y talleres según estrato

Demanda de cursos y talleres en cada estrato		
	Municipal (%)	Subvencionado (%)
Cine	10,0	13,6
Pintura	11,7	12
Actuación	8,5	9,3
Malabarismo	9,8	8,9
Seminarios artísticos	9,1	7,8
Animación	8,1	7,4
Vestuario	10,4	6,3
Danza moderna	6,9	5,7
Coro y canto	3,5	5,2
Escultura	3,2	4,6
Ninguno	3,7	3,1
Música clásica	3,4	2,6
Otro	0,4	2,3
Música folclórica	1,9	1,8
Grabado	3,5	1,8
Narrativa, cuentos y novelas	0,9	1,7
Poesía	1,2	1,5
Dramaturgia	0,3	1,3
Danza folclórica	1,5	1,2
Danza clásica	1,8	1,1
Seminarios de gestión cultural	0,3	1,0
Total	100	100

## 12.- Cartas de presentación a Colegios



La Calera  
I. Municipalidad de

DIRDECO



*[Handwritten signature]*  
LUIS ASTORGA OLIVARES, Director Desarrollo Comunitario, Ilustre Municipalidad de La Calera, apoya y respalda a Don José Raúl Orrego Ramírez, RUT 16.289.122-7, en la investigación que se encuentra realizando para obtener el grado de Licenciado en Sociología y el Título de Sociólogo de la Universidad de Valparaíso. Esta investigación será de suma utilidad e interés para la comunidad de La Calera, pues se enmarca en las "Demandas de Bienes y Servicios Culturales en los Estudiantes de Enseñanza Media de La Calera", a propósito del Nuevo Centro Cultural que se construirá en la ciudad, lo cual busca fortalecer el desarrollo de la cultura en la comuna.

A través del presente documento, solicito a ustedes recibir en su establecimiento educacional a Don José Orrego y otorgar las facilidades necesarias para realizar las encuestas y así llevar a cabo su investigación.

La Calera, 12 de noviembre de 2012.-

Gonzalo Lizasoain # 405, La Calera  
Fono : (33) 381811-813  
email: [www.lacalera.cl](http://www.lacalera.cl)



**Universidad  
de Valparaíso**  
CHILE

Facultad de  
Humanidades  
Instituto de Sociología

Valparaíso, 13 de noviembre de 2012

**Escuela  
Las Acacias  
La Calera**

Estimado(a) señor(a):

Me permito presentar al alumno tesista de la Carrera de Sociología de la Universidad de Valparaíso, señor **JOSÉ RAÚL ORREGO RAMÍREZ** Rut N° **16.289.122-7**

El alumno ya mencionado está realizando su Proyecto de Memoria, titulada **"DEMANDA Y EXPECTATIVAS DE CONSUMO CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE ENSEÑANZA MEDIA DE LA CALERA"** por lo cual solicita de su cooperación para realizar encuestas e investigación en la dependencia que usted dirige.

Esta actividad se realizará bajo ética profesional.

Agradeciéndole desde ya por su acogida, le saluda afectuosamente,



**GONZALO OJEDA URZÚA**  
Director de Carrera  
Instituto de Sociología



**Universidad  
de Valparaíso**  
CHILE

Facultad de  
Humanidades  
Instituto de Sociología

Valparaíso, 13 de noviembre de 2012

**Señor  
Guillermo Armijo  
Liceo Pedro de Valdivia  
La Calera**

Estimado señor:

Me permito presentar al alumno tesista de la Carrera de Sociología de la Universidad de Valparaíso, señor **JOSÉ RAÚL ORREGO RAMÍREZ** Rut N° **16.289.122-7**

El alumno ya mencionado está realizando su Proyecto de Memoria, titulada **"DEMANDA Y EXPECTATIVAS DE CONSUMO CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE ENSEÑANZA MEDIA DE LA CALERA"** por lo cual solicita de su cooperación para realizar encuestas e investigación en la dependencia que usted dirige.

Esta actividad se realizará bajo ética profesional.

Agradeciéndole desde ya por su acogida, le saluda afectuosamente,



**GONZALO OJEDA URZÚA**  
Director de Carrera  
Instituto de Sociología



**Universidad  
de Valparaíso**  
CHILE

Facultad de  
Humanidades  
Instituto de Sociología

Valparaíso, 13 de noviembre de 2012

**Liceo Particular  
San José  
La Calera**

Estimado(a) señor(a):

Me permito presentar al alumno tesista de la Carrera de Sociología de la Universidad de Valparaíso, señor **JOSÉ RAÚL ORREGO RAMÍREZ** Rut N° **16.289.122-7**

El alumno ya mencionado está realizando su Proyecto de Memoria, titulada **“DEMANDA Y EXPECTATIVAS DE CONSUMO CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE ENSEÑANZA MEDIA DE LA CALERA”** por lo cual solicita de su cooperación para realizar encuestas e investigación en la dependencia que usted dirige.

Esta actividad se realizará bajo ética profesional.

Agradeciéndole desde ya por su acogida, le saluda afectuosamente,



**GONZALO OJEDA URZÚA**  
Director de Carrera  
Instituto de Sociología



**Universidad  
de Valparaíso**  
CHILE

Facultad de  
Humanidades  
Instituto de Sociología

Valparaíso, 13 de noviembre de 2012

**Colegio  
Becarb II  
La Calera**

Estimado(a) señor(a):

Me permito presentar al alumno tesista de la Carrera de Sociología de la Universidad de Valparaíso, señor **JOSÉ RAÚL ORREGO RAMÍREZ** Rut N° **16.289.122-7**

El alumno ya mencionado está realizando su Proyecto de Memoria, titulada **"DEMANDA Y EXPECTATIVAS DE CONSUMO CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE ENSEÑANZA MEDIA DE LA CALERA"** por lo cual solicita de su cooperación para realizar encuestas e investigación en la dependencia que usted dirige.

Esta actividad se realizará bajo ética profesional.

Agradeciéndole desde ya por su acogida, le saluda afectuosamente,



**GONZALO OJEDA URZÚA**  
Director de Carrera  
Instituto de Sociología



Facultad de  
Humanidades  
Instituto de Sociología

Valparaíso, 13 de noviembre de 2012

**Liceo Industrial**  
**Oscar Corona Barahona**  
**La Calera**

Estimado señor:

Me permito presentar al alumno tesista de la Carrera de Sociología de la Universidad de Valparaíso, señor **JOSÉ RAÚL ORREGO RAMÍREZ** Rut N° **16.289.122-7**

El alumno ya mencionado está realizando su Proyecto de Memoria, titulada **"DEMANDA Y EXPECTATIVAS DE CONSUMO CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE ENSEÑANZA MEDIA DE LA CALERA"** por lo cual solicita de su cooperación para realizar encuestas e investigación en la dependencia que usted dirige.

Esta actividad se realizará bajo ética profesional.

Agradeciéndole desde ya por su acogida, le saluda afectuosamente,



**GONZALO OJEDA URZÚA**  
Director de Carrera  
Instituto de Sociología

Valparaíso, 13 de noviembre de 2012

**Colegio  
Apumanque  
La Calera**

Estimado(a) señor(a):

Me permito presentar al alumno tesista de la Carrera de Sociología de la Universidad de Valparaíso, señor **JOSÉ RAÚL ORREGO RAMÍREZ** Rut N° **16.289.122-7**

El alumno ya mencionado está realizando su Proyecto de Memoria, titulada **"DEMANDA Y EXPECTATIVAS DE CONSUMO CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE ENSEÑANZA MEDIA DE LA CALERA"** por lo cual solicita de su cooperación para realizar encuestas e investigación en la dependencia que usted dirige.

Esta actividad se realizará bajo ética profesional.

Agradeciéndole desde ya por su acogida, le saluda afectuosamente,



**GONZALO OJEDA URZÚA**  
Director de Carrera  
Instituto de Sociología