

Quién es quién

José Aranda Aznar (1942-2007)

Señalaba José Aranda en este mismo apartado de la Revista Índice al glosar la biografía de Francisco Azorín Poch lo siguiente: *“Siempre existe una tendencia natural a exaltar la figura de las personalidades biografadas pero hay casos, como este de Francisco Azorín, en el que se tiene la certeza de que cuanto se diga quedará corto y apenas permitirá vislumbrar su dimensión científica y humana”*. Efectivamente, cuanto se dice en esta breve frase es totalmente aplicable a la hora de describir en este corto espacio la vida profesional y humana del estadístico y humanista José Aranda Aznar.

José Aranda Aznar nace en Bolaños de Calatrava (Ciudad Real) en 1942. Su condición de manchego, unida a sus raíces maternas procedentes del corazón de Aragón, forjaron sin duda, el carácter de José Aranda: luchador incansable, amante de las libertades, amigo de sus amigos y defensor, incluso en algunos casos, de causas perdidas como su paisano el imaginario Don Quijote.

En 1968 se licencia en Ciencias Económicas por la Universidad Complutense de Madrid.

En 1972 ingresa por oposición en el Cuerpo de Estadísticos Facultativos, hoy Cuerpo Superior de Estadísticos del Estado. Tras una breve estancia en la delegación provincial del INE de Zaragoza, fue destinado a los Servicios Centrales del INE en el año 1973.

José Aranda dedicó toda su vida profesional al campo de las estadísticas demográficas y sociales para el que estaba especialmente dotado, tanto por sus conocimientos científicos, como por el interés que demostró desde su adolescencia por los temas relativos a la población y a las características de las mismas (situación social, pobreza, marginación, nivel educativo, situación sanitaria, etc.)

Su actividad profesional en el ámbito de las estadísticas demográficas y sociales culminó con su nombramiento como Director General de Estadísticas e Investigaciones Sociales en el INE, puesto que ocupó desde 1989 a 1997.

Durante su larga vida profesional fue impulsor de importantes operaciones estadísticas, muchas de las cuales se han convertido en hitos y referencia para futuras generaciones de estadísticos. Participó y dirigió operaciones estadísticas que en su momento fueron pioneras en el mundo de la estadística, tales como la primera Encuesta de Fecundidad y la Encuesta sobre Discapacidades, Deficiencias y Minusvalías.

Además de estos trabajos, en cierta medida pioneros, José Aranda dirigió, entre otras, las siguientes operacio-

nes estadísticas de gran importancia para el conocimiento de la población española: la Encuesta sobre Condiciones de Vida y varias Encuestas de Presupuestos Familiares.

Los trabajos de José Aranda en el INE tienen, si cabe, una importancia añadida. El impulso que él fue capaz de dar a las Estadísticas Demográficas y Sociales se produjo justamente en el periodo de tiempo siguiente al ingreso en España en la Comunidad Europea. En ese periodo eran prioritarias las investigaciones estadísticas relativas al ámbito económico de las que España era deficitaria, sin embargo, José Aranda con su enorme tesón y autoridad consiguió que las estadísticas demográficas y sociales se mantuvieran en un alto nivel, lo que ha permitido disponer en la actualidad de información suficiente para el diseño de las diferentes políticas. Fruto de este empuje nacieron bajo su dirección dos operaciones estadísticas de enorme calado, los Censos Generales de Edificios, de Locales y de Población y Vivienda de 1991 y la Encuesta Sociodemográfica.

En los últimos años de su actividad estadística y ya en calidad de Vocal Asesor de la Presidencia del INE, José Aranda nos dejó varios trabajos en los que se refleja la madurez y la profesionalidad de este excelente profesional de la estadística, en concreto me refiero a las siguientes publicaciones: *“Música y Estadística”*, *“La Evolución en la Sociedad Española tras 25 años de Constitución”*, *“El Quijote frente a la realidad. Una lectura estadística”*, *“Jornadas Científicas 150 aniversario de la creación de la Comisión de Estadística General del Reino”* y *“Cifras contra la Crispación”* en el que se recopilan artículos publicados por José Aranda en el Cinco Días. Estos dos últimos libros se editarán por el INE próximamente.

José Aranda fue un estadístico singular que unía sus profundos conocimientos científicos a una innata capacidad de análisis del mundo que le rodeaba. Era capaz, con su enorme intuición, de separar la mena de la ganga del producto estadística que analizaba y quedarse con los datos que la estadística le ofrecía en cada situación. Con ellos siempre realizaba el oportuno comentario para poner en evidencia los hechos que esos datos pretendían reflejar. Leer sus reflexiones y trabajos plenos de elocuencia y dotados de un nivel de sensibilidad moral e intelectual tan elevado, debe ser un estímulo y acicate para todos los profesionales de la estadística y una vivencia emocionante para quienes tuvimos el privilegio de conocerle y de compartir su amistad.

Antonio Martínez López

Uno de cada seis cuestionarios que se reciben en el INE se cumplimentan por Internet

Cada vez son más las empresas que cumplimentan los cuestionarios del INE a través de internet mediante el sistema ARCE (Almacenamiento y Recogida de Cuestionarios Económicos), beneficiándose así de su mayor rapidez y seguridad en los envíos de los datos.

Desde enero de 2006, en las encuestas de coyuntura económica, la cumplimentación por internet ha pasado de representar el 8,17% al 15,82% del total.

Para la elaboración de las estadísticas de coyuntura económica, el INE realiza mensualmente diversas encuestas continuas cuyos cuestionarios son enviados a cerca de 120.000 empresas o establecimientos. Actualmente se reciben 24.000 cuestionarios mensuales de estas empresas a través de internet.

A partir del 1 de enero de 2008 se podrán cumplimentar por internet los cuestionarios de las Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos. Los estable-

cimientos colaboradores de estas encuestas podrán remitir el cuestionario en un fichero en formato XML, bien de manera manual a través de ARCE, o bien a través de servicios web.

También a lo largo de 2008 se irán incorporando al sistema ARCE otras encuestas de estructura económica, como la Encuesta Industrial de Empresas, la Encuesta de Innovación Tecnológica o la Encuesta de Tecnologías de la Información y la Comunicación.

La cuarta parte de las empresas españolas fueron innovadoras en el periodo 2004-2006

El gasto en actividades para la innovación tecnológica, excluida la agricultura, ascendió a 16.396 millones de euros en el año 2006, con un incremento interanual del 20,2%, alcanzando el 1,8% de la cifra de negocios de las empresas con actividades para la innovación.

Entre las actividades innovadoras destacaron las de I+D, interna o externa, (que representaron el 53,7% del total de gasto en actividades para la innovación) y la adquisición de maquinaria, equipo y software para innovación (31,6%). El 25,3% de las empresas españolas fueron innovadoras de producto o proceso en el periodo 2004-2006. La innovación de producto en el periodo 2004-2006 representó el 13,3% de las ventas de todas las empresas.

En el análisis de las empresas innovadoras por rama de actividad, se observa que, en el caso del sector industrial, el 59,7% de las empresas de química y el 58,4% de las empresas de fabricación de equipo electrónico fueron innovadoras. En el sector servicios destacaron las empresas de I+D (con un 75,5% de empresas innovadoras) y las de actividades informáticas y conexas (con un 49,1%).

Las cifras proceden de la Encuesta sobre Innovación Tecnológica en las Empresas 2006 (Resultados provisionales), publicada por el INE el 13 de diciembre de 2007. Más información en <http://www.ine.es>.

En 2007 se matricularon en las pruebas de acceso a la Universidad 222.086 alumnos, de los que el 57,2% fueron mujeres

En la convocatoria de junio se matricularon 155.400 alumnos y superaron las pruebas el 89,5%, mientras que en la convocatoria de septiembre se matricularon 42.804 alumnos y superaron las pruebas el 68,1%.

Por su parte, en las pruebas de acceso para mayores de 25 años se matricularon 23.882 alumnos, un 24,1% más que en el año anterior, y superó estas pruebas el 45,1%, un 19,4% menos que en 2006.

Excluyendo las pruebas para mayores de 25 años, la opción de Ciencias Sociales encabeza la distribución por-

centual del alumnado matriculado por opciones (con un 31,0%), seguida por la opción de Ciencias de la Salud (24,6%) y la Científico-Técnica (22,8%).

En cuanto a la distribución por sexos, el 38,0% de los hombres elige la opción Científico-Técnica frente al 1,7% que elige Artes, mientras que el 34,1% de las mujeres prefiere la opción de Ciencias Sociales frente al 3,0% que opta por Artes.

Las cifras proceden de las Pruebas de Acceso a la Universidad, publicadas por el INE el 17 de diciembre de 2007. Más información en <http://www.ine.es>.



“Las identidades culturales han de relacionarse en un clima de aprecio y respeto para enriquecerse mutuamente”



La cultura de masas puede ser una manifestación de la democratización de la Cultura, pero también causa del hecho cultural transformado en consumo. ¿Cómo buscar un equilibrio entre arte, cultura y negocio? ¿dónde quedan asuntos tales como los blogs de internet y la publicidad?

La dinámica de la libertad junto a una buena educación académica y una cultura que lleve implícito el sentido crítico, serán los mejores ingredientes para analizar la cultura de masas y buscar el equilibrio conveniente entre los factores positivos que entraña y los riesgos que

conlleva. La cultura como conocimiento, reflexión y arte de vivir, será la clave para analizar esa otra cultura de masas que se impone con ideas, estéticas o productos prefabricados para homologar a los ciudadanos en el pensamiento. Los auténticos y verdaderos creadores de la cultura: escritores, artistas plásticos, músicos, cineastas... serán los que irán dando las mejores pautas para elevar el nivel y el sentido crítico de la ciudadanía y mejorar, en definitiva, su calidad de vida intelectual.

Publicidad, negocio y libre competencia o competencia no tienen por qué contravenir al mundo de la cultura de la excelencia; pueden ser igualmente sus vías de expansión. Lo importante serán siempre las voluntades que apuesten por un nivel más allá o superior a la estandarizada cultura de masas.

No le voy a preguntar si alguna vez se ha bajado algo de internet, pero, ¿qué postura tiene sobre la idea del canon en los libros de las bibliotecas? ¿de qué manera se puede compaginar retribuir al autor y expandir la obra?

Las bibliotecas, cuyo principal objetivo es atender las necesidades de cultura e información de la comunidad a la que sirven, han de aplicar la Directiva europea de 1992 sobre la remuneración de los derechos de autor sobre préstamo público, de obligado cumplimiento.

Desde el Ministerio de Cultura, que apoya el desarrollo de los sistemas bibliotecarios y que cuida también de

forma especial los derechos de autor, se ha procurado en todo momento que en la aplicación de la directiva se mantuviera el necesario equilibrio que garantice la retribución al autor y la difusión de su obra, sin menoscabar la función primordial de las bibliotecas de informar y difundir. De entrada, quedan excluidas de la aplicación de esta Directiva todo tipo de bibliotecas, salvo las públicas, y en el caso de estas últimas, sólo se contemplan las radicadas en municipios de más de 5.000 habitantes (casi el 40% del total). Por otro lado, el sistema de cálculo en base a las adquisiciones pero distribuido según los préstamos realizados, favorecerá sin duda la difusión y compra por parte de las bibliotecas. Será necesario la colaboración solidaria entre Administraciones para cumplir con obligación que impone la Directiva y continuar con la promoción y desarrollo de servicios bibliotecarios de calidad, que siempre redundarán en beneficio de los autores y la difusión de contenidos culturales e informativos.

Una señal evidente de identidad cultural es la lengua de una sociedad.

¿Cómo articular esta identidad en un caso como el español, en que conviven varias lenguas cooficiales?

Las identidades culturales han de relacionarse en un clima de aprecio y respeto para enriquecerse mutuamente. España es un país rico en idiomas de cultura, un patrimonio diverso que se ha potenciado últimamente y hay que felicitar por ello. Todas ellas son felizmente lenguas cooficiales lo que supone un caudal de riqueza para nuestro país. No olvidemos que cada lengua es un mundo que lleva consigo una cierta filosofía particular de ver el mundo, una manera singular de articular la vida, aunque todas ellas se integren en un territorio y pensamiento común nacido de la misma tradición e historia. Son lenguas que generan ri-

quezas de expresión y de creatividad literaria, que se influyen de modo recíproco precisamente por esa cooficialidad.

Pero no olvidemos que la lengua que nos amalgama a todos los españoles es el castellano, —el español si hablamos desde una posición más numérica y global. Una lengua rica y potente en historia y literatura que nos enriquece enormemente como vehículo de pensamiento y comunicación con buena parte de la población mundial. Nuestra Carta Magna dice “el castellano es la lengua española oficial del Estado. Todos los españoles tienen el deber de conocerla y el derecho a usarla”. Que la lengua española sea un derecho y un deber de todos los españoles supone una realidad que articula y articulará siempre nuestra identidad lingüística general y global.

El castellano, más bien ahora, el español es una de las lenguas más habladas en el mundo. Más de 400 millones de habitantes la conocen y utilizan junto a otros varios millones que se esfuerzan en aprenderla como herramienta y vehículo útil de comunicación. El español es la lengua de España y de toda Iberoamérica, es decir un activo valioso de Europa y América.

¿Cómo ve la sociedad española en 20 años? Un deseo, una prioridad y un temor

Es difícil y complejo aventurarse en futuros. Yo deseo y confío que la sociedad española vaya a ser mejor porque va a estar mejor preparada para afrontar la dinámica global y el reto que le espera en las ciencias, las humanidades, la técnica o la economía. Deseo que sea una sociedad más y mejor ilustrada porque la información y la cultura nos hace más libres. La prioridad estará siempre en una buena educación de base que proporcione a todos los ciudadanos un rico caudal de conocimientos y herramientas para desenvolverse en la vida. Una sociedad más igualitaria, fruto de un esfuerzo de todos hacia niveles superiores, que nos permita disfrutar mejor de una

cultura común. El temor que se apunta solo llegaría si se baja la guardia ante la exigencia de estos afanes e ideales, si se apartan los valores humanistas en favor de los especulativos.



César Antonio Molina

MINISTRO DE CULTURA

César Antonio Molina (La Coruña, 1952) es licenciado en Derecho y en Ciencias de la Información. Se doctoró "cum laude" con un trabajo de investigación sobre La prensa literaria española, publicado en tres volúmenes. Fue profesor de Teoría y crítica literaria en la Universidad Complutense y lo ha sido, en los últimos ocho años, de Humanidades y Periodismo en la Universidad Carlos III. También fue durante varios años coordinador de los cursos de humanidades de la Universidad de Verano de El Escorial. De 1985 a 1996 trabajó en Cambio 16 y Diario 16 en donde llegó a ser Director Adjunto y responsable de las páginas de cultura y espectáculos, así como de los suplementos Culturas y Libros. En 1996 se incorporó al Círculo de Bellas Artes como Director-Gerente y en mayo de 2004 asumió la dirección del Instituto Cervantes. En julio de 2007 fue nombrado Ministro de Cultura.

Tiene publicados más de treinta libros, fundamentalmente, de ensayo, prosa y poesía. Su obra poética apareció recogida en numerosas antologías y está traducida a varios idiomas. En 2005 publicó el libro de ensayos En honor de Hermes, el de poesía En el mar de ánforas y la novela Fuga del amor, y en 2006 la antología de poemas El rumor del tiempo. Este año 2007, se ha publicado un nuevo volumen de sus memorias de ficción Esperando a los años que no vuelve, de la editorial Destino.

Hacia el entendimiento consensuado de las estadísticas culturales: La difícil tarea de obtener estadísticas de cultura internacionalmente comparables

Lydia Deloumeaux

UNESCO Institute for Statistics

Definiendo la cultura

Cada vez más, la cultura está empezando a ser considerada unas de las fuerzas clave de la economía, especialmente para el desarrollo sostenible y el fortalecimiento de las industrias culturales para la mejora de la pobreza. El desarrollo de las herramientas y de los métodos estadísticos es necesario para valorar mejor el papel que juega la cultura en la vida social y económica. Uno de los primeros pasos consiste en acordar lo que la cultura abarca.

La cultura es parte de la vida diaria y se ve reflejada en numerosos actos y conductas humanas. Comprende una serie de creencias, actitudes y prácticas relacionadas con la identidad de los individuos. La cultura se plasma a través de las expresiones artísticas y creativas de los seres humanos. Estas expresiones pueden ser medidas a través de bienes, servicios y prácticas culturales.

La cultura puede ser asociada con la conservación del patrimonio; sin embargo, no debe considerarse un fenómeno estático. Las nuevas herramientas de comunicación como Internet han generado nuevas formas de arte y de maneras de acceder y de practicar la cultura. La globalización permite la transmisión de prácticas comunes en todos los rincones del mundo. El consumo de películas o de discos musicales por todo el planeta da lugar a la creación de “estrellas” o “personalidades” globales.

La UNESCO está revisando actualmente su metodología para realizar estadísticas culturales, que fue desarrollada en 1986. Esta metodología proporciona una base para obtener datos culturales comparables internacionalmente dentro de las limitaciones de definir las actividades culturales. Una de las preocupaciones de la UNESCO es reflejar cómo la cultura es percibida y expresada en el mundo en desarrollo. La idea de “alta cultura”, asociada principalmente a las culturas occidentales, debería ampliarse. Este concepto tiende a abarcar actividades como el teatro o la ópera que se refieren a prácticas y consumos a menudo asociados a la denominada cultura de

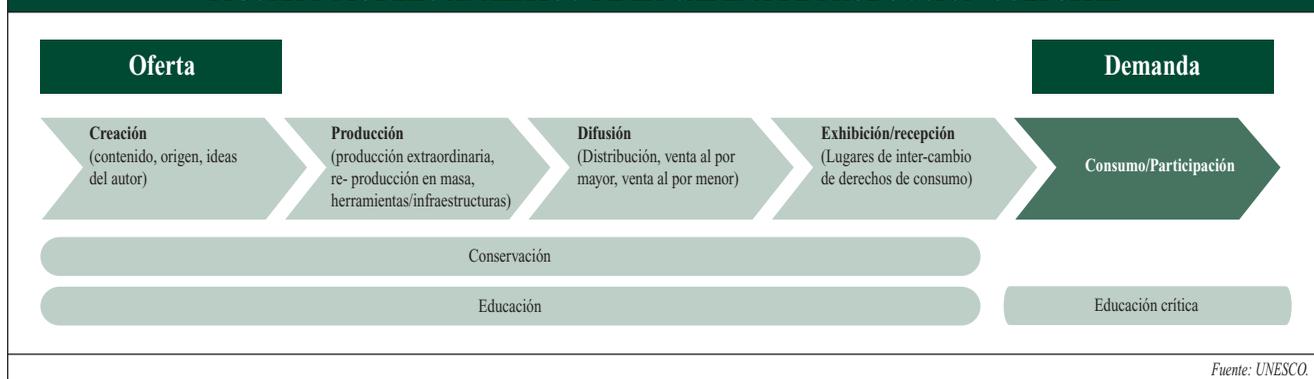
elite. Sin embargo, la cultura también abarca formas tradicionales de arte normalmente expresadas de forma no comercializadas como el patrimonio intangible o el uso de lenguas u oficios locales.

La metodología de la UNESCO adopta un punto de vista pragmático identificando la cultura a través de las actividades sociales y económicas derivadas de las prácticas y expresiones culturales. Dichas actividades incluyen no sólo los procesos industriales sino también las actividades, formales o no, asociadas con los procesos no industriales. Los bienes y los servicios culturales difieren de otros productos por su naturaleza dual, económica y cultural: incluyen valores económicos y simbólicos. No sólo valores artísticos, estéticos, simbólicos y espirituales. Además, algunos de esos bienes y servicios están sujetos a derechos de propiedad intelectual.

La finalidad de esta metodología es calcular los bienes y servicios culturales resultantes de la cadena de producción cultural. (Véase figura 1). Esta cadena está dividida en diferentes ciclos: creación, producción, difusión, exhibición/recepción desde el punto de vista de la oferta. En lo que se refiere a la demanda, incluye las actividades de participación y consumo. Además, la metodología enfatiza las tres dimensiones de la actividad cultural: educación, conservación y el conocimiento local y tradicional que deben ser calculados a través de una serie de actividades o de funciones sectoriales. Educación y conservación se definen como funciones transversales dentro de la cadena de producción mientras que el conocimiento local y tradicional se considera un ámbito cultural transversal.

El modelo propone una jerarquía de ámbitos culturales núcleo y ámbitos culturales relacionados (véase figura 2). Los ámbitos culturales núcleo se asocian con la definición común de cultura y pueden encontrarse bajo los siguientes encabezados: patrimonio cultural y natural, representación y festejos, artes visuales, manualidades y diseño, prensa y libros y medios audiovisuales y digitales. Estas categorías están consideradas culturales 100%.

FIGURA 1. MODELO ANALÍTICO DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN CULTURAL



Fuente: UNESCO.

Los ámbitos relacionados se vinculan con una definición más amplia de la cultura incluyendo actividades sociales y de recreo. Representan categorías que tienen un carácter cultural pero cuyo componente principal no es cultural, a saber: deporte, ocio y turismo.

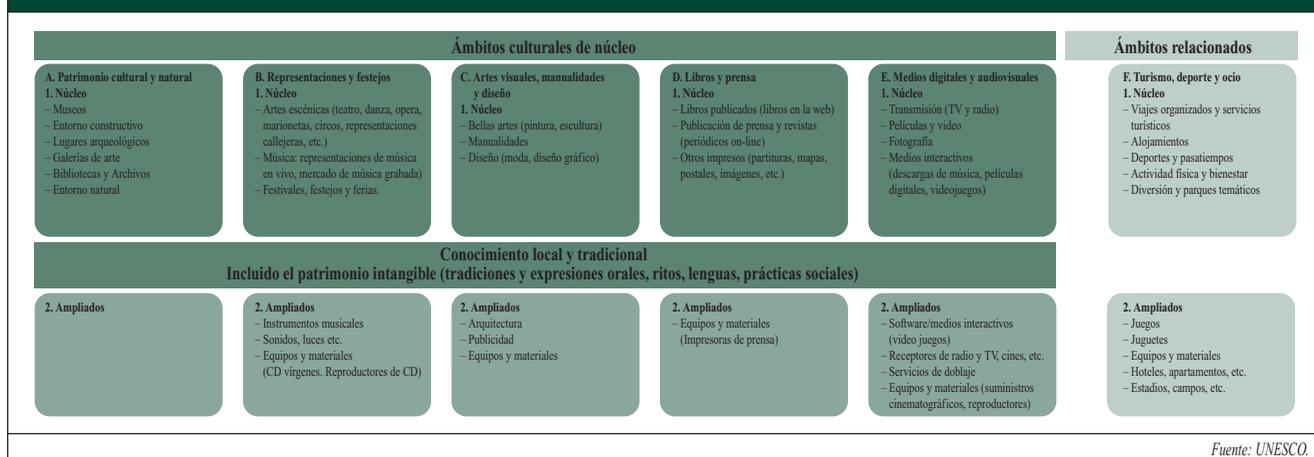
Dentro de cada ámbito se incorpora una categoría adicional de productos y actividades “ampliados”. Los productos núcleo (bienes y servicios) son aquellos directamente relacionados con un contenido cultural mientras que los productos culturales ampliados son a menudo las herramientas que permiten la producción o diseminación de los productos núcleo como equipamiento o materiales (teatros, instrumentos musicales). También incluyen actividades creativas en las que sólo parte de las actividades está relacionada con la cultura. Estos ámbitos son: arquitectura y publicidad.

Otra forma de definir el ámbito cultural es mediante la observación de las industrias basadas en los derechos de autor. La WIPO (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2003) ha desarrollado una metodología que permite a los países calcular su tamaño. Las industrias núcleo de derechos de autor son normalmente aquellas caracterizadas como las típicas industrias culturales que están completa-

mente comprometidas con la creación, producción y fabricación, la representación, difusión, comunicación y exhibición o la distribución y la venta de los trabajos u otras materias sujetas a protección. La WIPO considera las siguientes industrias como industrias núcleo de derechos de autor: (a) prensa y literatura; (b) música, producciones teatrales, operas; (c) películas y vídeos (d) radio y televisión; (e) fotografía; (f) software y bases de datos; (g) artes visuales y gráficas; (h) servicios publicitarios y (i) sociedades de gestión de colectivos de derechos de autor.

Tras unos años de paréntesis, EUROSTAT vuelve a trabajar sobre las estadísticas culturales. Su último informe, EUROSTAT (EUROSTAT, 2007) utiliza un punto de vista pragmático para definir la cultura. Su definición incluye un conjunto mínimo de áreas que han sido establecidas entre todos los estados miembros como culturales. Estas áreas se limitan a: archivos de patrimonio artístico y monumental, bibliotecas, prensa y libros, artes visuales, arquitectura, artes escénicas y audiovisuales/multimedia. Se excluyen categorías como el deporte y el turismo. EUROSTAT reconoce que es necesario un trabajo metodológico adicional para mejorar las estadísticas culturales.

FIGURA 2. ÁMBITOS Y ACTIVIDADES PROPUESTOS POR LA METODOLOGÍA REVISADA DE UNESCO PARA LAS ESTADÍSTICAS CULTURALES



Fuente: UNESCO.

Midiendo la cultura

Otro factor clave es cómo se recogen las estadísticas culturales. La metodología de la UNESCO se basa en las clasificaciones más ampliamente empleadas dentro de las oficinas de estadística nacionales de los países desarrollados: la ISIC (la clasificación de industria estándar internacional), la ISCO (la clasificación de ocupaciones estándar internacional) y la menos empleada PCP (Clasificación de producto central). Maximizando así el potencial para emplear estudios ya existentes de recogida de estadísticas culturales y reduciendo, de este modo, el coste adicional de su recopilación.

Este modelo tiene en cuenta la falta de estadísticas nacionales sobre cultura y la necesidad de reducir la carga en los países con menos recursos estadísticos, humanos y económicos. El sistema hará uso de instrumentos habituales de estadística como encuestas de población activa o censos de población. Además, presentará un exhaustivo enfoque sobre la medición de la cultura tanto en la esfera social como en la económica, pero no será limitativo con respecto a lo que los países deberían o no recopilar. Esta flexibilidad permitirá a los países identificar las prioridades nacionales al tiempo que mantienen los elementos de comparativa internacional.

La metodología comienza con un modelo principalmente económico. Como complemento del modelo económico, también deben tenerse en cuenta los modelos sociales de cultura. El tema del consumo o la participación en las actividades culturales reconoce las dificultades de reconciliar los modelos de cultura “económico” y “social”. El “consumo” es considerado por algunos un enfoque económico mientras que la cultura demanda un punto de vista más amplio en el que el “disfrute” tiene un valor más que económico. Los especialistas afirman que la “participación” en las actividades culturales produce fuertes beneficios sociales, como la confirmación de la identidad y el incremento de la cohesión social. Una forma común de estudio incluye un evento o un lugar en particular, normalmente registrando el número de visitantes de un lugar, evento o festival. Desgraciadamente, muchas estadísticas turísticas no diferencian entre visitantes locales y extranjeros. Muchos lugares, ya sean patrimonio natural o arquitectónico, desempeñan un papel central en la vida de las comunidades locales a través de las prácticas culturales locales o tradicionales. Esto significa que la participación local y el uso de estos lugares debe ser sondeada junto a las de los visitantes de otros campos.

Otra forma de afrontar las dimensiones sociales de la cultura es a través de las dimensiones transversales propuestas en la metodología que son: educación y tradición y conocimiento local y conservación.

La educación enseña a las personas cómo valorar la cultura y es la herramienta principal para transmitir la cultura de una generación a otra. La educación también enseña cómo juzgar la calidad y diversidad cultural. Las tasas de inscripción en programas de educación cultural son, por ello, indicadores úti-

les de cómo los diferentes aspectos de la cultura son cubiertos por los colegios y la educación secundaria.

El conocimiento tradicional representa la producción cultural que no está incluida en el mercado convencional debido a que está sujeta a intercambios informales, intercambios no monetarios (por ejemplo, intercambio de regalos) o producciones de aficionados o informales. Los ejemplos incluyen la medicina tradicional, la producción textil rural, y la producción de instrumentos de música o ropa tradicional. Mientras que puede que estos artículos no entren en el mercado, pueden ser una significativa parte de una producción cultural particular y muchos países querrán datos relevantes. Un aspecto importante del conocimiento y las actividades tradicionales para la UNESCO es cuando éstas son vistas como un patrimonio intangible que podría ser expresado a través de rituales, expresiones orales, etc.

La conservación no es únicamente el modo en el que trabajos significativos de arte son conservados y salvaguardados para la posteridad. Importantes trabajos de arte o tradiciones pueden ser fuerzas poderosas para culturizar e inspirar futuros artistas. Trabajos de arte, patrimonios tangibles e intangibles son, por lo tanto recursos, que se inviertan o no, pueden producir beneficios en términos de nuevos productos culturales e ingresos de visitantes.

Todos estos temas sólo pueden dirigidos mediante una estrecha cooperación internacional que incluya la colaboración entre agencias internacionales (la OCDE, el EUROSTAT y la UNESCO) asociaciones profesionales (como la federación internacional de asociaciones de bibliotecas) y autoridades nacionales interesadas para quienes las estadísticas resultantes fueran relevantes, oportunas y de gran calidad.

En este contexto, la UNESCO consultará a sus estados miembros durante 2008 sobre la propuesta presentada en este documento. La versión final de la metodología para las estadísticas culturales estará disponible en 2009. Un enfoque internacional coordinado será necesario para evitar confusiones causadas por numerosas iniciativas diferentes. Sólo entonces la medida del impacto completo de la cultura en las economías y las sociedades será posible.

Para saber más...

- European Commission. Eurostat. *Cultural statistics pocket book*. 2007.
- European Commission. *The economy of culture in Europe*. 2006.
- OECD. *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture*. 2007.
- UNESCO Institute for Statistics, Hendrik van der Pol. *Key role of cultural and creative industries in the economy*. 2007
- World Intellectual Property Organisation (WIPO). *Guide on surveying the economic contribution of the copyright-based industries*. 2003.

El Instituto Nacional de Estadística y la Medición de la Cultura

Elena Teresa Chasco Soto

*Jefa de Área de la S.G. de Estadísticas y Análisis Sociales.
Instituto Nacional de Estadística (INE)*

España ha vivido una gran evolución en estos últimos tiempos. Hasta tan sólo unas décadas atrás, se trataba de un país preocupado ante todo por los aspectos económicos; pero ahora, ya conseguida cierta estabilidad en este campo, hemos dado un paso más y han surgido entre nuestras prioridades conceptos tales como el bienestar social: salud, educación y cultura. Además de este cambio en nuestra forma de pensar, la aparición de las nuevas tecnologías ha provocado una nueva forma de actuar ya que la información, con letras mayúsculas, es más variada y más accesible y esto no es más que el principio de un proceso que se está desarrollando a pasos agigantados.

¿Cómo afecta a la cultura? Las personas tienen más tiempo libre y muestran más interés por la cultura, y por otro lado, necesitan emplear menos tiempo para acceder a las múltiples fuentes de información cultural y “estar al corriente de” qué bienes y servicios culturales se ofrecen y cómo y dónde adquirirlos.

Por otro lado, no debemos dejarnos en el tintero dos sectores de la población a menudo olvidados; las personas jubiladas o prejubiladas, que viven más años, en mejores condiciones de salud física /mental y que constituyen un nuevo tipo de demanda y, en el otro extremo, los más jóvenes y más familiarizados con los nuevos usos de la comunicación.

Nos encontramos ante una nueva realidad caracterizada por una oferta cultural más amplia y más accesible y con unos potenciales usuarios de esta oferta “in crescendo”, por lo que precisamos de instrumentos estadísticos eficaces y robustos que permitan reflejar esta nueva situación con datos objetivos.

El Instituto Nacional de Estadística participa en el estudio del ámbito cultural con distintos tipos de actuaciones que implican diferentes grados de responsabilidad y participación.

En la estructura del Plan Estadístico Nacional, las investigaciones de carácter específicamente cultural se encuentran englobadas en el Sector o Tema “Cultura, Deporte y Ocio” y constituyen, para este cuatrienio 2005-2008, un conjunto de catorce operaciones de las cuales nueve corresponden a temas culturales. Están encomendadas a distintos organismos administrativos y, en este caso, al Ministerio de Cultura y al INE. En particular el INE elabora dos de estas estadísticas; nos referimos a la Estadística de Producción Editorial de Libros y a la Estadística de Bibliotecas. Ambas estadísticas están orientadas, en gran medida, al análisis del mundo de los

libros, aunque principalmente desde el lado de la oferta: la edición e impresión de libros y disponibilidad y recursos de las bibliotecas, si bien, aportan algunos datos sobre la demanda: visitas, usuarios y libros prestados por las bibliotecas.

“Nos encontramos ante una nueva realidad caracterizada por una oferta cultural más amplia y más accesible y con unos potenciales usuarios de esta oferta “in crescendo””

Complementando estas investigaciones, en la extensa producción del INE, se encuentran diversas operaciones estadísticas no específicamente culturales y, por lo tanto, pertenecientes a otros sectores o temas: sociales, de renta de los hogares y condiciones de vida, de mercado laboral, de educación y de servicios e industriales, dirigidas tanto a hogares como a empresas, de las que se pueden obtener numerosas y variadas aportaciones al estudio de la cultura.

Por último, no podemos olvidar las referencias a las estadísticas culturales contenidas en las operaciones de síntesis elaboradas por el INE tales como: los Indicadores Sociales, la Panorámica Social, España en Cifras y el Anuario de Estadística de España, en las que se recopilan datos procedentes de diversas fuentes, tanto internas como externas al INE.

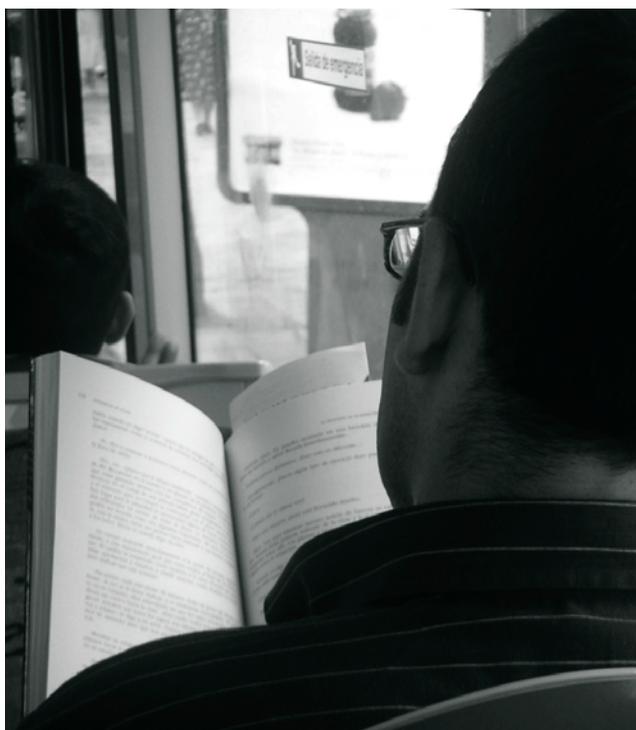
Estadística de Bibliotecas

La Estadística de Bibliotecas se viene elaborando por el INE desde el 1959, aunque a partir del año 2002 se introducen algunos cambios en sus definiciones y contenido.

Se trata de una encuesta de periodicidad bienal basada en normas internacionales de la UNESCO, cuyos objetivos son proporcionar información tanto de la actividad (fondos, visitantes, préstamos...) como de las características estructurales de las bibliotecas (tipo, financiación, forma de acceso...) y con un especial interés sobre el tema de la implantación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

La investigación se extiende a la totalidad de las bibliotecas existentes en España durante el año de referencia, con la excepción de las bibliotecas escolares y de las privadas cuya utilización no está permitida al público ni siquiera en condiciones especiales. Incluye las categorías de bibliotecas nacionales, centrales de comunidades autónomas, públicas, para grupos específicos de usuarios (no especializadas), de instituciones de enseñanza superior y especializadas.

Para la recogida de información se parte de un directorio de bibliotecas actualizado por el Ministerio de Cultura. A cada una de estas bibliotecas se les envía un cuestionario individual diseñado por el INE de cuya recepción, grabación y depuración se encargarán posteriormente las Delegaciones Provinciales del INE. Esta disponibilidad de datos individuales posibilita la realización de numerosos análisis mediante el cruce de múltiples variables. La metodología y resultados desagregados, por tipo de biblioteca y por comunidad autónoma, se pueden consultar en la página web del INE (www.ine.es).



En la actualidad se han firmado convenios de colaboración tanto con organismos oficiales (Ministerio de Defensa y Guardia Civil) como con los Institutos de Estadística de algunas comunidades autónomas que conllevan distintos grados de participación.

Asimismo, se prevé, en próximas ediciones, una colaboración más estrecha con el Ministerio de Cultura con el fin de lograr un mejor aprovechamiento de la información y la evitación de duplicidades innecesarias. Especialmente en lo relativo a su Estadística de Bibliotecas Públicas que, ofrece datos agregados de esta categoría de bibliotecas mediante el envío de un cuestionario a cada comunidad autónoma.

Estadística de Producción Editorial

La Estadística de la Producción Editorial de Libros se realizó por primera vez en el INE en 1965, llevándose a cabo en la actualidad con periodicidad anual y de acuerdo con las normas internacionales de la UNESCO.

El objetivo de la estadística es disponer de información sobre el número y características de los libros y folletos, es decir, de las publicaciones no periódicas impresas editadas en el país, así como las impresas en España procedentes de editoriales extranjeras y puestas a disposición del público.

Los datos primarios para la realización de esta estadística se toman directamente de los libros entregados en la Sección de Depósito Legal del Departamento de Adquisiciones de la Biblioteca Nacional, así como de la documentación que los acompaña: impreso de solicitud del número de Depósito Legal y, para los libros con fines comerciales y, por lo tanto, sujetos a la consignación del ISBN (International Standard Book Number): la ficha de solicitud del mismo.

En la página web del INE (www.ine.es) se encuentra la metodología y los resultados de la estadística en los que se presentan tablas relativas al número de títulos y al número de ejemplares, en función de diversas variables: categoría temática, tipo de edición, tirada media, idioma de publicación y del texto original, y lugar de edición: provincia, CCAA y país.

Otras operaciones estadísticas del Instituto Nacional de Estadística

Como hemos expuesto anteriormente, en el INE se elaboran estadísticas de muy diversa índole pertenecientes a otros sectores no básicamente culturales, de las que, sin embargo, se pueden deducir numerosos datos culturales.

Existen encuestas de marcado carácter social enfocadas al estudio de los hábitos de vida de los hogares españoles y de las que se puede obtener información de determinados hábitos culturales aunque, al no tratarse de encuestas de carácter principalmente cultural, sólo corresponden a aspectos parciales: la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares (TIC-Hogares) que nos suministra información sobre el equipamiento cultural del hogar (aparatos de reproducción

de imagen y sonido, ordenadores, disponibilidad y usos de internet que incluye acceso a bibliotecas, compras de bienes culturales,...); la Encuesta de Condiciones de Vida en cuyo módulo de participación social se obtienen datos sobre utilización de servicios culturales (cine, espectáculos en directo y lugares de interés cultural); Encuestas de Turismo sobre turismo cultural, la Encuesta de la Enseñanza Universitaria sobre profesorado y alumnado matriculado en especialidades relacionadas con profesiones culturales y la Encuesta de Empleo del Tiempo y su apartado sobre el tiempo dedicado a la cultura y al ocio del que se obtienen una serie de análisis atendiendo a los distintos tipos de actividad cultural (cine, teatro, bibliotecas, museos,...) en los que se estudian varios temas: la importancia de los distintos tipos de actividades (proporción de personas que realizan cada actividad, su frecuencia e incidencia en relación con el momento del día), su distribución geográfica y el perfil de los usuarios en función de una serie de variables de tipo sociodemográficas, económico laborales y de las características del hogar. En este ámbito social, cabe destacar la colaboración del INE en el diseño muestral de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales cuya segunda edición acaba de ser publicada por el Ministerio de Cultura y para la que, en sucesivas ediciones, está prevista una mayor participación.

“La propia naturaleza de las actividades culturales al ser éstas múltiples y diversas va a implicar que lo cultural esté presente en diferentes sectores económicos”

Actualmente, las respuestas a preguntas tales como: ¿qué volumen económico mueve la cultura y cuál es su aportación a la economía en general? y ¿en qué y cuánto se gastan los hogares españoles en cultura? se derivan del análisis de resultados de encuestas de marcada trayectoria dentro del INE: el empleo cultural, a partir de los resultados de la Encuesta de Población Activa mediante el estudio de las personas con ocupaciones específicamente culturales y/o que trabajan en actividades culturales; el consumo de los hogares en bienes y servicios culturales a partir de la Encuesta de Presupuesto Familiares y, la cuantificación y características de las empresas culturales mediante recopilación de información del Directorio Central de Empresas (DIRCE), la Encuesta Industrial y la Encuesta de Servicios.

Pero antes que nada debemos hacer una reflexión: la propia naturaleza de las actividades culturales al ser éstas múltiples y diversas va a implicar que lo cultural esté presente



en diferentes sectores económicos y que, como resultado, no se cuente con un sector propio, perfectamente identificable y diferenciado del resto de sectores económicos como se observa a nivel de las clasificaciones utilizadas en las encuestas del INE (CNAE, CNO, COICOP,...). Esta situación provoca que en algunos casos, determinados aspectos culturales no se puedan cuantificar directamente y haya que recurrir a estimaciones, ya que se encuentran englobados en rúbricas de finalidades más generales (y no específicamente culturales) pertenecientes a sectores económicos específicos. En este sentido, cabe destacar la gran labor desarrollada por la Oficina de Estadística del Ministerio de Cultura en la elaboración de análisis estadísticos e informes sobre el valor económico de la cultura. En un futuro, para solucionar estas dificultades a la hora de explotar los datos de las encuestas INE, se tendría que evaluar las posibilidades de un mayor nivel de desagregación de las clasificaciones utilizadas o del diseño de módulos específicos cuando se precisaran de estudios más detallados o se presentaran problemas de representatividad de la muestra para los niveles requeridos de desagregación.

Planteamiento futuro

El Instituto Nacional de Estadística debe seguir avanzado coordinadamente con el Ministerio de Cultura en dos direcciones con el fin de conseguir una mayor armonización tanto a nivel internacional como nacional; como miembro integrante del Proyecto de Estadísticas Culturales de EUROSTAT en temas de hábitos culturales, empleo, empresas y gasto cultural y, con las comunidades autónomas mediante convenios de colaboración en los que establezcan una serie de objetivos comunes para todo el territorio nacional y una mayor coordinación entre las distintas Administraciones Públicas en la elaboración de operaciones estadísticas.

Sistema de información estadística en el Ministerio de Cultura

María Ángeles Pérez Corrales

Directora de la División de Estadística del Ministerio de Cultura

El sistema de información estadística del Ministerio de Cultura proporciona periódicamente una selección de los indicadores estadísticos más significativos en el ámbito cultural, procedente fundamentalmente de estadísticas oficiales incluidas en el Plan Estadístico Nacional, incorporando información de más de una veintena de fuentes de estas características. Se trata de fuentes que, o bien se dedican exclusivamente al estudio del sector, o bien permiten de forma directa o a través de explotaciones específicas extraer indicadores del mismo, con el consiguiente valor añadido derivado del aprovechamiento de la información de base ya existente.

Antes de realizar un breve recorrido por las fuentes estadísticas utilizadas resulta preciso señalar que una de las características más significativas de la estadística cultural se deriva del propio ámbito de investigación, en ocasiones difícil de delimitar y fuertemente interrelacionado con otros sectores. En esta delimitación se han tenido en cuenta los valiosos trabajos metodológicos desarrollados por la Oficina Estadística de la Unión Europea (EUROSTAT) desde el año 1997, que tuvieron como principal objetivo la definición de un ámbito cultural común, en la medida de lo posible, a todos los países europeos. Este marco ha sido tomado como base de referencia, estableciéndose algunas diferencias respecto al mismo que, en la mayor parte de los casos, tales como la arquitectura o el diseño, se deben fundamentalmente a motivos instrumentales.

Así, se consideran inicialmente los siguientes sectores: bienes culturales (patrimonio; museos; archivos; bibliotecas), libro y publicaciones periódicas, artes plásticas, escénicas y musicales y el sector audiovisual (cine; vídeo; música grabada; televisión; radio). Esta decisión no está exenta de debate y debe estar sujeta a continua evaluación. Puede citarse como ejemplo la exclusión de la publicidad: no hay dudas en relación a la calidad artística de algunos cortos publicitarios pero este argumento no parece suficiente para considerarla una actividad estrictamente cultural. Por otra parte, habría que reflexionar sobre el creciente papel de la informática en la producción y en la difusión de la cultura que pone de manifiesto la necesidad cada vez mayor de investigación de indicadores relativos a este sector.

Complementariamente han de analizarse las actividades respecto a su situación en la cadena productiva de bienes y servicios culturales, considerándose en este sentido las fases de creación, producción, fabricación, difusión y distribución, actividades de promoción y regulación, actividades educati-

vas y actividades auxiliares, debiendo señalarse como principal diferencia en relación a las pautas metodológicas establecidas en su día por la Unión Europea la inclusión en nuestro caso de las actividades de fabricación, tales como artes gráficas o reproducción de registros sonoros, ligadas a productos culturales.

Realizado el estudio desde un punto de vista teórico, la determinación práctica del ámbito cultural conlleva establecer posteriormente correspondencias entre las clasificaciones oficiales utilizadas en el sistema estadístico oficial y el ámbito cultural considerado. Esta traducción al lenguaje estadístico, imprescindible si queremos aprovechar la inestimable información que ofrecen fuentes estadísticas no dedicadas específicamente a la cultura, no es siempre inequívoca ni automática, siendo necesario en ocasiones realizar excepciones derivadas de cuestiones metodológicas o de la disponibilidad de desgloses que han de tenerse presentes en la valoración de los indicadores que en cada caso se elaboran.

Señalaremos a continuación las principales estadísticas oficiales que de forma directa o indirecta proporcionan indicadores culturales en el marco estatal y los principales instrumentos utilizados para su difusión.

Por lo que se refiere a las operaciones estadísticas específicamente dedicadas a la cultura, el Plan Estadístico Nacional, principal instrumento ordenador de la actividad estadística de la Administración General del Estado, recoge actualmente las siguientes operaciones bajo la responsabilidad del Ministerio de Cultura: Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales; Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura; Estadística de Museos y Colecciones Museográficas; Estadística de Archivos; Estadística de la Edición Española de Libros con ISBN; Estadística de la Edición Española de Música en España con ISMN; Estadística de la Cinematografía, Producción, Distribución, Exhibición y Fomento. Incluye



asimismo la Estadística de Bibliotecas y la Estadística de Producción Editorial desarrolladas por el Instituto Nacional de Estadística. A ellas hay que añadir una serie de operaciones estadísticas, incluidas en el Inventario de Operaciones Estadísticas de la Administración del Estado, realizadas por el Ministerio mediante la explotación estadística de sus bases de datos de Protección del Patrimonio Histórico Español (Bienes Muebles e Inmuebles), de las Bases de Datos de Recursos Musicales y de la Danza y de las Bases de Datos de Recursos de las Artes Escénicas.

Ha de destacarse, como parte esencial de un sistema estadístico cultural, la *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales*, investigación por muestreo de periodicidad cuatrienal dirigida a personas de 15 años en adelante destinada a proporcionar indicadores relativos a los hábitos y prácticas culturales de los españoles. En su edición 2006-2007, que por primera vez dota de continuidad a un proyecto de estas características, se ampliaron sus objetivos con la finalidad de obtener indicadores relativos a la forma de adquisición de determinados productos sujetos a derechos de propiedad intelectual. En esta edición el Ministerio de Cultura contó con la colaboración del Instituto Nacional de Estadística en determinados aspectos de su diseño muestral.

Citaremos en segundo lugar dos proyectos bien distintos, la *Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura*, y la *Estadística de Museos y Colecciones Museográficas*, que tienen en común ser fruto de la colaboración entre el Ministerio de Cultura y las Comunidades y Ciudades Autónomas en materia estadística, realizados a través del Grupo de Trabajo de Estadística, enmarcado en la Conferencia Sectorial de Cultura. El primero ofrece indicadores relativos al gasto público liquidado en el ámbito cultural realizado por las administraciones públicas, desglosando este por su naturaleza económica y destino. La Estadística de Museos y Colecciones Museográficas, investigación de periodicidad bienal, proporciona resul-

tados relativos al número de instituciones museísticas y a determinadas características de las mismas tales como su accesibilidad, la disponibilidad de servicios y equipamientos, las actividades realizadas, los fondos museísticos, los visitantes y el personal de estas instituciones.

Como se ha señalado el sector del libro cuenta con dos proyectos específicos en el Plan Estadístico Nacional: la *Estadística de la Edición Española de Libros con ISBN (MCU)* y la *Estadística de Producción Editorial (INE)*. El primero de ellos proporciona la información desde el punto de vista del editor y utiliza como fuente el registro de ISBNs concedidos por la Agencia Española a las publicaciones de agentes editores españoles, hayan sido o no impresas en España. La Estadística de la Producción Editorial de Libros ofrece indicadores sobre títulos, ejemplares y tirada, siempre que la impresión se haya realizado en España, con independencia del lugar de edición. Esta información se obtiene del Depósito Legal que entrega cada impresor en la Biblioteca Nacional.

“ **Se consideran inicialmente los siguientes sectores: bienes culturales, libro y publicaciones periódicas, artes plásticas, escénicas y musicales y el sector audiovisual** ”

La *Estadística de Cinematografía: Producción, Exhibición, Distribución y Fomento*, desarrollada por el Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) del Ministerio de Cultura es una investigación de carácter continuo que ofrece información sobre las áreas de producción, exhibición y distribución cinematográficas. Se trata de una estadística basada en la información administrativa disponible acerca de la actividad de las empresas incluidas en el Registro de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales, en el que están incluidas las empresas establecidas en España que realicen alguna actividad de las incluidas en las distintas secciones que comprende, así como los titulares de salas de exhibición cinematográfica. Los datos de exhibición, que comprenden tanto la infraestructura, cines y salas, como su actividad, películas estrenadas y exhibidas, espectadores, recaudación, etc. proceden del parte de declaración de exhibición que cada cine o local debe cumplimentar y enviar semanalmente al ICAA y, en el caso de cines con taquilla informatizada, mediante el envío telemático de los datos.

A las operaciones anteriores ha de añadirse el proyecto de las Cuentas Satélite de la Cultura en España, cuya incorporación está prevista en el próximo Plan Estadístico Nacional Español para el periodo 2009-2012. La operación estadística que será elaborada por el Ministerio de Cultura contará con la colaboración en sus aspectos metodológicos del Instituto Nacional de Estadística, responsable en España de las Cuentas Nacionales. Su punto de partida será el proyecto de investigación estadística del Ministerio de Cultura *El valor económico de la cultura en España*, en cuya elaboración el Ministerio ha contado con la colaboración de expertos de reconocido prestigio de la universidad. Los primeros resultados, difundidos en 2007, ofrecieron estimaciones del valor económico y de la contribución al PIB español del sector cultural y de aquellos vinculados con la propiedad intelectual, utilizando como fuente básica la Contabilidad Nacional y complementando esta información con otras fuentes estadísticas oficiales directas.

Tanto los resultados estadísticos como el detalle de las metodologías utilizadas se ofrece a los usuarios a través de los instrumentos de difusión de estadísticas culturales disponibles en www.mcu.es

Como se ha señalado, se tratan asimismo numerosas operaciones estadísticas del Plan Estadístico Nacional no dedicadas específicamente al sector cultural pero que permiten obtener información del mismo, en la mayor parte de los casos, procedentes del INE (Encuesta de Población Activa; Encuesta Continua de Presupuestos Familiares; Encuesta de Condiciones de Vida; Estadística de la Enseñanza Universitaria; Directorio Central de Empresas; Encuesta Industrial de Empresas; Encuesta de Servicios; Encuesta de Nuevas Tecnologías en los Hogares, etc.). A ellas se añade información de otros organismos entre los que se destacan estadísticas presupuestarias, fiscales y de comercio exterior del Ministerio de Economía y Hacienda, estadísticas turísticas del Instituto de Estudios Turísticos o estadísticas de enseñanza no universitaria del Ministerio de Educación y Ciencia. El resultado de estas explota-

ciones pone de manifiesto hasta que punto en el desarrollo del sistema de información estadística cultural cobra especial importancia la participación en el sistema estadístico nacional, y la coordinación realizada en su marco.

Los resultados obtenidos de estas últimas fuentes no son únicamente una recopilación de los disponibles y difundidos para el ámbito cultural. En ocasiones resulta preciso realizar explotaciones específicas para acercarnos al ámbito cultural. Pueden citarse como ejemplo los indicadores disponibles actualmente acerca del empleo cultural, que proceden de una explotación específica de la Encuesta de Población Activa e incluyen las personas ocupadas que desarrollan su actividad laboral en este ámbito considerando el criterio conjunto tanto de las ocupaciones como de las actividades económicas culturales, o aquellos relativos a la vinculación entre turismo y cultura, que conllevan asimismo explotaciones específicas de las encuestas turísticas y ofrecen entre otros información acerca de los viajes realizados por los residentes en España que, según la opinión manifestada por las personas que los realizaron, fueron iniciados principalmente por motivos culturales.

La elaboración o tratamiento del conjunto de las operaciones estadísticas mencionadas permite obtener y difundir indicadores culturales tanto de carácter sectorial, referidos a sectores culturales concretos, como de carácter transversal, aquellos que afectan a diversos sectores culturales. Entre los primeros pueden citarse los relativos a bienes de interés cultural, museos, archivos, bibliotecas, libro, edición musical, recursos musicales, de la danza y de las artes escénicas o cine. Entre los indicadores de carácter transversal disponibles se encuentran los relativos a empleo cultural, empresas con actividad principal cultural, gasto público en cultura, gasto de consumo cultural de los hogares, derechos de propiedad intelectual gestionados, comercio exterior de bienes culturales, enseñanzas relacionadas con profesiones culturales o turismo vinculado a la cultura, cobrando especial importancia los relativos a los hábitos y prácticas culturales. Tanto los resultados estadísticos como el detalle de las metodologías utilizadas se ofrece a los usuarios a través de los instrumentos de difusión de estadísticas culturales disponibles en www.mcu.es. Además de las publicaciones monográficas, destacan por su carácter compilatorio, y como único medio de difusión de determinados indicadores culturales, CULTURAbase, una base de datos con series estadísticas culturales accesible por Internet, y el Anuario de Estadísticas Culturales.

Para saber más...

<http://www.mcu.es/estadisticas/index.html>

– Anuario de Estadísticas Culturales 2007

<http://www.mcu.es/estadisticas/MC/NAEC/2007/PresentacionAnuarioEC2007.html>

– CULTURAbase.

<http://www.mcu.es/culturabase/cgi/um?L=0>

Estadísticas sobre la producción editorial: Panorámica de la edición española de libros

Mónica Fernández Muñoz

Subdirectora General de Promoción del Libro, la Lectura y las Letras Españolas. Ministerio de Cultura

La toma de decisiones políticas en el ámbito de la promoción del libro requiere, como en otros sectores, disponer de datos fiables para analizar y valorar el sector en el que se adoptan aquéllas. Por ello, el Ministerio de Cultura elabora una estadística derivada de los registros anuales concedidos por la Agencia Española del ISBN –integrada en la Subdirección General de Promoción del Libro la Lectura y las letras Españolas– dando lugar a llamada *Panorámica de la edición española de libros*. Esta Panorámica se integra en el Plan Estadístico Nacional y es una de las principales estadísticas culturales que ofrece tanto es sus publicaciones impresas como a través de su web (www.mcu.es), incluido en el sistema de difusión estadística CulturaBase.

El ISBN (Norma ISO 2108) es un número creado internacionalmente para dotar a cada libro de un código numérico que lo identifique. La norma original ha sido modificada a medida que los libros y otros artículos similares han empezado a publicarse en nuevos medios, aunque la estructura básica del ISBN no ha sido modificada y se usa actualmente en cerca de 150 países.

El ISBN se aplica también a materiales que superan el concepto del libro (libros en otros soportes, publicaciones en Braille, mapas, incluso materiales no librarios con texto, gráficos estadísticos, etcétera, cuyo contenido sea información similar a la de los libros) y excluye las publicaciones periódicas, entre otras publicaciones. Actualmente Ley 10/2007 de 22 de junio de la lectura, el libro y las bibliotecas define tanto el libro como la publicación periódica. No es obligatorio el ISBN publicaciones no venales.

La solicitud del ISBN es una obligación del agente editor que solicita y entrega en la Agencia una ficha con todos los datos de la futura publicación. Los editores previamente reciben un cupo de números asociados a su prefijo de editor que van asignando a sus publicaciones a medida que van editando y comunican a la Agencia los números utilizados para obtener la asignación de un número a un libro volumen.

Junto a esa fuente principal, se añaden otras dos complementarias:

- La estadística que hace el INE, elaborada a partir de la información de los libros que entrega el impresor en la oficina del Depósito Legal de la Biblioteca Nacional. Mientras que el concepto ISBN está más próximo al de libro como unidad física o volumen que al concepto de título, la

estadística del INE toma como unidad el título. De esta fuente se obtiene la información sobre la tirada media.

- El estudio Comercio Interior del Libro que hace la Federación de Gremios de Editores de España –con la subvención de la DGLAB– basado en encuestas al sector editorial y que permite incorporar tablas sobre el volumen de facturación por tamaño de las empresas y por subsectores de la edición

La información que nos ofrece la Panorámica se puede resumir del siguiente modo:

Los datos globales de la edición, que en 2006 arrojan la cifra de 77.330 ISBN concedidos, se analizan y matizan utilizando los siguientes conceptos basados en las definiciones de la UNESCO (Tabla 1).

Por lo que se refiere a la lengua de las publicaciones, se distingue entre lengua de traducción y lengua de publicación.

La publicación es mayoritaria en castellano: 75% y 82% si se considera sólo el conjunto de las lenguas españolas.

En cuanto a la publicación en lenguas extranjeras destacan, además de las publicaciones multilingües (2.724 ISBN en 2006), el inglés con 1.472 ISBN en 2006.

Los libros traducidos, según estas cifras globales, son el 28,2% del total de la producción (21.809) representando las traducciones al inglés casi la mitad (10.782).

La tirada media es un dato que, como se dijo, se toma del análisis del INE, que la sitúa en 3.859 ejemplares por título. Desde hace casi dos décadas el descenso de la tirada media ha sido continuado. La Panorámica presenta la tirada media por materias y subsectores de la edición, entre los que destacan infantil y juvenil y libro de texto con las tiradas más altas.

TABLA 1. PRODUCCIÓN DE LIBROS

	ISBNs inscritos en el año	
	2006	% Variación
Producción de libros	77.330	+1,40
Primeras ediciones = primera publicación de un texto por una editorial concreta en una colección específica y en un determinado formato	60.224	+0,36
Reediciones = se distingue de la anterior por algunas modificaciones introducidas en el contenido o en la presentación, y que requiere un nuevo ISBN.	3.265	+13,49
Reimpresiones = impresión repetida de una publicación sobre el mismo molde o matriz de la primera impresión y que, al no incorporar modificaciones que afecten al contenido o a la presentación, no requiere un nuevo ISBN	13.841	+3,44

Fuente: Ministerio de Cultura.

En cuanto a los precios, la información que se ofrece corresponde a precios sin IVA, que son los que facilitan y declaran los editores en la ficha para la asignación del correspondiente número a la Agencia del ISBN. Se han registrado en 2006 75.575 libros con precio. El intervalo más numeroso es el de 7,51 euros a 10,00 euros y en total el 41,5% de los libros con precio se sitúa por debajo de 10 euros.

Por lo que se refiere a la distribución geográfica de la edición, por Comunidades Autónomas y por provincias, tradicionalmente refleja la concentración de la edición el eje Madrid-Barcelona, que en 2006 juntas suponen 68,8% de la edición.

Para conocer la edición por subsectores, se realizan dos clasificaciones:

La clasificación por materias se realiza de acuerdo con la división de la UNESCO de 25 categorías de temas, que permite una fácil conversión a la Clasificación Decimal Universal (CDU), que es la elegida por la Agencia para describir la materia de los libros. El otro criterio elegido es el de subsectores de la edición, agrupando los libros con características similares de contenido.

Por materias, las más numerosas son Literatura, Enseñanza y Educación y Generalidades. Por subsectores, destacan los 24.353 de ciencias sociales (31,5% de la oferta total), el 19,6% de creación literaria, el 15,5% que representan los libros de texto y los 9.677 ISBN de Literatura infantil y juvenil (12,5% del total)

Existe un apartado específico de la Panorámica dedicado a la edición en otros soportes, que incorpora, aunque diferenciándolos, los llamados “libros multimedia”.

La aparición de los nuevos soportes del conocimiento y distribución de la información hace años exigieron una revisión del concepto “libro” o “edición”. La Ley 10/2007 la lectura, el libro y las bibliotecas define el libro como obra científica, literaria o de cualquier otra índole que constituye una publicación unitaria en uno o varios volúmenes y que puede aparecer impresa o en cualquier otro soporte susceptible de lectura.

Se entienden incluidos en la definición de libro a los efectos de esta Ley los libros electrónicos y los libros que se publiquen o se difundan por Internet o en otro soporte que pueda aparecer en el futuro, los materiales complementarios de carácter impreso, visual, audiovisual o sonoro que sean edi-

tados conjuntamente con el libro y que participen del carácter unitario del mismo, así como cualquier otra manifestación editorial.

Los libros multimedia se computan entre los datos globales ya señalados y alcanzaron la cifra de 1.867 ISBN, destacando los de Enseñanza y Educación.

Por el contrario, se computan aparte de los 77.330 títulos (editados en papel) el conjunto de “otros soportes”: 4.121 ISBN en 2006, el 96,7% de los cuales son edición electrónica, frente al resto: microformas, audiolibros, videolibros y diapositivas

La Panorámica también ofrece una valiosa información sobre los agentes editores, clasificados por su naturaleza jurídica y por el volumen de edición, esta última determinada por el prefijo editorial concedido por la Agencia Española del ISBN, según las normas internacionales y que permite identificar la capacidad editora de un agente. Se muestra asimismo la evolución de las altas y bajas de editores, mostrando, por ejemplo, que desde el año 2000 no se han dado de alta editoriales grandes (con prefijos de 2 o 3 dígitos, es decir una producción entre 100.000 y 1.000 libros al año).

Tomando los datos de 2006, 3.236 agentes editores han editado libros, de los cuales, el 17,4% eran Administraciones Públicas (que obtuvieron 8.918 ISBN) y el 82,65 editoriales privadas y autores editores (en conjunto obtuvieron 68.412 ISBN).

La desagregación de los editores según los intervalos de producción viene mostrando estos años la concentración de la oferta: en 2006, 14 editoriales privadas superaron los 700 libros al año, mientras que 1.698 editaron un máximo de 4 libros al año.

La Panorámica constituye, pues, una fuente primaria de información, una radiografía exhaustiva de la producción editorial y por ello será uno de los instrumentos de análisis esenciales en el nuevo Observatorio de la Lectura y del Libro recientemente creado por Real Decreto 1574/2007 de 30 noviembre. El Observatorio y la mejora y difusión de las estadísticas de Cultura pretenden responder a la necesidad de información precisa para adoptar las decisiones políticas; a tal efecto convendría que la Panorámica siga siendo uno de los estudios fundamentales de ese proceso.

La Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2006-2007

María Ángeles Pérez Corrales

Directora de la División de Estadística del Ministerio de Cultura

El Ministerio de Cultura publicó el pasado mes de septiembre los resultados de la *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2006-2007*, dotando por primera vez de continuidad a un proyecto de estas características. La investigación, incluida en el Plan Estadístico Nacional, ha sido dirigida a una muestra de 16.000 personas de 15 años en adelante y residentes en España.

La encuesta pretende, por una parte, evaluar la evolución de los principales indicadores relativos a los hábitos y prácticas culturales disponibles a través del proyecto realizado con referencia a 2002-2003, y por otra, ampliando los objetivos de aquel proyecto, profundizar en nuevos aspectos relevantes en el ámbito cultural, especialmente en lo que respecta a la forma de adquisición de determinados productos sujetos a derechos de propiedad intelectual, información demandada en el Plan Integral del Gobierno para la Disminución y Eliminación de las Actividades Vulneradoras de la Propiedad Intelectual promulgado en 2005.

Los objetivos anteriores, fuertemente interrelacionados, indicaron la pertinencia de abordar la operación en un único proyecto, de una forma integrada, pretendiendo así minimizar esfuerzos y evitar duplicidades en la recogida y tratamiento de la información. Con esta finalidad se procedió a un nuevo diseño del cuestionario, partiendo de las nuevas necesidades de información, de la experiencia derivada del proyecto anterior y de la necesidad de no sobrecargar en exceso al informante. Este cuestionario fue evaluado con carácter previo a su implantación, mediante la prueba piloto de la investigación realizada en diciembre de 2005.

Se optó por concentrar la investigación en indicadores de práctica de una determinada actividad cultural, acudiéndose a los hábitos, indicador más genérico que recoge el modo habitual de comportamiento y no está asociado necesariamente con la realización de la misma, sólo en determinadas actividades. Estos indicadores se complementan con información que caracteriza cada actividad tales como el interés que suscita, las motivaciones que impulsan el consumo o práctica así como las barreras al mismo.

La participación cultural ha sido tratada en las diversas actividades culturales: museos, galerías de arte, archivos y monumentos; la lectura de libros y de publicaciones periódicas y las bibliotecas; las artes escénicas y musicales: teatro, ópera, zarzuela, y ballet/ danza, conciertos de música clásica y actual; el sector audiovisual: música grabada, cine, video, te-

levisión y radio; las nuevas tecnologías: ordenador e Internet, así como otras actividades relacionadas con la cultura o con el tiempo libre. Las actividades susceptibles de vulnerar derechos de propiedad intelectual han sido tratadas en los ámbitos del libro, música, vídeo y software.

“ **Escuchar música, leer e ir al cine son, sin duda, las actividades realizadas con mayor frecuencia** ”

El proyecto ha contado con la inestimable colaboración del Instituto Nacional de Estadística en aquellos aspectos relativos a su diseño muestral, en el que, en esta ocasión, se han realizado cambios metodológicos que afectan especialmente a la selección de unidades de la muestra y al tamaño muestral.

Las características de clasificación utilizadas en el proyecto son las siguientes: sexo, edad, nivel de estudios y situación personal o profesional. Asimismo, se ofrecen resultados según el lugar de residencia del individuo: tamaño del municipio y comunidad autónoma.

Sus detalles metodológicos, que exceden al objetivo de estas líneas, pueden consultarse en www.mcu.es, junto a los resultados completos de la encuesta, debiendo señalarse en todo caso que el proyecto fue sometido a un amplio debate con carácter previo a su implantación en diversos foros, entre ellos, el Grupo de Trabajo de estadística enmarcado en la Conferencia Sectorial de Cultura y fue informado favorablemente por el Consejo Superior de Estadística en 2005.



Si bien el elevado número de indicadores ofrecido por la encuesta no permite realizar un exhaustivo recorrido pueden destacarse algunos de sus resultados más significativos. La Tabla 1 recoge una selección de indicadores de participación cultural obtenidos. Como puede observarse en él, escuchar música, leer e ir al cine son, sin duda, las actividades realizadas con mayor frecuencia.

“ Cada año, el 40% de la población asiste a espectáculos culturales en directo. Destacan entre ellos los conciertos de música actual, con tasas del 26,4% ”

Por lo que se refiere a lectura de libros, tal y como se refleja en la Tabla 1, la encuesta distingue entre aquella que se realiza motivada por la profesión o estudios del individuo investigado de la realizada por otros motivos: ocio o tiempo libre. Los resultados ponen de manifiesto hasta que punto los motivos no profesionales son importantes motores de la lectura, situándose los lectores anuales por este motivo en el 52,5% de los investigados, frente al 25,1% de la población que lee por motivos vinculados a su profesión o estudios. En lo que respecta a bibliotecas, a los indicadores tradicionales de asistencia presencial se ha añadido en esta ocasión información

de los accesos a las mismas a través de Internet, que se han cifrado en el 4,6% en términos anuales. En este mismo sentido pueden citarse otros indicadores, tales como la lectura de prensa por Internet, que se estima según la encuesta, en términos mensuales, en un 14,1% de la población.

Cada año, el 40% de la población asiste a espectáculos culturales en directo. Destacan entre ellos los conciertos de música actual, con tasas del 26,4%, observándose una frecuencia inferior en la asistencia a conciertos de música clásica. Si nos centramos en espectáculos de artes escénicas tales como teatro, ópera, danza o zarzuela destaca la asistencia al teatro, con un 19,1% de adeptos anuales. El cine es, sin duda, el espectáculo cultural preferido por los españoles, con tasas de asistencia anual del 52,1%.

Los indicadores ofrecen asimismo significativas diferencias por género. Entre las mujeres es mayor la afición por la escritura y por la lectura, con excepción de la lectura profesional y la prensa, actividades a las que son más asiduos los varones. Ellas asisten con más frecuencia a bibliotecas, si bien son los varones los que presentan mayores tasas de acceso por Internet a las mismas. Las mujeres realizan con más intensidad actividades artísticas como pintar o dibujar y presentan tasas por encima de la media en visitas a museos, exposiciones o galerías de arte, observándose en los varones mayor intensidad en las visitas a monumentos y yacimientos arqueológicos. Tocar un instrumento musical, hacer fotografía o vídeo son aficiones artísticas más frecuentes entre los varones, que presentan asimismo mayores tasas de asistencia anual a conciertos, ya sean de música actual o de música clásica y al cine. Si nos centramos en el colectivo de los que hacen teatro, baile o danza son más altas las tasas observadas entre las mujeres, siendo también ellas las más asiduas a este tipo de espectáculos.

Por lo que respecta a las estimaciones ofrecidas por la encuesta en relación a las personas que acceden a música grabada por canales que no respetan los derechos de propiedad intelectual, pueden destacarse los indicadores que sitúan la compra trimestral de música sin marca en mercadillos o puestos ambulantes en el 1,5% de la población investigada, más de medio millón de personas, y aquellos que realizan cada trimestre descargas gratuitas de música por Internet, el 13,1% de la población, 4,9 millones de personas. En cómputo global se trata de 5,4 millones de personas, debiendo destacarse que la mayor parte, el 69,7%, utilizan únicamente estos canales para el acceso a la música grabada. Estas cifras no se sitúan a gran distancia de las obtenidas para vídeos, estimándose la compra trimestral de vídeos sin marca en mercadillos o puestos ambulantes en el 1% de la población investigada, y la población que realiza cada trimestre descargas gratuitas de vídeos por Internet en el 10,3%. Al igual que sucedía en la música grabada la mayor parte de ellos utilizan sólo estos canales para el acceso a los vídeos.

“ El cine es, sin duda, el espectáculo cultural preferido por los españoles, con tasas de asistencia anual del 52,1% ”

La encuesta ofrece amplias posibilidades de análisis por diversas características, destacando entre ellas, por su inequívoca relación con la participación cultural, el nivel de estudios alcanzado, con el que asciende de forma sistemática la participación cultural, y la edad de la persona investigada, en la que se observa el fenómeno contrario, registrando los jóvenes las tasas de participación cultural más altas prácticamente en todos los ámbitos culturales.

En este sentido, probablemente entre los indicadores más novedosos, desde el punto de vista de la explotación estadística de los resultados, se encuentran los indicadores de participación cultural evaluados en colectivos de personas en los que se observa un comportamiento cultural determinado, que ponen de manifiesto las fuertes interrelaciones entre ellos. Puede citarse, por ejemplo, que las tasas de lectura anual superan el 85% entre aquellos que asisten cada año a espectáculos de artes escénicas, o que la población que visita anualmente algún museo o exposición presenta tasas de asistencia anual al teatro superiores al 35%. Por lo que respecta a la vinculación entre nuevas tecnologías y cultura, la encuesta ofrece indicadores de frecuencia de uso de nuevas tecnologías que cuantifican la importancia de los motivos no relaciona-

dos con la profesión o estudios en el uso del ordenador y de Internet, y presenta, de modo análogo al señalado anteriormente, indicadores culturales para este colectivo que muestran, por ejemplo, que entre aquellos que suelen utilizar ordenador es mucho más frecuente la asistencia a espectáculos culturales en directo, al cine o la afición por la música.

En relación a un futuro próximo, ha de señalarse que es intención del Ministerio de Cultura de España dotar a este proyecto de periodicidad cuatrienal, estando prevista la incorporación de una nueva encuesta oficial de estas características en el próximo Plan Estadístico Nacional Español con referencia al periodo 2010-2011.

TABLA 1. PERSONAS QUE REALIZARON DETERMINADAS ACTIVIDADES CULTURALES (EN %)

	Total	Varones	Mujeres
Visitaron museos en el último año	31,2	31,0	31,3
Visitaron exposiciones en el último año	24,7	24,2	25,2
Visitaron galerías de arte en el último año	13,7	13,5	13,9
Pintaron o dibujaron el último año	9,2	7,5	10,8
Visitaron monumentos en el último año	34,1	35,1	33,2
Visitaron yacimientos arqueológicos en el último año	13,0	14,2	11,9
Asistieron a un archivo en el último año	3,9	4,3	3,5
Fueron a una biblioteca en el último año	17,6	15,6	19,5
Accedieron por Internet a una biblioteca en el último año	4,6	5,0	4,2
Leyeron libros en el último año	57,7	55,4	60,0
Leyeron libros relacionados con la profesión o estudios	25,1	27,9	22,5
Leyeron libros no relacionados con la profesión o estudios	52,5	48,1	56,7
Asistieron al teatro en el último año	19,1	17,0	21,0
Hicieron teatro en el último año	2,1	1,7	2,4
Asistieron a la ópera en el último año	2,7	2,6	2,8
Asistieron a la zarzuela en el último año	1,9	1,7	2,1
Asistieron a espectáculos de ballet o danza en el último año	5,1	4,0	6,2
Hicieron danza o baile en el último año	3,8	2,0	5,4
Escucharon música en el último mes	86,9	88,6	85,3
Asistieron a conciertos de música clásica en el último año	8,4	8,7	8,0
Asistieron a conciertos de música actual en el último año	26,4	28,9	24,0
Tocaron un instrumento musical en el último año	5,9	7,5	4,4
Cantaron en un coro en el último año	2,8	2,3	3,2
Asistieron al cine en el último año	52,1	54,3	50,1
Vieron vídeos en el último mes	51,9	56,5	47,5
Hicieron fotografía en el último año	16,6	18,0	15,3
Hicieron vídeos en el último mes	5,7	6,6	4,9

Fuente: Ministerio de Cultura. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2006-2007

Para saber más...

- Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2006-2007
Publicación electrónica (Formato PDF)
<http://www.mcu.es/estadisticas/MC/EHC/2006/Presentacion.html>
- CULTURAbase. (Formatos tratables, metodología y cuestionario)
<http://www.mcu.es/culturabase/cgi/um?M=t9/p9&O=culturabase&N=&L=0>

La Encuesta de Consumo y Prácticas Culturales de Cataluña

Sergio Mosteiro Molina¹

Técnico estadístico. Departamento de Cultura y Medios de Comunicación. Generalitat de Cataluña

El uso de métodos y técnicas de análisis estadístico que permitiesen sistematizar y cuantificar con garantías razonables de objetividad y contemporaneidad un concepto tan abstracto como el de la cultura es una actividad relativamente reciente.

No es hasta bien entrada la segunda mitad del siglo XX cuando la cultura se convierte en un ámbito más de la investigación estadística, dada la necesidad de disponer de herramientas y datos que ayudasen a la elaboración, programación y evaluación de políticas públicas en esta área.

En el caso de Cataluña, y con el objetivo de conocer las pautas de comportamiento de la población catalana en las prácticas y hábitos de consumo culturales y los usos del tiempo libre, el actual Departamento de Cultura y Medios de Comunicación de la Generalitat inició en julio de 1985 el *Estudio del comportamiento y las características técnicas de la demanda de productos culturales en Cataluña*, con una encuesta hecha a partir de una muestra de 1.491 individuos de 15 años o más en 61 municipios; este estudio se repitió durante los años 1991 y 1996.

Pese a todo, no es hasta el año 2001 cuando el Departamento firma un convenio con el Instituto de Estadística de Cataluña para la elaboración de la primera *Encuesta de consumo y prácticas culturales de Cataluña*. Dicha encuesta, en sus dos ediciones de 2001 y 2006 se ha conformado como una actividad estadística consolidada de carácter oficial que reúne los requisitos técnicos exigibles a todas las operaciones del sistema estadístico catalán, a la vez que queda totalmente enmarcada en los parámetros establecidos por EUROSTAT y la UNESCO.

El principal objetivo de esta operación estadística es conocer el consumo efectivo de los productos y los servicios de carácter cultural, las prácticas activas de la población catalana relacionadas con la cultura, las actividades realizadas durante el tiempo libre, y el equipamiento cultural disponible de los hogares, así como poder establecer un punto de referencia que permita no sólo observar la evolución de los distintos hábitos culturales, sino también caracterizar a los distintos sectores poblacionales que llevan a cabo estas actividades.

La Encuesta de consumo y prácticas culturales 2006: primeros resultados

Los primeros resultados comparativos entre las encuestas de los años 2001 y 2006 muestran las siguientes tendencias generales:

- Un **aumento generalizado de los niveles de consumo para casi todos los ámbitos culturales**, especialmente en el uso de Internet, la práctica de actividades artísticas, la lectura de revistas y la asistencia a conciertos o espectáculos teatrales.
- Una **creciente feminización de la cultura**. La mujer participa cada vez más en actividades de tipo cultural y, en algunos casos, como por ejemplo la visita a galerías de arte, exposiciones o la formación en actividades artísticas, superan la participación masculina.
- Por último, la existencia de una **brecha generacional** en todas las actividades relacionadas con la tecnología y, especialmente en el uso de Internet.

Paralelamente, y como estudio preliminar, se ha considerado interesante analizar el perfil socio-demográfico de aquellas personas que no desarrollan ningún tipo de actividad cultural más allá de ver la televisión y escuchar la radio. Este colectivo, si bien únicamente representa un 1,5% de la población catalana de 15 años en adelante, presenta características que merecen la pena ser comentadas.

Un 70,7% de este grupo está formado por mujeres, y un 77,1% supera los 64 años de edad. Geográficamente, un 64,2% queda concentrado en el área metropolitana de Barcelona, y un 48,9% vive en municipios catalanes de más de 50.000 habitantes. Dentro de este sector poblacional, existen ciertas diferencias entre hombres y mujeres destacables. Un 60% de las mujeres no tiene estudios, mientras que entre los hombres este porcentaje baja hasta el 47,9%; del mismo modo, ninguna de estas mujeres posee estudios universitarios.

Para ambos grupos, la categoría jubilado presenta la frecuencia más alta; sin embargo, los hombres jubilados superan a las mujeres jubiladas en 25 puntos porcentuales. La categoría tareas domésticas es exclusivamente femenina.

Por último, también encontramos diferencias entre hombres y mujeres en cuanto al motivo que justifica su no consumo cultural: entre los hombres es, mayoritariamente, la falta de interés, mientras que entre las mujeres, junto a este motivo aparece también en una elevada proporción la dificultad para salir de casa.

¹ El autor agradece la colaboración del personal del Área de Producción de Estadísticas Sociales del Instituto de Estadística de Cataluña en la elaboración de dicho artículo.

TABLA 1. TASAS DE PRÁCTICA CULTURAL (2001-2006. EN %)

	2001	2006
Lectura de libros	61,2	74,0
Lectura de periódicos	76,7	89,7
Lectura de revistas	51,1	74,2
Asistencia a bibliotecas	35,3	44,0
Consulta de archivos	5,9	9,5
Visita a museos	39,2	48,4
Visita a exposiciones y galerías de arte	35,4	37,7
Visita a monumentos	41,1	47,2
Aficionados a escuchar música	87	95,9
Asistencia a conciertos	32,1	48,2
Asistencia al cine	63,0	68,5
Asistencia a espectáculos teatrales	29,9	40,3
Asistencia a espectáculos de danza	7,6	12,1
Asistencia a espectáculos de circo	5,9	12,8
Prácticas culturales		
Trabajos manuales	22,6	34,8
Escritura	13,3	19,8
Dibujo	12,6	25,7
Tocar un instrumento	8,9	12,3
Danza	3,2	4,2
Canto	3,1	3,2
Teatro	2,4	3,2
Audiencia de televisión	91,5	97,7
Audiencia de radio	83,0	76,3
Uso de Internet	50,3	58,5

Nota: Datos referidos a los 12 meses previos a la realización de la encuesta.

Fuente: Instituto de Estadística de Cataluña.

CUADRO 1. TIPOLOGÍAS POBLACIONALES

Tipologías con bajo nivel de realización de actividades	
Grupo 1	33% (1.729.479)
<ul style="list-style-type: none"> • Tercera edad • Estatus socioeconómico bajo • Sólo siguen los medios de comunicación audiovisuales 	
Grupo 2	25% (1.290.863)
<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes y adultos • Ocupados • Estatus socioeconómico medio • Nivel bajo de realización de actividades culturales • Van al cine • Escuchan música • Utilizan parcialmente las tecnologías de la información 	
Tipologías con nivel medio de realización de actividades	
Grupo 3	9% (488.348)
<ul style="list-style-type: none"> • Tercera edad y población madura • Estatus socioeconómico medio • Usuarios de cultura pre-tecnológica. • Lectores, van al teatro, museos, conciertos de clásica • No utilizan tecnologías de la información 	
Grupo 4	12% (600.811)
<ul style="list-style-type: none"> • Adultos, ocupados • Estatus socioeconómico alto • Nivel medio de asistencia a distintos ámbitos culturales. • Muchos usuarios de tecnologías de la información por trabajo 	
Grupo 5	5% (308.158)
<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes, estudiantes • Usuarios de bibliotecas, asistentes al cine, escuchan música • Muchos usuarios de tecnologías de la información por estudios 	
Tipologías con nivel alto de realización de actividades	
Grupo 6	10% (510.142)
<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes, ocupados, sin cargas familiares • Estatus socioeconómico medio-alto • Población activa en todos los ámbitos culturales 	
Grupo 7	5% (269.807)
<ul style="list-style-type: none"> • Población adulta y madura, estatus socioeconómico alto • Grandes consumidores culturales 	

Fuente: Instituto de Estadística de Cataluña.

La Encuesta de consumo y prácticas culturales 2001: perfiles de población

La aplicación de técnicas estadísticas de análisis multivariante –análisis de correspondencias múltiples y, sobre él, clasificación jerárquica ascendente con descripción de clases– a los resultados obtenidos en la encuesta del año 2001 permitió identificar siete tipologías poblacionales en función del nivel de asistencia y realización de actividades culturales, tal y como queda reflejado en el cuadro 1.

El Grupo 1 queda conformado por el sector poblacional que, prácticamente, no llevaba a cabo ningún tipo de actividad cultural. Tal y como puede apreciarse, es el grupo más numeroso de los identificados, puesto que incluye a una tercera parte de la población catalana.

Más que por aquellas actividades que realiza, dicho grupo destaca principalmente por aquellas que no realiza. La mayor parte de los individuos aquí incluidos no asiste casi nunca a galerías de arte o salas de exposiciones, ni visita museos o monumentos; tampoco frecuentan bibliotecas ni acuden a conciertos de música, a espectáculos teatrales o al cine. Del mismo modo, la lectura de libros es extraordinariamente baja entre este colectivo, ya que un 70,2% declaró no haber leído

un libro durante los últimos 12 meses. La principal actividad cultural que realizan es mirar la televisión y escuchar la radio.

El perfil sociodemográfico de este grupo está muy definido: predomina la población de edad avanzada –un 41,2% supera los 64 años–, unos niveles de formación y de ingresos bastante bajos, y una parte bastante importante (45,1%) llegó a Cataluña antes de 1961.

El Grupo 2 también presenta un nivel de actividades culturales bastante limitado, si bien superior al observado en el colectivo anterior. Los hábitos más destacables de la población que forma esta tipología son el seguimiento de los medios audiovisuales de comunicación, la audición de música grabada –no así la asistencia a conciertos– y la asistencia al cine. Por otro lado, esta población utiliza parcialmente las tecnologías de la información, y tiene ciertos hábitos de lectura.

Una de las características de dicha tipología es que predomina la población que está ocupada y desarrolla sus activida-

des en el sector industrial o en ocupaciones básicas de servicios. Esta población posee un nivel de formación bastante bajo respecto a la media de la población residente en Cataluña, si bien superior al que se observaba en el Grupo 1: hay un equilibrio entre los que han cursado estudios primarios y secundarios, y la presencia de población universitaria es muy escasa. Por tramos de edad, un 36,4% tiene de 15 a 29 años, y un 39,2%, de 30 a 44.

El Grupo 3 incluye a un colectivo de población significativamente activa, que realiza actividades en bastantes de los ámbitos analizados, si bien con una frecuencia moderada. Entre este colectivo la visita a museos y monumentos, galería de arte o salas de exposiciones se lleva a cabo 1 o 2 veces al año (27%) o de 3 a 6 veces (26,9%). Del mismo modo, casi una tercera parte de sus componentes va al teatro 1 o 2 veces al año, y un 15%, de 3 a 6 veces. Entre sus gustos musicales, y como comportamiento identificativo del grupo, la mayoría escucha música clásica (66,4%). Sus hábitos de lectura son también destacables, y la mitad de ellos lee el periódico cada día: sin embargo, un 81% nunca va a bibliotecas. En esta línea de no actividad, cabe destacar también que un 43,3% no va nunca al cine, y sólo un 10,9% se conecta a Internet.

Este último hecho puede quedar explicado por el efecto generación, ya que ambas actividades quedan bastante asociadas a la edad. En este grupo abunda la población madura y gente mayor, jubilada y con una amplia proporción de mujeres. Por el contrario, y a diferencia del Grupo 1, en este colectivo la población ha alcanzado un mayor nivel de estudios, y la que todavía está ocupada dispone de una situación socio-profesional más elevada.

El Grupo 4 presenta bastantes similitudes con la tipología anterior, si bien muestra un par de características diferenciadoras. En primer lugar, encontramos población altamente usuaria de las tecnologías de la información –más del 95% posee un ordenador y se conecta a Internet– y con una tasa de asistencia al cine bastante elevada; en segundo lugar, un 52,2% de la población incluida en este grupo posee estudios superiores, y la mayoría está ocupada en puestos técnicos y profesionales, bien científicos, bien de soporte.

El Grupo 5 está formado por población que concentra sus actividades culturales en un número reducido de ámbitos, pero con bastante intensidad: uso de las tecnologías de la información, asistencia a bibliotecas, audición de música, asistencia al cine y ver la televisión. En términos socio-demográficos, este grupo está formado en su práctica totalidad por población joven (un 93,1% tiene entre 15 y 29 años) y soltera. Por otro lado, más de la mitad eran estudiantes en el momento de la realización de la encuesta.

El Grupo 6 es el segundo colectivo más activo de los identificados en el año 2001. En general, muestra bastantes puntos en común con el Grupo 4, pero es significativamente más activo que aquél, ya que combina tasas de actividad bastante importantes en temas como la asistencia al teatro, a museos, a conciertos, en la lectura de libros, etc., y también un grado elevado en las actividades con mayor componente tecnológico.

Además, entre una tercera y una cuarta parte de la población aquí incluida escribe por ocio, toca un instrumento, dibuja o pinta, realiza trabajos manuales.

Esta tipología está formada principalmente por jóvenes de estatus medio-alto, con estudios superiores, que trabajan en ámbitos técnicos o científicos y sin cargas familiares.

El Grupo 7 agrupa a los grandes consumidores de cultura, ya que en prácticamente todos los ámbitos analizados destaca su elevada asistencia a actividades, muy por encima de la media catalana: como ejemplo, los aquí incluidos asisten más de 6 veces al año a espacios expositivos o a espectáculos de artes escénicas. También es el grupo más activo en la realización de prácticas culturales; en cambio, y este hecho es totalmente revelador, no destaca especialmente por el seguimiento de los medios de comunicación ni por el uso de las tecnologías de la información dada. Por último, un aspecto a destacar es la elevada tasa de asociacionismo que presenta esta categoría, que alcanza el 59,3%, frente al 31,4% general.

Algunas de las características socio-demográficas de este colectivo coinciden con las de la tipología 4, si bien en menor proporción. En general, es una población adulta con un elevado nivel de formación, ocupada en ámbitos técnicos o profesionales, y su nivel de ingresos está por encima de la media catalana.

CUADRO 2. FICHA TÉCNICA ECPCC 2006

- Universo: Población de 15 años en adelante (6.003.523 personas)
- 7.700 encuestas
- Muestra estratificada no proporcional según ámbitos territoriales, con un margen de error total del 1,4%
- Variables de estratificación: ámbitos territoriales y áreas metropolitanas, tamaño municipal, sexo y estrato de edad
- Desarrollo del trabajo de campo: 19 de noviembre a 28 de diciembre de 2006
- Sistema CATI
- Ámbito de referencia temporal: último trimestre y último año

Fuente: Instituto de Estadística de Cataluña.

Para saber más...

- Departamento de Cultura y Medios de Comunicación. Generalitat de Cataluña.
<http://www.gencat.cat/cultura>
- Instituto de Estadística de Cataluña
<http://www.idescat.net>

El dato

Los primeros resultados comparativos entre las encuestas de los años 2001 y 2006 muestran un aumento generalizado de los niveles de consumo para casi todos los ámbitos culturales, una creciente feminización de la cultura y la existencia de una brecha generacional en todas las actividades relacionadas con la tecnología y, especialmente en el uso de Internet.

El Estudio General de Medios (EGM) y la Cultura

José Andrés Gabardo

Asociación para la investigación de medios de comunicación (AIMC)

En octubre de 2008 el Estudio General de Medios (EGM) cumple 40 años. Su objetivo principal es proveer de datos al mercado para la planificación publicitaria y a los medios de comunicación de una herramienta fundamental en la elaboración y seguimiento de la política editorial o de programación. Haciendo abstracción de tan prosaico uso, nos puede servir para ver la evolución en los últimos 40 años de ciertos aspectos que se enmarcan dentro del concepto mucho más etéreo de “cultura”.

Desde sus orígenes el EGM ha sufrido muchos cambios. La organización que lo realiza, que empezó siendo una empresa (EGM S.A. donde sus accionistas eran los usuarios), se transformó en una asociación (AIMC, Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación, donde los usuarios son los asociados), forma organizativa que responde mucho más adecuadamente a la filosofía que ha presidido su existencia.

También ha habido cambios en la familia de estudios que habitan su “hogar”, de ser “hijo único”, ha pasado a ser el hermano mayor, con varios hermanos menores, con los que tiene que compartir el “cariño paterno”, pero que dan mayor solidez a la familia, (AIMC Marcas, Directivos, Navegantes en la red, Auditoría de la Audimetría en España, etc.).

Pero, como es lógico es el aspecto técnico es donde se concentra la mayor parte de los cambios. De un cuestionario en papel se pasó a utilizar de ordenadores tipo *tablet* para ayudar en la realización de las encuestas; de las fichas perforadas de los inicios a la transmisión electrónica de los cuestionarios una vez finalizados; utilización de las secciones censales para distribuir la muestra; introducción de las revisitas en diferentes horarios en caso de no localizar al entrevistado en la primera visita; etc.

Con el tiempo se han ido incorporando nuevos medios, unos por ser de reciente aparición (Internet se está midiendo desde 1996) y otros por haber encontrado una fórmula adecuada para ser estudiados (como Exterior).

TABLA 1. PENETRACIÓN DE LOS MEDIOS (% SOBRE EL TOTAL DE LA POBLACIÓN)

	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Universo (000)	20.087	20.084	-	20.084	21.346	21.634	21.632	21.780	20.504	21.771	21.945	21.944	23.752	23.752	26.475	26.473	26.896	27.636	27.884	27.884
Lectores H. Lunes/Prensa semanal	16,1	16,3	-	-	-	25,5	-	13,6	-	16,8	13,9	13,6	13,2	12,6	9,7	7,9	5,6	-	-	-
Total lectores de diarios	-	-	-	-	-	32,0	30,4	31,0	-	35,6	32,8	27,3	26,7	30,5	30,4	33,9	33,1	31,4	31,2	30,1
Total lectores de suplementos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12,7	18,6	21,2	26,0	28,2	30,3	30,0
Total lectores de revistas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45,7	52,8	50,4	49,6	49,7	38,2	45,8	55,5	56,6	51,7	52,1
Total oyentes de radio	41,2	41,3	-	36,7	34,9	31,3	33,0	-	33,4	-	50,9	50,0	51,4	53,9	62,0	59,7	60,7	56,1	55,3	54,7
Total telespectadores	-	-	-	93,0	-	74,1	76,1	-	82,0	-	83,2	80,6	81,1	82,0	79,8	80,3	86,7	86,6	87,9	86,7
Cine última semana	-	-	-	17,8	-	-	16,9	-	-	-	18,8	17,3	13,2	12,5	12,7	13,5	9,9	9,4	8,3	7,7
Usuarios de Internet ayer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Exterior	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Universo (000)	28.900	30.050	31.575	32.000	32.000	32.332	33.576	33.794	33.985	34.132	34.497	34.733	34.817	34.817	35.243	36.405	37.084	37.439	37.911	
Lectores H. Lunes/Prensa semanal	4,2	4,2	4,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total lectores de diarios	30,0	30,2	31,9	32,4	33,6	36,4	36,8	38,0	38,2	37,7	36,9	35,2	36,3	35,9	37,4	39,7	41,1	41,1	41,8	41,3
Total lectores de suplementos	30,2	32,0	35,3	36,1	36,6	37,9	36,1	33,8	32,9	32,4	31,9	31,3	32,1	30,4	29,5	29,4	30,4	27,7	25,4	24,9
Total lectores de revistas	54,9	55,8	56,8	58,2	57,9	56,2	54,0	54,7	55,6	54,7	53,2	53,3	53,6	52,8	51,4	53,1	55,1	53,8	47,7	49,4
Total oyentes de radio	53,0	53,0	50,5	52,2	52,4	52,9	55,4	56,5	56,6	55,0	53,5	53,0	52,9	52,4	54,7	57,9	56,8	55,5	56,1	54,7
Total telespectadores	87,2	86,1	87,4	89,5	89,5	90,1	90,4	91,1	91,3	90,7	89,4	89,2	89,2	89,2	89,9	90,7	89,6	88,9	88,6	88,7
Cine última semana	6,7	6,6	6,7	6,3	6,9	7,6	7,8	8,3	9,3	8,8	10,2	10,2	11,0	11,2	10,2	9,0	8,9	7,1	6,0	5,3
Usuarios de Internet ayer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	1,8	2,9	5,6	9,0	10,6	13,6	16,8	19,7	22,2	26,2
Exterior	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50,7	52,0

Fuente: Estudio General de Medios. AIMC.

TABLA 2. CONSUMO DIARIO DE MEDIOS (DATOS EN MINUTOS)

	1997		1998		1999		2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007	
	Min.	%																				
Diarios	15,0	4,2	14,7	4,3	14,2	4,2	15,2	4,4	15,0	4,3	15,4	4,1	15,9	4,0	17,1	4,3	16,5	4,3	16,8	4,3	17,0	4,4
Suplementos	2,0	0,6	2,2	0,6	2,0	0,6	2,3	0,7	2,3	0,7	2,0	0,5	1,8	0,5	2,0	0,5	1,8	0,5	1,6	0,4	1,7	0,4
Revistas	5,7	1,6	4,8	1,4	4,5	1,3	4,6	1,3	4,5	1,3	3,9	1,1	3,9	1,0	4,3	1,1	3,8	1,0	3,1	0,8	3,5	0,9
- Semanales	4,1	1,1	3,1	0,9	2,8	0,8	2,8	0,8	2,7	0,8	2,4	0,6	2,2	0,5	2,4	0,6	2,0	0,5	1,6	0,4	1,8	0,5
- Quincenales	0,2	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0
- Mensuales	1,5	0,4	1,6	0,5	1,6	0,5	1,7	0,5	1,6	0,5	1,4	0,4	1,6	0,4	1,7	0,4	1,6	0,4	1,4	0,4	1,6	0,4
Radio	100,2	28,3	95,8	28,2	95,0	28,0	94,8	27,5	93,8	26,8	102,9	27,7	117,7	29,3	114,8	28,7	109,7	28,7	111,6	28,8	108,1	27,9
TV	231,2	65,3	222,2	65,4	224,0	65,9	222,4	64,5	226,0	64,5	235,0	63,3	245,6	61,2	238,8	59,7	221,7	58,0	222,2	57,2	220,0	56,9
Internet	-	-	-	-	-	5,5	1,6	8,9	2,5	12,0	3,2	16,6	4,1	22,9	5,7	27,4	7,2	31,8	8,2	35,6	9,2	-
Cine	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,3	0,3	1,1	0,3	1,0	0,3
Total minutos	354,2	100,0	339,6	100,0	339,7	100,0	344,8	100,0	350,5	100,0	371,2	100,0	401,5	100,0	399,9	100,0	382,1	100,0	388,2	100,0	386,9	100,0

Fuente: Estudio General de Medios. AIMC.

Los medios han evolucionado notablemente en estos 40 años y el EGM ha tratado de seguir su paso en los cambios, adaptándose con ellos y tratando siempre de ofrecer los mejores datos posibles.

Veamos un panorama de los medios en los últimos 40 años y tratemos de darle un enfoque desde la perspectiva cultural (Tabla 1).

Los lectores de diarios, por ejemplo, han pasado de representar el 32% de la población del año 1973 al 41,3% de 2007, lo cual supone un ejemplo claro del cambio que ha experimentado el país en estos 40 años. A este crecimiento ha contribuido notablemente la aparición de los diarios gratuitos. Otros medios han tenido comportamientos mucho más estables como televisión o radio. El caso de Internet es el que ha supuesto un crecimiento más explosivo superando un cuarto de la población en poco más de 10 años.

Otro enfoque posible es desde el punto de vista del tiempo promedio diario que dedicamos a cada medio. Entre 1997 y 2007 el consumo de medios se ha movido entre las 6 y 6,5 horas diarias. Se observa un cierto estancamiento del tiempo que se dedica a consumir medios de comunicación tradicionales, siendo el medio Internet el que crece de forma continuada, representando ya un consumo promedio de más de 35 minutos, un 9% del tiempo total dedicado a los medios estudiados en EGM.

Otro fenómeno que ha afectado a la cultura ha sido la innovación tecnológica. El EGM ha sido testigo y notario de la aparición, auge y declive de alguna de estas apariciones: El DVD estaba en el 2,1% de los hogares en el año 2000 y en el 2007 ya está presente en el 69,6%, a costa del video que está en franco retroceso. También el ordenador se ha implantado en los hogares pasando de un tímido 7,8% de presencia en 1990 a casi la mitad de los hogares, un 47,3% en 2007. Por último el teléfono móvil, que ha hecho que seamos permanentemente accesibles, alcanza ya el 80,7% de penetración en los individuos, superando incluso la del teléfono fijo que llega al 77% de la población.

Los llamados “estilos de vida” también tienen su cabida en el EGM. Por ejemplo, la compra de libros ha tenido un perio-



do de crecimiento (en 1992 los compradores suponían el 23% de la población que suben al 30% en el 2000), pero que retroceden al 27% en 2007. Otros aspectos que también se pueden seguir es la práctica de deportes, la forma de desplazarse habitualmente o el disfrute de vacaciones.

Como hemos podido ver el EGM es un instrumento vivo que sigue creciendo y evolucionando con la sociedad española y que a sus 40 años está en la flor de la vida.

Para saber más...

– Asociación para la investigación de medios de comunicación (AIMC): www.aimc.es

Porqué finalmente llegó el momento de la estadística cultural.

Gozos y desvelos de un investigador

Lluís Bonet Agustí

Universidad de Barcelona

Las estadísticas culturales se han caracterizado hasta hace muy poco tiempo por su relativa escasez, y la desigual cobertura y tratamiento entre los distintos subsectores de actividad que la componen. Asimismo, para disponer de información global de la realidad cultural era necesario agregar sin un criterio estandarizado datos del sector servicios con datos de actividad industrial. Pero también, desgajar las lógicas organizativas de la provisión gubernamental, de las lógicas de la producción privada de bienes y servicios para el mercado, y aun, de la actividad voluntaria desarrollada de forma individual o como parte del tercer sector. Cabe tener en cuenta, además, la indefinición del término cultura, polisémico por naturaleza, y la constante evolución de su uso por parte de las propias políticas gubernamentales específicas. A lo largo del siglo XX, las políticas culturales han ido incorporando, como hojas de cebolla, nuevas responsabilidades y paradigmas de intervención, y han pasado de ser un pequeño servicio de ministerios ajenos al tema, a lograr disponer de ministerio propio.

La actividad estadística se desarrolló fundamentalmente al servicio de la planificación del estado y sus políticas. Así pues, es lógico que sólo a medida que la cultura adquiere protagonismo como actividad gubernamental, y subsidiariamente como generadora de valor económico, los servicios de estadística decidan acompañar las demandas de los respectivos departamentos de gobierno en la tarea de mapear las dinámicas culturales. Es decir, primero es la institucionalización de una política, y después su cobertura estadística (en especial, si el nivel de gobierno concernido dispone de servicio estadístico propio)¹. Asimismo, siempre es más fácil recoger datos administrativos –visitantes a un museo o préstamos en una biblioteca pública– que intentar averiguar el volumen de facturación de una actividad emergente –como los videojuegos– por importante que sea dicha actividad desde una perspectiva económica o como expresión de un comportamiento social.

De todas formas, la mayoría de estadísticas disponibles han correspondido a actividades de titularidad o gestión gubernamental (museos, archivos, bibliotecas o teatros públicos, entre

otros). También se conocen bien aquellas actividades privadas subvencionadas cuyos mecanismos de apoyo requerían de datos de control fiables (hecho que explica la magnífica serie estadística sobre el control de taquilla de cine en España, frente a la casi nula información sobre el mercado en vídeo o DVD). A nivel de la Unión Europea ha pasado algo parecido. Mientras la política cultural no dispuso de carta de naturaleza propia dentro del mandato institucional comunitario, su única política con recursos –el audiovisual– tuvo que crear un organismo específico para monitorizar la evolución del sector, el Observatorio Europeo del Audiovisual; y aun en el marco de la cooperación con el Consejo de Europa.

Esta asimetría informativa entre sectores se agudiza cuando se trata de conseguir series temporales pues en general se dispone de poca información histórica homogénea. A ello cabe añadir las dificultades intrínsecas que el procedimiento estadístico tiene para ajustarse a las nuevas necesidades informativas de un mundo en plena transformación. Generar estadísticas es caro, requiere rigor en las definiciones y en los procesos, y una gran continuidad de esfuerzo temporal. Es decir, voluntad política para dedicar recursos en la obtención de conocimiento. Únicamente aquellas actividades con indicadores considerados vitales para el seguimiento de las grandes magnitudes económicas y sociales obtienen la atención necesaria. Por esta razón la cultura no ha formado parte de las prioridades hasta fechas muy, muy recientes.

Pero, ¿Qué razones explican dicho cambio? En la medida que la cultura deja de ser una actividad marginal u ornamental para el goce de las élites y se sitúa en el centro de la nueva economía creativa, la estadística cultural consigue recursos y se desarrolla. Los países desarrollados se han especializado en actividades de servicios y en productos industriales de alto valor añadido, de forma que los elementos simbólicos que permiten diferenciar estratégicamente un producto o un proceso adquieren un valor vital. Además, la sociedad contemporánea consume cada vez más contenidos culturales a través de las múltiples ventanas de explotación que las tecnologías de la información y la comunicación permiten (a través de Internet, el móvil, la PDA, los lectores de mp3, las consolas de videojuegos, así como los sistemas o equipamientos tradicionales conformados por bibliotecas, museos, teatros, cines o casas de

¹ Por ejemplo, la integración en un único Ministerio de Educación y Cultura de las responsabilidades culturales en España entre 1996 y 2003 implicó la desaparición de la Subdirección general de estudios y estadística, y la consecuente pérdida de prioridad de las estadísticas culturales frente a las de educación.

cultura). Así pues, no es de extrañar que en estos momentos se esté dando una eclosión de la estadística cultural en casi todos los países occidentales, así como por parte de los organismos intergubernamentales.

El reto de los estadísticos es poner límites a un campo cultural en plena expansión (de aquí la necesidad de acordar qué engloban por ejemplo las industrias culturales frente las industrias creativas, dos conceptos en estos momentos de moda), y al mismo tiempo ser capaces de retratar procesos y hábitos en plena transformación. Además, se trata de que la realidad descrita sea comparable a escala internacional. Cabe tener en cuenta que el sistema de estadísticas culturales y sus definiciones de términos puesto en marcha por Unesco en los años setenta se ha demostrado incompetente para describir una realidad a escala universal, y se está optando por aproximaciones de tipo regional².

“Es necesario alcanzar consensos temporalmente durables con otros actores, nacionales e internacionales, interesados en desarrollar ejercicios comparativos”

Para los investigadores que nos dedicamos a comprender las dinámicas culturales, disponer de estadísticas específicas es fundamental, pues nos ayudan a comparar temporal y espacialmente las variables clave en nuestros análisis. Desgraciadamente, la escasez y las asimetrías de datos disponibles nos obligan a menudo a recurrir a procesos (casi siempre sin continuidad) de obtención de datos primarios, con el esfuerzo que esto implica y sin el suficiente conocimiento previo del universo del que obtenemos la muestra. De todas formas, el principal enemigo de todo investigador social son los propios prejuicios, pues es difícil ser consciente de ellos.

Más allá de los objetivos y marco metodológico de cada investigación en particular, no existen modelos globales y completos de análisis del sector cultural, ni probablemente nunca existirán. El contexto de cualquier ejercicio de diseño de un plan de estadísticas culturales debe, pues, aceptar la existencia de diversos modelos interpretativos al mismo tiempo, a veces a medio construir, que responden a enfoques disciplinares dispares. Uno debe aprender a trabajar con información asimétrica en un campo de actividad donde se mezcla lo mercantil con lo no mercantil, lo público con lo privado, lo industrial

con lo artesanal, el bien con el servicio, lo tangible con lo intangible, etc. Ningún análisis permite por sí solo una evaluación exacta de la realidad, y del impacto social y económico sobre un territorio de las distintas políticas culturales públicas y privadas existentes.

Aceptar dicha fragilidad no quiere decir que no deba intentarse la construcción de modelos estadísticos lo más completos posible con la finalidad de ayudar a contrastar los objetivos y las estrategias explícitas de política cultural. El trabajo de análisis realizado en los últimos veinticinco años por economistas, sociólogos, antropólogos, historiadores o politólogos es suficientemente extenso como para ayudar a construir un edificio estadístico al servicio de una mayor comprensión del sector y de evaluación de la acción de la administración pública en el campo de la cultura.

Tal como ya se ha comentado, el valor de buena parte de la información estadística existente sólo adquiere relevancia cuando permite la comparación con otras realidades parecidas, o si se dispone de series temporales largas y homogéneas. Por consiguiente, es necesario alcanzar consensos temporalmente durables con otros actores, nacionales e internacionales, interesados en desarrollar ejercicios comparativos. Trabajar cada uno desde su país para introducir las definiciones internacionales en la lógica interna de clasificación administrativa es mucho más útil que pretender a posteriori homogeneizar datos e información. En paralelo, y aunque parezca contradictorio, es preciso introducir periódicamente nuevos campos de análisis a las estadísticas existentes. Mucha información que tradicionalmente se recoge y evalúa no refleja suficientemente una realidad dinámica y cambiante. Se trata, pues, de elaborar indicadores analíticos específicos, más coyunturales, y de adaptar de forma flexible el modelo informativo existente a aquellas nuevas exigencias de diagnóstico de un sector en transformación permanente.

Este es el camino emprendido por las autoridades estadísticas españolas con el apoyo fundamental de los responsables del Ministerio y de los departamentos de cultura de algunas comunidades autónomas pioneras. Gracias a dicha evolución y al trabajo de cooperación con Eurostat y el Instituto Nacional de Estadística se está avanzando en un plan de estadísticas culturales cada vez más completo. Quedan aun actividades y sectores por cubrir, pero como mínimo la distancia existente entre los datos disponibles solo para algunas comunidades autónomas (Cataluña y Euskadi por ejemplo) y el conjunto de España se ha reducido, y en algunos aspectos adelantado.

Una combinación de estadísticas descriptivas, sectoriales y transversales, junto con la disposición de instrumentos de análisis estadístico más complejo, como puede ser la próxima cuenta satélite del sector cultural, dibujan un panorama maduro, a la altura de los sectores económicos estadísticamente consolidados. Es una muestra de la necesaria mayoría de edad que requería la estadística cultural española. A partir de aquí, es responsabilidad de los investigadores diagnosticar y predecir, y de los dirigentes públicos y privados tomar aquellas decisiones estratégicas que mejor posicionen la cultura de este país.

² Tal como se puso de manifiesto en el Seminario organizado por el Instituto de Estadística de UNESCO en Montreal en 2002, www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/proceedings.pdf.

¿Sabías que...?

- El empleo en **actividades culturales supone el 2,8% del empleo** total en España.
- En España existen **67.115 empresas culturales**, de las cuales el 35% se dedica a la edición y artes gráficas y un 10,3% a actividades cinematográficas y de video.
- Más de la mitad de las empresas culturales no tienen asalariados y **sólo 55 empresas tienen más de 500 empleados**.
- El **gasto público en Cultura en 2005 fue del 0,56% del PIB**, lo que supone aproximadamente **120 euros por habitante**.
- En 2005 los hogares realizaron un gasto en bienes y servicios culturales de **10.460,2 millones de euros**, que 242,7 euros por habitante.
- El **gasto de los hogares en cultura** se distribuyó en un 29,0% a libros y publicaciones periódicas, un 28,7% a servicios culturales, un 32,9% a equipos y accesorios audiovisuales de tratamiento de la información y un 9,4% a otros bienes y servicios.
- El gasto en cultura es más alto en las mujeres y se incrementa en línea con el nivel de estudios.
- **El 40% de la población asiste a espectáculos culturales en directo**, al menos una vez al año. Destacan entre ellos los conciertos de música actual, con tasas del 26,4%, observándose una frecuencia inferior en la asistencia a conciertos de música clásica.
- Si nos centramos en espectáculos de artes escénicas tales como teatro, ópera, danza o zarzuela destaca **la asistencia al teatro, con un 19,1%** de adeptos anuales.
- **El cine** es, sin duda, el espectáculo cultural preferido por los españoles, con tasas de **asistencia anual del 52,1% de la población**.
- El **número de cines era en 2006 de 936** y el de **salas de exhibición de 4.299**.
- En 2006 había en España **183 empresas productoras de cine**, que produjeron **359 películas**, de las cuales 209 fueron cortometrajes y de los 150 largometrajes, 41 fueron coproducciones.
- También en ese año **se exhibieron 1.748 películas**, de las cuales 567 eran estrenos, **el número de espectadores fue de 121,7 millones y la recaudación de 636,2 millones de euros**.
- El número de **espacios escénicos estables teatrales era en 2006 de 1.447**, de los cuales 100 tenían aforo para más de 1.000 personas.
- En 2005 se realizaron un total de **58.112 representaciones teatrales** que fueron vistas por **13.425.000 espectadores** y se recaudaron **160 millones de euros**.
- En 2006 había en España **3.378 compañías de teatro**, **765 compañías de danza** y **437 centros de enseñanza de danza**.



Encuesta del Gasto de las Empresas en Protección Ambiental

En esta publicación se presentan los resultados de la Encuesta del Gasto de las Empresas en Protección Ambiental correspondiente al año 2005. El objetivo principal de esta investigación es cuantificar los gastos corrientes y las inversiones que realizan las empresas del sector industrial para evitar, reducir o eliminar la contaminación generada en el ejercicio de su actividad económica.

Los resultados de esta encuesta, incluida en la operación estadística Sistema de Recogida de Información Económica sobre el Medio Ambiente del Plan Estadístico Nacional, permiten cumplir con lo establecido en el Reglamento 58/97 del Consejo de la Unión Europea, relativo a las estadísticas estructurales de las empresas y la confección de la Cuenta del Gasto en Protección Ambiental (CGPA).

CULTURAbase Ministerio de Cultura

<http://www.mcu.es/culturabase/>

CULTURAbase es una base de datos con series estadísticas culturales accesible por Internet. Incluye la mayor parte de la información estadística, numérica y metodológica, que el Ministerio produce, sistematiza o difunde. Se trata de

un sistema de almacenamiento y difusión de estadísticas culturales análogo al utilizado en la actualidad por el Instituto Nacional de Estadística, que ofrece un sistema de publicación digital a medida. El proyecto, de alto valor añadido, permite disponer de todas las series estadísticas que se han generado hasta el momento y tiene una estructura temática por áreas muy similar a la utilizada en el Anuario de Estadísticas Culturales.

Anuario de Estadísticas Culturales 2007

Ministerio de Cultura

<http://www.mcu.es/estadisticas/MC/NAEC/2007/PresentacionAnuarioEC2007.html>

El Anuario de Estadísticas Culturales recoge una selección de los resultados estadísticos más relevantes del ámbito cultural elaborada a partir de las múltiples fuentes estadísticas disponibles. Se concentra en obtener indicadores procedentes de operaciones estadísticas del Plan Estadístico Nacional, incorporando información procedente de más de una veintena de fuentes de estas características. La finalidad es facilitar una herramienta útil para un conocimiento objetivo de la situación y evolución de la cultura en España, su valor social y su carácter como fuente generadora de riqueza y de desarrollo económico en la sociedad española.

Publicaciones editadas por el INE en noviembre y diciembre de 2008

INEbase. Noviembre 2007

17,90 € IVA inc
Suscripción anual 156,44 € IVA inc (12 entregas).
Contenido:
Boletín Mensual de Estadística. Número 191- noviembre 2007
Indicadores coyunturales:
Índice de Precios de Consumo (IPC). Base 2006
Índice de Precios de Consumo Armonizado España (IPCA). Base 2005
Índice de Precios Industriales. Base 2000 (IPRI)
Índice de Producción Industrial. Base 2000 (IPI)
Índices de Comercio al por Menor. Base 2005 (ICM)
Encuesta Industrial de Empresas 2006
Encuesta del Gasto de las Empresas en Protección Ambiental 2005
Estadísticas del Suicidio en España 2006
Estadística de Nulidades, Separaciones y Divorcios 2006
Cuentas Ambientales
Cuentas Satélite del Agua. Serie 2000-2004
Cuentas de Flujos de Materiales. Serie 2000-2004
Indicadores del Sector TIC 2005
Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares 2007
Contabilidad Nacional Trimestral de España. Base 2000. Tercer trimestre 2007

Boletín Mensual de Estadística. Número 190. Octubre 2007

310 páginas. 17,60 € IVA inc
(Contiene CD-Rom INEbase. Julio 07)
Suscripción anual 140,25 € IVA inc
(11 ejemplares en formato papel más 11 entregas del CD-Rom INEbase).

Boletín Mensual de Estadística. Número 188/189. Agosto/Septiembre 2007

310 páginas. 17,60 € IVA inc
(Contiene CD-Rom INEbase. Junio 07)
Suscripción anual 140,25 € IVA inc
(11 ejemplares en formato papel más 11 entregas del CD-Rom INEbase)

INEbase. Octubre 2007

17,90 € IVA inc
Suscripción anual 156,44 € IVA inc (12 entregas).
Contenido:
Boletín Mensual de Estadística. Número 190 - Octubre 2007
Indicadores coyunturales:
Índice de Precios de Consumo (IPC). Base 2006
Índice de Precios de Consumo Armonizado España (IPCA). Base 2005
Índice de Precios Industriales. Base 2000 (IPRI)
Índice de Producción Industrial. Base 2000 (IPI)
Índices de Comercio al por Menor. Base 2005 (ICM)
Estadísticas del Agua 2005
Encuesta sobre el Suministro y Tratamiento del Agua 2005
Encuesta sobre el Uso del Agua en el Sector Agrario 2005
Encuesta sobre el uso del TIC y Comercio Electrónico en las Empresas 2006-2007
Encuesta Continua de Presupuestos Familiares. Base 1997. Año 2005
Tablas de Mortalidad de la población de España 1992-2005

Encuesta de Población Activa. Tercer trimestre 2007. EPA (metodología 2005)

15,61 € IVA inc
Suscripción anual: 57,72 € IVA inc
Principales resultados. 3º trimestre 2007
Resultados detallados. 3º trimestre 2007

Direcciones y teléfonos de interés

INE- Pº de la Castellana, 181 y 183 -28046 Madrid
www.ine.es

Servicio de Información

Tfno: 91.583.91.00

Fax: 91.583.91.58

consultas: www.ine.es/infoine

Lunes a jueves de 9 a 14 y de 16

a 18 horas. Viernes de 9 a 14 horas

Venta de publicaciones

Tfno: 91.583.94.38

Fax: 91.583.45.65

E-mail: indice@ine.es

Lunes a viernes de 9 a 14 horas