

**Encuesta a asistentes al Foro de reflexión
Gestión Cultural, conversatorio
CCEN, Managua
Del 23 al 28 de mayo, 2010**
Elaboro: Dr. Eliud Silva
jsilvaurrutia@hotmail.com

I Introducción

Como un instrumento fundamental para la toma de decisiones, así como un acercamiento hacia el conocimiento de las varias aristas que caracterizan al público asistente al Foro, se ha diseñado el presente estudio aplicado el primer día del evento. La aplicación del mismo se encargó a los asistentes para su entrega un día después.

El cuestionario está compuesto por tres grandes bloques. En el primero se captan datos generales de los participantes entrevistados, donde se abordan datos demográficos y el entorno en el que los gestores y/o promotores realizan su tarea. Asimismo se indagan algunas prácticas de asistencia a espacios culturales y se tiene, entre otras cosas, un conjunto de preguntas cuyo objeto es profundizar en el ejercicio de los gestores y/o promotores culturales participantes.

En el segundo apartado, se tienen las percepciones de la gestión y/o promotoría cultural, donde se indagan rasgos que distinguen a los participantes y donde originalmente se podría esperar que existieran consensos o disensos respecto a posturas respecto a lo que “universalmente” se asume dentro de la actividad de la gestión cultural.

En la última parte, se tiene una batería de preguntas a través de las cuáles se entiende hacia donde el público encuestado desea que se dirijan las acciones del Centro Cultural de España en Nicaragua (CCEN). Se considera que con estos elementos, se tiene una excelente oportunidad para preservar las estrategias del CCEN, redirigir o potenciar las mismas.

Se presenta este informe por medio de preguntas y respuestas de naturaleza tanto cuantitativa como cualitativa. En el caso de reactivos de respuesta múltiple, se presentan resultados generales donde se contrastan los diferentes niveles captados de la pregunta respectiva. Asimismo se presentan muy brevemente propuestas metodológicas multivariadas que ayudan a entender los datos captados.

Se agradece la gran colaboración y sugerencias de la Mtra. Mayra Calero en diversas partes del proceso de esta encuesta, que fueron útiles para la presentación de este informe. Finalmente cabe advertir que este ejercicio no pretende en absoluto evaluar a los entrevistados, ni mucho menos al evento, sino tan solo describir rasgos de los participantes encuestados.

II Resultados

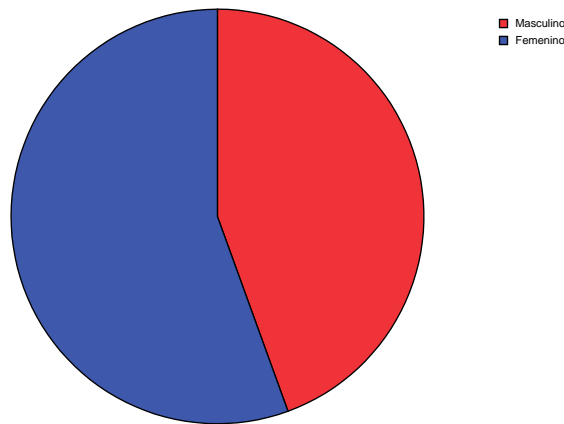
En total se levantaron 45 entrevistas entre los diversos participantes al evento. De este conjunto, se obtuvieron 39 correspondientes al público invitado y 6 a un conjunto de expertos en la materia y expositores en el evento. Nótese que al tener un tamaño de muestra tan pequeño del segundo grupo, no resulta recomendable hacer comparativos en ninguno de los bloques de la encuesta entre ambos grupos. Asimismo no han sido seleccionados aleatoriamente los entrevistados, sino que más bien se ha exhortado a responder las entrevistas escritas para conocer más de cerca de todo público asistente al evento.

II.1 Datos generales

1. Edad y Sexo

La edad promedio de los invitados que respondieron la encuesta fue de casi 42 años cumplidos (hubo 4 omisiones). También, casi la mitad de los encuestados tiene menos de 42 años. El rango de edades, fue desde los 20 hasta los 65 años de edad alcanzada. Por otra parte, el 55.6% de los encuestados que respondieron la encuesta fue de sexo femenino. Resulta de llamar la atención que hay un diferencial de cerca del 10% en participación por sexo, ya sea como consecuencia del sexo de los asistentes al evento o de la participación para este ejercicio estadístico.

Sexo del entrevistado



% de Sexo del entrevistado

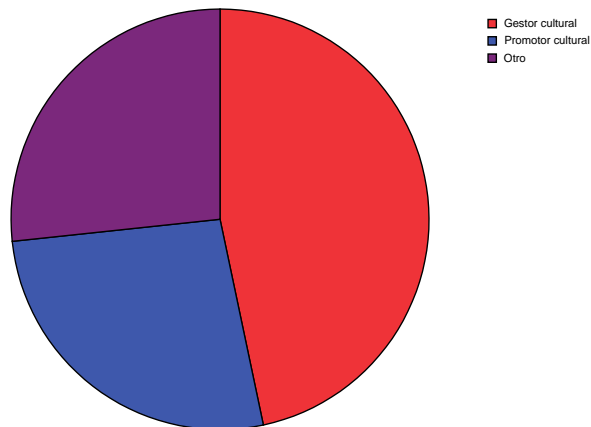
		Sexo del entrevistado		Total
		Masculino	Femenino	
Edad quinquenal	20 a 24		12.5%	7.3%
	25 a 29	29.4%	12.5%	19.5%
	30 a 34	5.9%	12.5%	9.8%
	35 a 39	5.9%	4.2%	4.9%
	40 a 44	17.6%	12.5%	14.6%
	45 a 49		8.3%	4.9%
	50 a 54	23.5%	20.8%	22.0%
	55 a 59	17.6%	8.3%	12.2%
	60 y más		8.3%	4.9%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

2. Autoidentificación del invitado

En el cuestionario de la encuesta se incluyó una pregunta que busca saber cómo se reconoce asimismo el invitado en cuanto a la actividad de gestor y/o promotor cultural. En este sentido destaca que el 46.7% se reconoce como gestor cultural. Con base en la variable de sexo, se nota que las mujeres entrevistadas se reconocen mayoritariamente como gestoras culturales mientras que los hombres como promotores culturales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Gestor cultural	21	46.7	46.7	46.7
	Promotor cultural	12	26.7	26.7	73.3
	Otro	12	26.7	26.7	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Usted es...



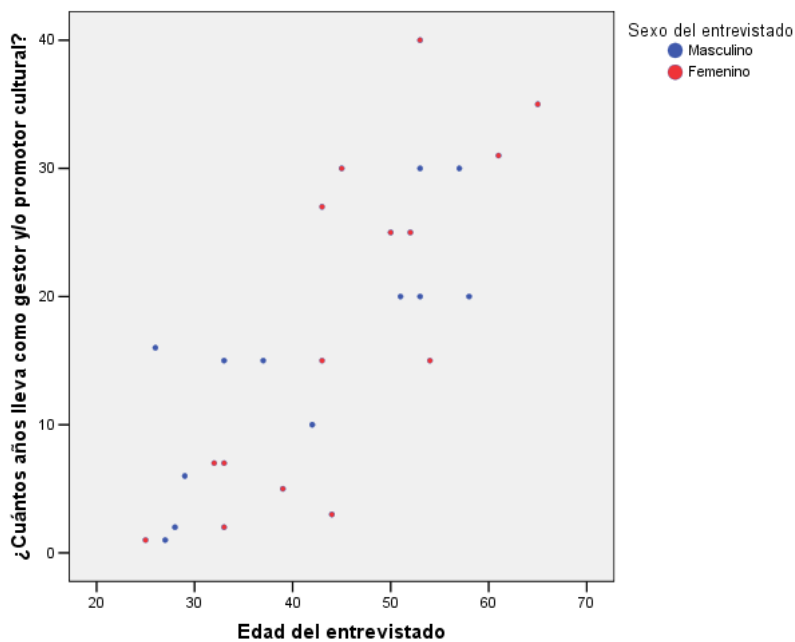
			Sexo del entrevistado		Total
			Masculino	Femenino	
Usted es...	Gestor cultural	Recuento	5	16	21
		% del total	11.1%	35.6%	46.7%
	Promotor cultural	Recuento	10	2	12
		% del total	22.2%	4.4%	26.7%
	Otro	Recuento	5	7	12
		% del total	11.1%	15.6%	26.7%
Total	Recuento	20	25	45	
	% del total	44.4%	55.6%	100.0%	

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

3. Años como gestor y/o promotor cultural

Los años promedio de ser gestor cultural es de poco más de 18.42 años, mientras que para promotores culturales es de 12.2 años. En particular, este segundo grupo es más homogéneo en los años que se lleva desempeñándose como tal. Como era de esperarse existe una correlación positiva (0.786) entre la edad de los entrevistados y los años que llevan como gestores y/o promotores culturales.

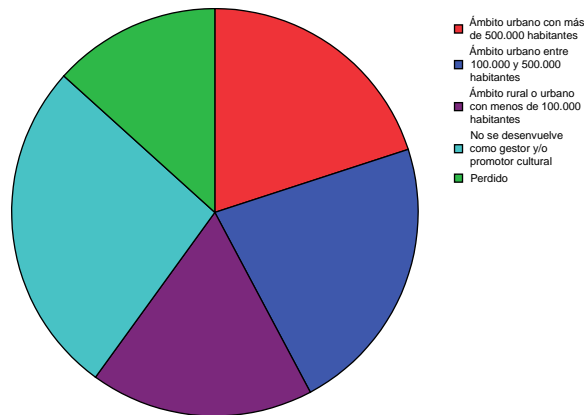
Usted es...		Edad del entrevistado	¿Cuántos años lleva como gestor y/o promotor cultural?
Gestor cultural	Media	43.85	18.42
	N	20	19
	Desv. típ.	12.873	12.330
Promotor cultural	Media	37.56	12.20
	N	9	10
	Desv. típ.	10.418	8.217
Otro	Media	41.83	
	N	12	
	Desv. típ.	14.090	
Total	Media	41.88	16.28
	N	41	29
	Desv. típ.	12.695	11.335



4. Entorno donde se desempeña el gestor y/o promotor cultural

De los participantes en la encuesta, se tiene que en general no hay un ámbito de índole urbano o rural que domine sobre otro para el ejercicio de la gestión y/o promotoría cultural. De hecho hubo un par de cuestionarios donde el entrevistado marcaba distintos entornos de su práctica profesional. Se tiene con base en la información que los participantes de la encuesta de sexo femenino se distinguen por desenvolverse en entornos urbanos de más de 100,000 habitantes, mientras que su contraparte en entornos rurales de menos de 100,000 habitantes.

Entorno donde se desempeña como gestor y/o promotor cultural



	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Ámbito urbano con más de 500.000 habitantes	9	20.0	23.1	23.1
Ámbito urbano entre 100.000 y 500.000 habitantes	10	22.2	25.6	48.7
Ámbito rural o urbano con menos de 100.000 habitantes	8	17.8	20.5	69.2
No se desenvuelve como gestor y/o promotor cultural	12	26.7	30.8	100.0
Total	39	86.7	100.0	
Perdidos				
Sistema	6	13.3		
Total	45	100.0		

% de Sexo del entrevistado

		Sexo del entrevistado		Total
		Masculino	Femenino	
Entorno donde se desempeña como gestor y/o promotor cultural	Ámbito urbano con más de 500.000 habitantes	17.6%	27.3%	23.1%
	Ámbito urbano entre 100.000 y 500.000 habitantes	17.6%	31.8%	25.6%
	Ámbito rural o urbano con menos de 100.000 habitantes	35.3%	9.1%	20.5%
	No se desenvuelve como gestor y/o promotor cultural	29.4%	31.8%	30.8%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

5. Principales actividades de gestor cultural

De acuerdo con un análisis descriptivo de multirespuesta, se tiene que la actividad principal de gestión es la Capacitación (28.6%), seguida de Desarrollo comunitario (27.1%) y lo que menos actividades relacionadas con el Desarrollo infantil (5.7%). Al estratificar por sexo al contingente de los entrevistados se tiene que las mujeres y hombres se concentran sobretodo en Desarrollo comunitario y Capacitación. Sin embargo, las mujeres tienen una mayor diversidad de acción de la gestión/promotoría cultural (véase categoría de Otras, con 29%).

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Ambito desarrollo Gestión Cultural ^a	Turismo cultural	9	12.9%	29.0%
	Fomento a la lectura	5	7.1%	16.1%
	Desarrollo infantil	4	5.7%	12.9%
	Desarrollo comunitario	19	27.1%	61.3%
	Capacitación	20	28.6%	64.5%
	Otra	13	18.6%	41.9%
Total		70	100.0%	225.8%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

			Sexo del entrevistado		Total
			Masculino	Femenino	
Ambito desarrollo Gestión Cultural	Turismo cultural	Recuento	4	5	9
		% del total	12.9%	16.1%	29.0%
	Fomento a la lectura	Recuento	3	2	5
		% del total	9.7%	6.5%	16.1%
	Desarrollo infantil	Recuento	3	1	4
		% del total	9.7%	3.2%	12.9%
	Desarrollo comunitario	Recuento	9	10	19
		% del total	29.0%	32.3%	61.3%
	Capacitación	Recuento	10	10	20
		% del total	32.3%	32.3%	64.5%
	Otra	Recuento	4	9	13
		% del total	12.9%	29.0%	41.9%
Total		Recuento	13	18	31
		% del total	41.9%	58.1%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

6. Asistencia a espacios culturales

Una pregunta que resulta reveladora para conocer parte de los hábitos culturales es la asistencia a espacios culturales. En este ejercicio se consideraron: cines, teatros, museos, bibliotecas, librerías y zonas arqueológicas en un periodo de referencia de los últimos tres meses. Así pues, tenemos que tanto museos como librerías son los espacios culturales dominantes, mientras que la visita a zonas arqueológicas es lo menos habitual entre los entrevistados. Por otra parte, se tiene que por sexo del entrevistado los hombres asisten más veces en promedio y por igual a bibliotecas y librerías, en contraste con las mujeres en primer lugar asisten a librerías y luego a cines. Si hacemos uso de la mediana (más recomendable dada la existencia de observaciones atípicas), estadístico de localización a donde se concentra el 50% de la muestra, podemos afirmar que independientemente al sexo del entrevista el 50% de los asistentes ha visitado 4 veces tanto bibliotecas como librerías. Aún con la presencia de atípicos se puede observar, que donde hay una mayor homogeneidad es en la no visita a zonas arqueológicas.

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Asistencia a espacios culturales	En los últimos 3 meses ¿Asistió al cine?	27	16.2%	62.8%
	En los últimos 3 meses ¿Asistió al teatros?	29	17.4%	67.4%
	En los últimos 3 meses ¿Asistió a museos?	34	20.4%	79.1%
	En los últimos 3 meses ¿Asistió a bibliotecas?	26	15.6%	60.5%
	En los últimos 3 meses ¿Asistió a librerías?	34	20.4%	79.1%
	En los últimos 3 meses ¿Asistió a zonas arqueológicas?	17	10.2%	39.5%
Total		167	100.0%	388.4%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

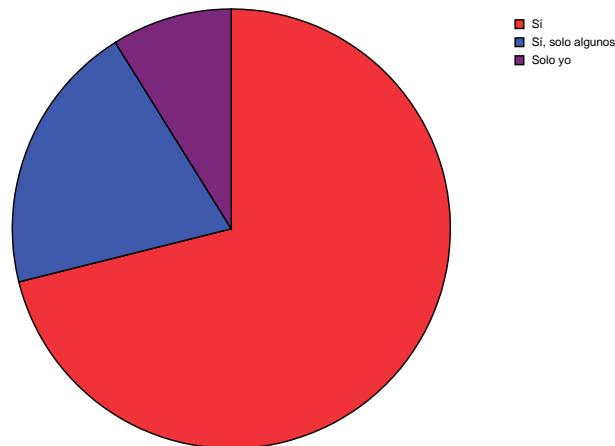
Sexo del entrevistado		¿Cuántas veces? cine	¿Cuántas veces? teatro	¿Cuántas veces? museos	¿Cuántas veces? bibliotecas	¿Cuántas veces? librerías	¿Cuántas veces? zonas arqueológicas
Masculino	Media	3.73	4.90	3.57	5.00	5.00	2.25
	N	11	10	14	10	13	4
	Desv. típ.	3.165	5.820	5.273	5.963	3.162	1.893
	Mediana	3.00	2.50	2.00	3.50	4.00	1.50
Femenino	Media	5.63	3.28	3.80	5.42	6.43	2.64
	N	16	18	20	12	21	11
	Desv. típ.	6.888	1.487	5.644	3.315	10.486	2.656
	Mediana	4.00	3.00	2.00	4.50	4.00	2.00
Total	Media	4.85	3.86	3.71	5.23	5.88	2.53
	N	27	28	34	22	34	15
	Desv. típ.	5.668	3.649	5.413	4.587	8.413	2.416
	Mediana	3.00	3.00	2.00	4.00	4.00	2.00

7. Practicas culturales de personas que cohabitan con el gestor y/o promotor cultural

Además de las prácticas culturales que realizan los entrevistados, es interesante conocer si la gente con la que cohabita tiene similares prácticas. Según lo captado en la encuesta, el 71% de los encuestados afirman que sí, y solo 8.9% señala que lo realiza de manera marginal. Por sexo del entrevistado, el comportamiento es más o menos similar.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	32	71.1	71.1	71.1
Si, solo algunos	9	20.0	20.0	91.1
Solo yo	4	8.9	8.9	100.0
Total	45	100.0	100.0	

¿Todas las personas que viven en su casa suelen asistir a actividades artísticas y culturales?



% de Sexo del entrevistado

		Sexo del entrevistado		Total
		Masculino	Femenino	
¿Todas las personas que viven en su casa suelen asistir a actividades artísticas y culturales?	Sí	70.0%	72.0%	71.1%
	Sí, solo algunos	20.0%	20.0%	20.0%
	Solo yo	10.0%	8.0%	8.9%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

8. Escolaridad

Un rasgo interesante para saber cómo interactuar con terceros puede resultar la escolaridad que se tiene. En el caso concreto que nos atañe, se tiene que poco más de 8 de cada 10 entrevistados afirma tener al menos nivel universitario. La misma pregunta, pero segmentada por sexo nos revela que las mujeres tienen principalmente posgrado, mientras que los hombres nivel universitario.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Universidad	20	44.4	45.5	45.5
	Posgrado	20	44.4	45.5	90.9
	Otro	4	8.9	9.1	100.0
	Total	44	97.8	100.0	
Perdidos	Sistema	1	2.2		
Total		45	100.0		

% de Sexo del entrevistado

		Sexo del entrevistado		Total
		Masculino	Femenino	
¿Cuál es su escolaridad actual?	Universidad	63.2%	32.0%	45.5%
	Posgrado	26.3%	60.0%	45.5%
	Otro	10.5%	8.0%	9.1%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%

9. Procedencia y desempeño como gestor y/o promotor cultural

Tanto el país de procedencia como donde se desempeña el papel de gestor y/o promotor cultural es Nicaragua primordialmente, tal y como era de esperarse. Además, la gran mayoría de los entrevistados declaró desempeñar su actividad de gestión/promotoría cultural en su país de procedencia. Se encontraron en esta pregunta tres casos donde se registró tanto RAAN (Región Autónoma Atlántico Norte) como RAAS (Región Autónoma Atlántico Sur), esto nos permite destacar que en el caso de las regiones autónomas, sus habitantes se sienten primero identificados con su región y luego con el país.

Para concluir esta sección cabe notar que la pregunta donde se pedía un cálculo lo más aproximado posible acerca del porcentaje de los gestores culturales que trabajan en su país tenían diferentes atributos de experiencia y educación, no obtuvo la calidad necesaria para ser reportada en este informe. Este es un riesgo que se corre cuando no se prueba (pilotea, calibra) una pregunta previamente a su levantamiento. En concreto, la pregunta no reportó lo esperado. Finalmente, se pidió el e-mail y éste se sitúa escrito en la última pregunta de esta sección.

II.2 Percepciones de la gestión cultural

Como un instrumento inicial que dé a conocer la percepción del público asistente al evento acerca del CCEN, se ha propuesto la siguiente batería de preguntas. Se espera que esta información sea oportuna y útil para que el CCEN para seguir avanzando en la misma dirección adecuada.

1. Desarrollo de gestión cultural con base en lo local e intercambio de experiencias

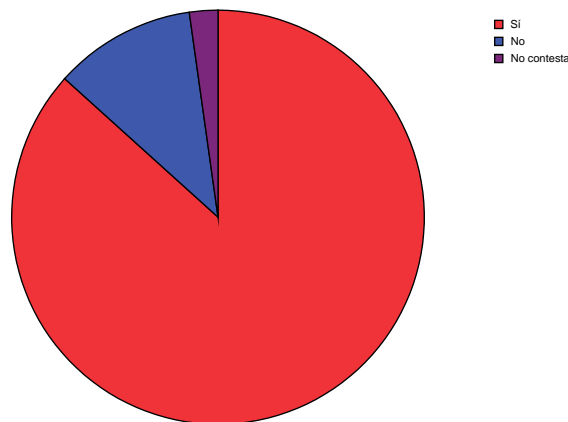
En esta pregunta la totalidad de los entrevistados optó por la respuesta Sí. De hecho de esta sección fue la única respuesta totalmente concensuada por todos los participantes de la encuesta independientemente de su edad, sexo y escolaridad.

2. Circulación incipiente de conocimientos en el campo de la gestión cultural

La gran mayoría de los participantes encuestados considera que hay un amplio camino por recorrer para alcanzar la óptima circulación de conocimientos en la gestión cultural. Esto pone en posición privilegiada al CCEN dado su razón de ser y la posibilidad de potenciarse en este sentido en Nicaragua. Existe también una percepción distinta por sexo, donde las mujeres consideran que ya se tiene algo de camino en esta trayectoria.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Sí	39	86.7	86.7	86.7
No	5	11.1	11.1	97.8
No contesta	1	2.2	2.2	100.0
Total	45	100.0	100.0	

¿Considera que la circulación de conocimientos en el campo de la gestión cultural es aún incipiente?



% de Sexo del entrevistado

		Sexo del entrevistado		Total
		Masculino	Femenino	
¿Considera que la circulación de conocimientos en el campo de la gestión cultural es aún incipiente?	Sí	95.0%	80.0%	86.7%
	No		20.0%	11.1%
	No contesta	5.0%		2.2%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

3. Páginas de Internet con información sobre buenas prácticas en gestión cultural

Dentro de las páginas citadas de Internet se destaca con cinco casos el de UNESCO, seguido por el de OEI con dos casos y finalmente por otros varios (Overmundo, Mucho gusto Centroamérica, etcétera), cada uno citado una vez. Sin embargo 28 personas o no conocen las páginas u omitieron la respuesta, lo que equivale a que casi 1 de cada 2 encuestados no tiene conocimiento de las páginas de Internet donde se habla de dicho tópico. He aquí posiblemente otra posibilidad de estrategia y desarrollo para el CCEN.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí, ¿Cuáles?	17	37.8	37.8	37.8
	No	23	51.1	51.1	88.9
	No sabe	3	6.7	6.7	95.6
	No contesta	2	4.4	4.4	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

4. Importancia de avanzar en el uso de recursos tecnológicos disponibles

Se tiene un consenso casi absoluto en que se tiene que avanzar en el uso de recursos tecnológicos disponibles. Lo que seguiría sería indagar en qué recursos, así como la viabilidad de ello en determinados contextos. Nuevamente una encuesta para profundizar en la materia sería lo adecuado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy importante	44	97.8	97.8	97.8
	Medianamente importante	1	2.2	2.2	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

5. Vacíos entre las dinámicas locales, instituciones públicas y privadas y programas en gestión cultural

El 97.8% de los encuestados tienen la convicción de que hay un fuerte vacío entre diversos actores que participan o pueden hacerlo en el quehacer cultural. En este sentido la misma gestión en todos los niveles podría ser un perfecto aliado.

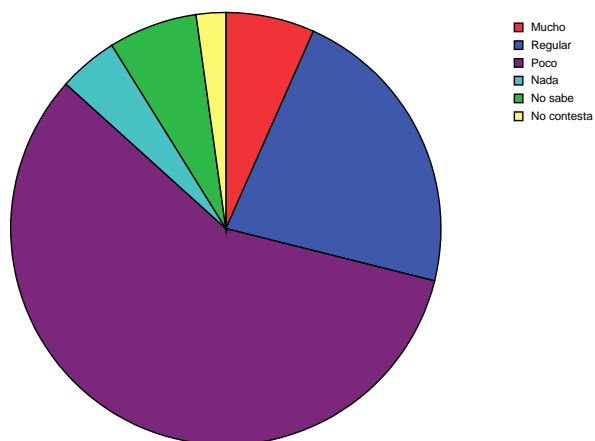
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	44	97.8	97.8	97.8
	No	1	2.2	2.2	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

6. Avance hacia la consolidación de ofertas académicas en gestión cultural

Solo el 6.7% de los entrevistados asume que ya hay Mucho avance en este tema y para subsecuentes ejercicios se podría agregar un ¿Por qué?. Sin embargo una gran mayoría, poco más de 8 de cada 10 opina lo contrario. Esto podría ser un factor motivante más para estrechar lazos con instituciones educativas y el CCEN.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Mucho	3	6.7	6.7	6.7
	Regular	10	22.2	22.2	28.9
	Poco	26	57.8	57.8	86.7
	Nada	2	4.4	4.4	91.1
	No sabe	3	6.7	6.7	97.8
	No contesta	1	2.2	2.2	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

¿Qué tanto considera que se avanza actualmente hacia la consolidación de ofertas académicas en gestión cultural?



7. Constitución de la acción cultural desde la gestión

Al igual que algunas preguntas de esta sección la gran mayoría considera que la acción cultural resulta más de elementos empíricos que sustentados en la base académica. Ello conjugado con la respuesta de la pregunta anterior apunta hacia la misma dirección.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	41	91.1	91.1	91.1
	No	2	4.4	4.4	95.6
	No sabe	1	2.2	2.2	97.8
	No contesta	1	2.2	2.2	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

8. Competencias a desarrollar y niveles académicos sugeridos para la gestión cultural

De las competencias curriculares previstas en el cuestionario para la formación de gestores culturales destacan la investigación cultural (13.7%), Metodología de la investigación para la intervención cultural (12.2%) y la Organización social de la cultura (12.2%). En cuanto a niveles académicos, se advierte por parte de los encuestados, la necesidad de ofertar niveles académicos de pregrado y posgrado en un sentido amplio.

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Competencias Gestión ^a Cultural	Manejo de las nuevas tecnologías	31	11.8%	70.5%
	Turismo cultural	22	8.4%	50.0%
	Metodología de la investigación para int	32	12.2%	72.7%
	Marketing cultural	22	8.4%	50.0%
	Organización social de la cultura	32	12.2%	72.7%
	Promoción y difusión de espacios artísti	29	11.0%	65.9%
	Investigación cultural	36	13.7%	81.8%
	Diseño de indicadores para el desarrollo	23	8.7%	52.3%
	Diseño y evaluación de políticas cultura	31	11.8%	70.5%
	Otras	5	1.9%	11.4%
	Total	263	100.0%	597.7%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Nivel académico ^a Gestión Cultural	Pregrado	29	23.2%	64.4%
	Posgrado	27	21.6%	60.0%
	Especialización	32	25.6%	71.1%
	Maestría	21	16.8%	46.7%
	Doctorado	10	8.0%	22.2%
	Otros	6	4.8%	13.3%
Total	125	100.0%	277.8%	

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

9. Causas que limitan la formación en gestión cultural

Dentro de los escollos que obstaculizan la formación en gestión cultural, poco más de la mitad de los encuestados considera que hay un desinterés de las instituciones gubernamentales en el tema o que hay una escasez de docentes en la materia (ambas causas mayormente señaladas por mujeres encuestadas). En este tema complejo, nuevamente las alianzas estratégicas se posicionan como una alternativa apropiada.

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Causas que limitan la Gestión Cultural	Baja oferta de programas	29	21.8%	64.4%
	Desinterés de instituciones gubernamentales	34	25.6%	75.6%
	Desinterés de las universidades	25	18.8%	55.6%
	Escasez de docentes formados en la cultura	35	26.3%	77.8%
	Otras	10	7.5%	22.2%
Total		133	100.0%	295.6%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

			Sexo del entrevistado		Total
			Masculino	Femenino	
Causas que limitan la Gestión Cultural	Baja oferta de programas	Recuento	15	14	29
		% del total	33.3%	31.1%	64.4%
	Desinterés de instituciones gubernamentales	Recuento	14	20	34
		% del total	31.1%	44.4%	75.6%
	Desinterés de las universidades	Recuento	10	15	25
		% del total	22.2%	33.3%	55.6%
	Escasez de docentes	Recuento	14	21	35
		% del total	31.1%	46.7%	77.8%
	Otras	Recuento	5	5	10
		% del total	11.1%	11.1%	22.2%
Total		Recuento	20	25	45
		% del total	44.4%	55.6%	100.0%

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

10. Importancia del uso de indicadores para la toma de decisiones en la gestión cultural

A través de la última pregunta de esta sección queda constancia de la opinión que tienen los entrevistados para la utilización de indicadores culturales. Sin embargo, para la generación de indicadores, se considera que sería propicio el tener dos elementos fundamentales: un sistema de información cultural y una encuesta cultural, ambos apoyados por una red ciudadana capacitada para dichos propósitos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy importante	42	93.3	93.3	93.3
	Medianamente importante	2	4.4	4.4	97.8
	Poco importante	1	2.2	2.2	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

II.3 Preguntas del CCEN

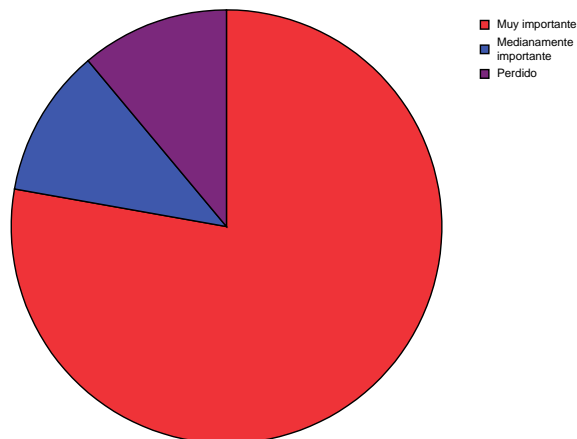
Como un instrumento inicial que dé a conocer la percepción del público asistente al evento acerca del accionar del CCEN, se ha propuesto la siguiente batería de preguntas. Se espera que esta información sea oportuna y útil para que el CCEN pueda seguir avanzando en la misma dirección adecuada.

1. Importancia del CCEN para el desarrollo local

En general la óptica de los encuestados apunta a que es Muy importante la participación del CCEN para propiciar el desarrollo local (87.5%). Habría que formular un cuestionario con mayor alcance para ver cuáles son las razones por las que 12.5% de los encuestados, afirma que tan sólo es Medianamente importante. Cabe notar que esta percepción es superior entre mujeres que entre hombres entrevistados. Es muy probable entonces que ahí se tenga una excelente oportunidad de identificar futuras líneas de acción del CCEN.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy importante	35	77.8	87.5	87.5
	Medianamente importante	5	11.1	12.5	100.0
	Total	40	88.9	100.0	
Perdidos	Sistema	5	11.1		
Total		45	100.0		

¿Qué tan importante le parece la labor del CCEN para el desarrollo cultural local?



% de Sexo del entrevistado

		Sexo del entrevistado		Total
		Masculino	Femenino	
¿Qué tan importante le parece la labor del CCEN para el desarrollo cultural local?	Muy importante	88.9%	86.4%	87.5%
	Medianamente importante	11.1%	13.6%	12.5%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

2. Ubicación y acceso del CCEN

De acuerdo con la encuesta solo el 11.1% considera que el CCEN tiene una ubicación Muy adecuada. Es por ello recomendable analizar seriamente la posibilidad de un servicio de transporte con alguna ruta coordinada y diseñada por el CCEN, tal que pueda tener el mayor impacto sobre la población objetivo. Esto se sustenta en que 9 de cada 10 entrevistados estarían dispuestos a utilizar dicho transporte.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy adecuada	5	11.1	11.6	11.6
	Medianamente adecuada	13	28.9	30.2	41.9
	Poco adecuada	21	46.7	48.8	90.7
	Nada adecuada	4	8.9	9.3	100.0
	Total	43	95.6	100.0	
Perdidos	Sistema	2	4.4		
Total		45	100.0		

% de Sexo del entrevistado

		Sexo del entrevistado		Total
		Masculino	Femenino	
¿Qué opinión le merece la ubicación del CCEN?	Muy adecuada	15.0%	8.7%	11.6%
	Medianamente adecuada	25.0%	34.8%	30.2%
	Poco adecuada	45.0%	52.2%	48.8%
	Nada adecuada	15.0%	4.3%	9.3%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

% de Sexo del entrevistado

		Sexo del entrevistado		Total
		Masculino	Femenino	
Si hubiera un servicio de transporte especial para ir al CCEN ¿lo utilizaría?	Sí	95.0%	86.4%	90.5%
	No		4.5%	2.4%
	No sabe		4.5%	2.4%
	No contesta	5.0%	4.5%	4.8%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

3. Actividades sugeridas para el CCEN

En este caso, hay una total claridad hacia la elaboración de Talleres (15.1%), Exposiciones (14.2%), Charlas (12.1%) y actividades de Teatro y Danza (11.3%). Conjuntamente, cerca del 52% de las sugerencias de los entrevistados consideran dichas actividades. Nuevamente, se vuelve necesario indagar mayor especificidad sobre las sugerencias levantadas y por tanto alguna encuesta con mayor profundidad. Es interesante ver cómo se las opiniones de acuerdo al sexo de los entrevistados coinciden tanto en la elaboración de Talleres es la misma como en Exposiciones.

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Actividades sugeridas para el CCEN	Exposiciones	34	14.2%	79.1%
	Cine	22	9.2%	51.2%
	Literatura	21	8.8%	48.8%
	Música	22	9.2%	51.2%
	Teatro y danza	27	11.3%	62.8%
	Charlas	29	12.1%	67.4%
	Talleres	36	15.1%	83.7%
	Niños	19	7.9%	44.2%
	Actividades especiales	19	7.9%	44.2%
	Otras	10	4.2%	23.3%
Total	239	100.0%	555.8%	

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

			Sexo del entrevistado		Total
			Masculino	Femenino	
Actividades sugeridas para el CCEN	Exposiciones	Recuento	17	17	34
		% del total	39.5%	39.5%	79.1%
	Cine	Recuento	14	8	22
		% del total	32.6%	18.6%	51.2%
	Literatura	Recuento	12	9	21
		% del total	27.9%	20.9%	48.8%
	Música	Recuento	10	12	22
		% del total	23.3%	27.9%	51.2%
	Teatro y danza	Recuento	13	14	27
		% del total	30.2%	32.6%	62.8%
	Charlas	Recuento	13	16	29
		% del total	30.2%	37.2%	67.4%
Talleres	Recuento	18	18	36	
	% del total	41.9%	41.9%	83.7%	
Niños	Recuento	10	9	19	
	% del total	23.3%	20.9%	44.2%	
Actividades especial	Recuento	10	9	19	
	% del total	23.3%	20.9%	44.2%	
Otras	Recuento	3	7	10	
	% del total	7.0%	16.3%	23.3%	
Total	Recuento	20	23	43	
	% del total	46.5%	53.5%	100.0%	

Los porcentajes y los totales se basan en los encuestados.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Para concluir esta sección, cabe comentar que la última pregunta del cuestionario tiene una gran gama de respuestas no codificables que se encuentran físicamente en las boletas respectivas y cuya información me parece valiosa e interesante.

II.4 Descripción multivariada

Una manera de representar conjuntamente (múltiple, multivariada o multivariante) diversos resultados de la encuesta es a través de un cuadro resumen donde aparezcan algunos estadísticos sobre los datos observados, ya sean de centralización, dispersión o localización. No obstante ello, la lectura se complica al intentar tener una visión integral que permita caracterizar al grupo, como se muestra en el cuadro siguiente. En él se resumen resultados de asistencia promedio a espacios culturales en un periodo de referencia de tres meses y otras variables respecto al perfil de los gestores y/o promotores culturales (nótese que Edad, corresponde a la edad central de cada grupo quinquenal).

Edad	cines	teatros	museos	bibliotecas	librerías	za	AGPC	% mujeres	% GPC
22.5	4.50	3.00	1.67	5.50	3.00	1.00	0.00	100.00	33.33
27.5	2.50	1.33	3.00	6.00	4.17	2.67	5.20	37.50	75.00
32.5	2.00	1.50	2.25	7.50	6.00	2.00	7.75	75.00	100.00
37.5	2.00	5.50	2.50	4.00	6.00	5.00	10.00	50.00	100.00
42.5	3.25	3.00	1.33	1.00	4.50	0.00	13.75	50.00	66.67
47.5	4.00	4.00	10.00	4.00	2.00	2.50	30.00	100.00	50.00
52.5	11.00	5.57	5.88	4.40	12.13	3.00	25.00	55.56	77.78
57.5	2.33	4.25	1.33	4.00	3.25	1.00	25.00	40.00	40.00
62.5	5.50	4.00	1.50	1.00	2.50	0.00	33.00	100.00	100.00

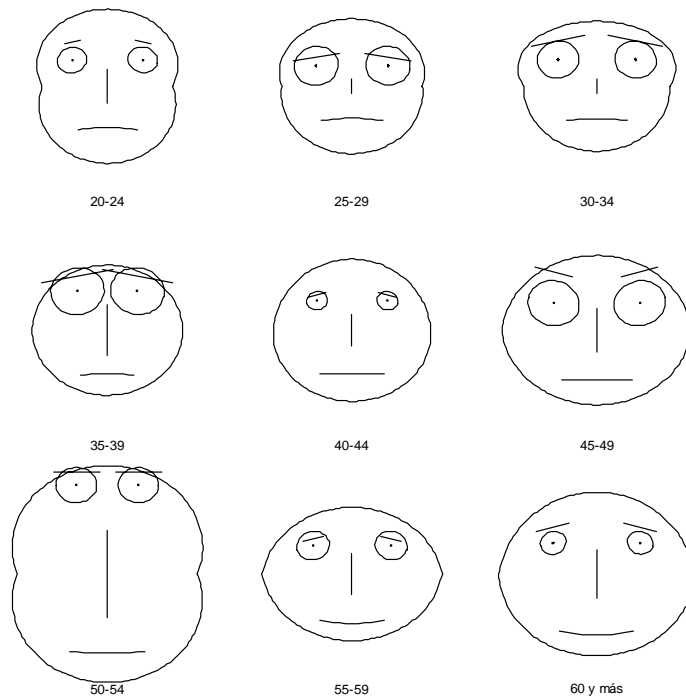
Sin embargo, otra forma distinta y que considero más apropiada de hacerlo es a través de utilizar las denominadas Caras de Chernoff (véase, Chernoff, H. (1973): The use of faces to represent statistical association, JASA, 68, pp. 361–368.), donde arbitrariamente el analista puede asociar de acuerdo con sus intereses, estadísticos específicos con rasgos faciales. El gráfico siguiente se hace en el software libre llamado R. En este ejemplo en particular, se asocian de la siguiente manera:

edad (edad promedio del gestor y/o promotor cultural) con curvatura de la boca;
cines (promedio de visitas a cines) con altura de la cara;
teatros (promedio de visitas a teatros) con longitud de la nariz;
museos (promedio de visitas a museos) con ángulo de ojos/cejas;
bibliotecas (promedio de visitas a bibliotecas) con tamaño superior de la cara;
librerías (promedio de visitas a librerías) con altura de los ojos;
za (promedio de visitas a zonas arqueológicas) con tamaño de los ojos;
AGPC (años promedio de gestor y/o promotor cultural) con ancho del centro de la cara;
% mujeres (porcentaje de mujeres) con altura de las cejas; y
% GPC (porcentaje de gestores y promotores culturales asistentes al evento) con ancho de las cejas.

Con base en la gráfica de las 9 caras (o edades quinquenales de los entrevistados) se observa lo siguiente.

- 1.- Conforme se va incrementando la edad, la curvatura de la boca se va acentuando, de manera que el grupo etéreo mayor tiene la sonrisa más marcada del conjunto.
- 2.- La cara más larga corresponde al grupo 50 a 54, cuya media es la máxima e igual a 11 veces en promedio asistir a cines, mientras que las más cortas son las correspondientes a edades 30 a 34 y 35 a 39 con promedio de 2 veces.

- 3.- La longitud de la nariz más notoria se tiene en el grupo de edad de 50 a 54 que corresponde a asistir a teatros en promedio 5.5 veces y la más pequeña en el grupo de 25 a 29 que corresponde a 1.33 veces.
- 4.- El ángulo más pronunciado de las cejas se da en el grupo 45 a 49 que representa asistir a museos en promedio 10 veces, en contraste con los grupos de 40 a 44 y 50 a 54 con 1.33 visitas en promedio.
- 5.- La parte superior de la cara que se percibe más amplia es la del grupo 30 a 34 que es asistir a bibliotecas 7.5 veces en promedio, y las más reducidas se aprecian en los grupos de 40 a 44 y 60 y más con 1 vez en promedio.
- 6.- Es notoria la altura de los ojos en la cara del grupo de 50 a 54 años que implica 12.13 visitas en promedio a librerías, y en el otro extremo se tiene a la cara del grupo de 40 a 44 con 2 visitas en promedio.
- 7.- Destaca el tamaño más grande de los ojos de edades de 35 a 39 que implica 5 visitas en promedio a zonas arqueológicas vs aquellos en los grupos 40 a 44 y 60 y más, los cuáles están sin visita alguna en el periodo de referencia.
- 8.- El ancho del centro de las caras va variando conforme se avanza a través de los grupos etáreos, es decir las caras son cada vez más anchas en su centro y esto indica una mayor cantidad de años como gestor y/o promotor cultural conforme se avanza en la edad.
- 9.- Las alturas de las cejas más marcadas son las respectivas de los grupos de 20 a 24, 45 a 49 y 60 y más, lo que denota que 100% de entrevistados en ellos fueron del sexo femenino y en sentido opuesto se nota lo que sucede en la cara del grupos de 25 a 29 con 37.5%.
- 10.- En cuanto al porcentaje de gestores y/o promotores culturales, las caras de los grupos 30 a 34, 35 a 39 y 60 y más, tienen las cejas más anchas, es decir un 100% de los entrevistados en esos grupos se considera gestor y/o promotor cultural. En contraposición se tiene al grupo de 20 a 24 con las cejas más pequeñas que representa un 33.33%.

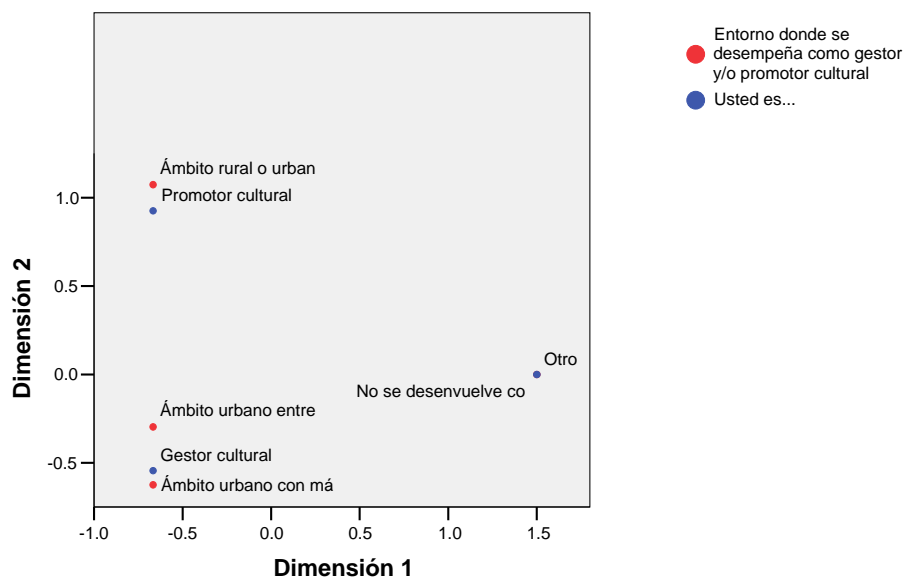


II.5 Análisis de correspondencias

A través de la técnica estadística denominada Análisis de correspondencias, se puede traducir una tabla cruzada en un mapa de asociaciones (véanse siguiente tabla y gráfica). La idea básica de la técnica, es identificar proximidades entre puntos correspondientes a los distintos niveles definidos para variables en cuestión y a partir de ello deducir asociaciones. En este caso dentro de la gráfica, los puntos rojos denotan las distintas categorías del entorno en el que se desenvuelve la gestoría/promotoría cultural y los puntos azules con la manera en cómo se identifica el entrevistado así mismo. Con base a la técnica, los promotores culturales se identifican como tal al desempeñarse en ámbitos rurales o urbanos con menos de 100,000 habitantes; mientras que los entrevistados que se identifican como gestores culturales se desempeñan en ámbitos urbanos con más de 100,000 habitantes. Al margen de la definición que se señale en la literatura entre gestor y promotor cultural, en la práctica se tiene un rasgo distintivo referente al ámbito de desempeño entre los gestores y/o promotores culturales dado por los asistentes al evento y entrevistados.

Tabla de correspondencias

Usted es...	Entorno donde se desempeña como gestor y/o promotor cultural				Margen activo
	Ámbito urbano con más de 500.000 habitantes	Ámbito urbano entre 100.000 y 500.000 habitantes	Ámbito rural o urbano con menos de 100.000 habitantes	No se desenvuelve como gestor y/o promotor cultural	
Gestor cultural	7	7	3	0	17
Promotor cultural	2	3	5	0	10
Otro	0	0	0	12	12
Margen activo	9	10	8	12	39



III Conclusiones y recomendaciones

Es conveniente recordar que el alcance de la pequeña encuesta levantada para este evento es limitado. Sin embargo, al ser un instrumento diseñado, en gran medida en términos cualitativos, para gestores y/o promotores culturales puede ser asimilado como en una fuente de información complementaria y muy rica para la toma de decisiones. Por tanto, no es aconsejable extrapolar los resultados aquí expuestos para otras poblaciones. Lo aquí expuesto solo corresponde a una muestra no aleatoria constituida por la mezcla de dos grupos, donde el pequeño, en algunos rasgos, figuraría como atípico con relación al resto.

En cada uno de los apartados de resultados se destacan puntos que vale la pena tener en consideración, matizados por el sexo de los entrevistados. Es una realidad que con este ejercicio de encuesta se podrían seguir haciendo más y más profundos análisis con técnicas estadísticas avanzadas como las de causalidad y descripción multivariada. Sin embargo, se piensa que este documento es de trascendencia para lo inmediato y para dimensionar el alcance de lo que con la estadística se puede lograr.

Un punto crítico y que se recomienda atender es el tocante a la elaboración de una encuesta cultural sobre la población objetivo, donde, complementariamente a la valiosa información de los gestores y/o promotores culturales, se pueda tener conocimiento directo de las prácticas y hábitos culturales de los habitantes de Nicaragua y con base en ello, el CCEN poder tener más información para el diseño de sus políticas y estrategias. Entre otras cosas, se podría diseñar una ruta óptima de transporte tal que se minimicen costos y/o se maximice difusión de las actividades a cargo del CCEN a través de modelos matemáticos (Investigación de operaciones).

En general se considera que el CCEN tiene un reto y una gran oportunidad para lograr alcanzar sus objetivos de la manera prevista, pero sin duda en estos momentos de crisis global la información confiable y oportuna, así como la técnica estadística, son elementos fundamentales para la toma de decisiones adecuadas y debidamente sustentadas.