

Departamento de Estudios
Sección de Observatorio Cultural



Reporte estadístico n° 13

MÚSICA

Noviembre 2011





Jefe de Departamento de Estudios: Matías Zurita Prat

Coordinador Sección de Observatorio Cultural: Simón Palominos Mandiola

Editor Sección de Observatorio Cultural: Cristóbal Bianchi Geisse

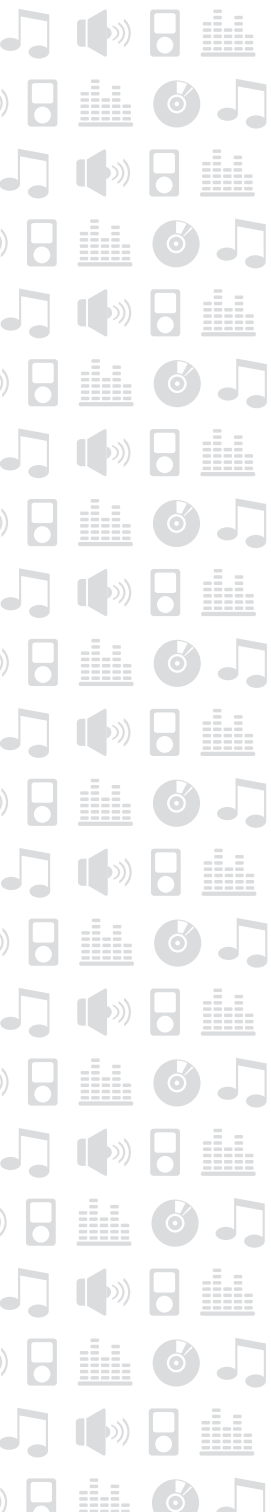
Analistas reporte: Elías Farías, Claudio Frites y Soledad Llamazales

Diseño y diagramación: Aracelli Salinas Vargas

Corrección de textos: Cristina Varas Largo

Contacto: estudios@cultura.gob.cl





Presentación

La escucha de música es la actividad cultural más practicada y con mayor transversalidad en la sociedad chilena contemporánea. La música que escuchamos nos acompaña en casi la totalidad de nuestras actividades diarias, circulando en los más diversos registros simbólicos y apoyándose en distintos soportes tecnológicos. Sin embargo, la ubicuidad de la música no la exime de verse atravesada por procesos de diferenciación que se manifiestan a través de las preferencias de chilenas y chilenos por diversos géneros musicales. Estas diferencias, a su vez, pueden ser entendidas como uno de los componentes culturales e identitarios de la estructuración de nuestra sociedad, proceso en el que influyen otros elementos de carácter económico y político. En efecto, sin perjuicio de la autonomía relativa del mundo cultural y nuestras prácticas simbólicas, existen, por ejemplo, fuertes asociaciones entre la preferencia de géneros y el nivel socioeconómico de las personas.

La lectura del presente reporte invita a explorar las particularidades sociales detrás de la universalidad de un acto tan cotidiano como escuchar música. Esperamos con él contribuir con un pequeño aporte a las discusiones sobre el desarrollo del campo musical y la cultura nacional.

Simón Palominos Mandiola

Coordinador Sección de Observatorio Cultural
Departamento de Estudios
Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

Introducción

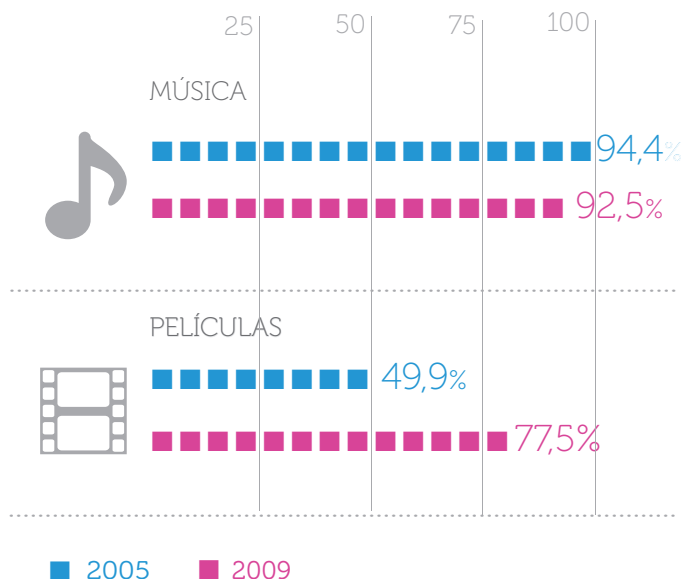
La música se filtra en todas partes, su capacidad de osmosis nos da la posibilidad de sentir que nos pertenece, que se adueña de nosotros y nos lleva de viaje. Es un arte invisible, intangible, que cuando surge lo habita todo. Cuando la música se ejerce, su presencia es enorme. Es en este contexto fundamental, en el cual un estudio de estas características, aparece oportunamente para aclarar un panorama tan complejo como prometedor. El arte de la música es también industria y en este ámbito los desafíos son enormes. Producción, distribución, fusiones culturales múltiples, soportes y formatos diversos. Es probable que la música sea el arte que mas desafía creativamente a la industria en estos momentos. La creación musical chilena en este cuadro, llama a un trabajo de madurez y eficiencia, para dar respuesta a una cantidad inédita de estudiantes de música a lo largo del país. Serán ellos, junto a un abanico de compositores de distintos ámbitos, lo que finalmente podrá instalarnos como un referente de interés real en el contexto cultural de América Latina.

Alejandro Lazo Vergara

Fondo de Fomento de la Música Nacional
Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

Población que escucha música y ve películas 2005 y 2009

Hacia el año 2009, un **92,5% de la población declaraba escuchar música todos los días**. A esto se deberían agregar, al menos de modo parcial, aquellas expresiones artísticas en que la música suele estar presente de manera principal o secundaria, como son los casos del cine (34,9%), los conciertos (29,3%), la danza (23,5%) o el circo (24,2%). Si bien, existe una leve baja en el porcentaje de la población que escucha música respecto al año 2005, esto debe ser matizado y no perder de vista que **las actividades que le siguen en magnitud, como ver películas o leer libros, alcanzan un 77,5% y un 41,8%, respectivamente.**

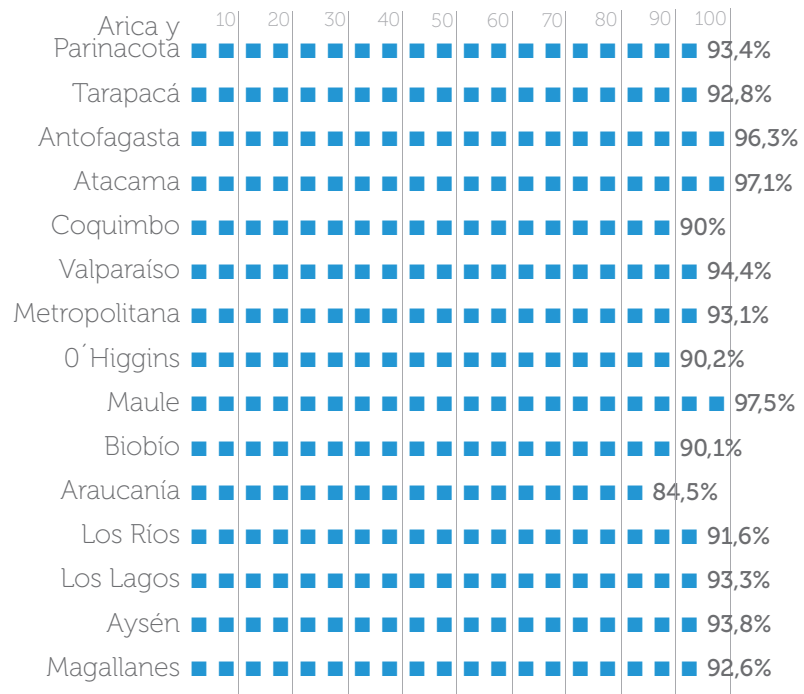


Fuente: Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural.

Población que escucha música

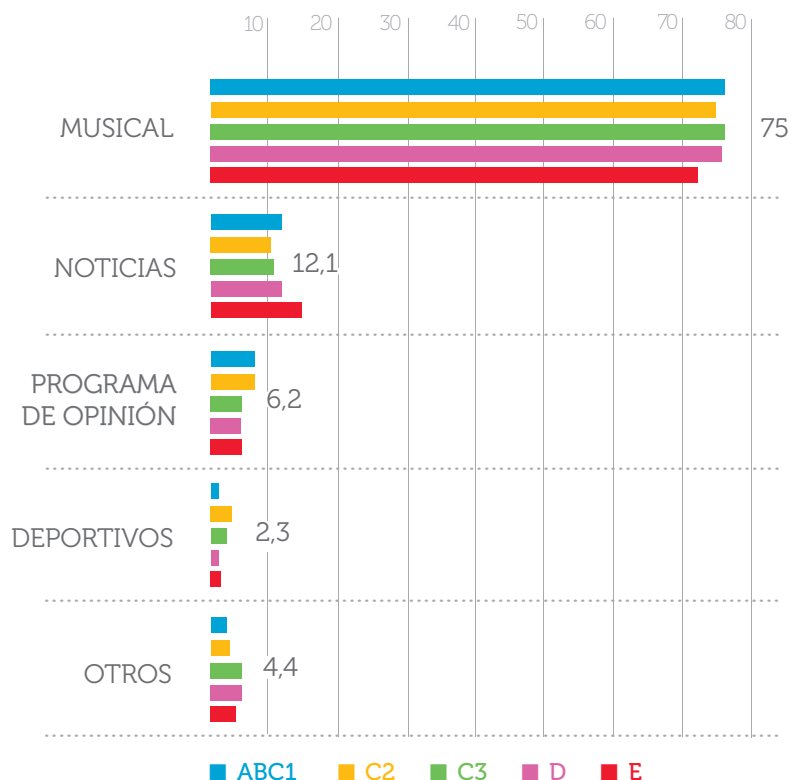
Según región

Si distinguimos el acceso a la música por región, se observan brechas importantes. Llama la atención que la **Araucanía** presente solo un **84,5%**, mientras que todo el resto del país exhibe valores mayores o iguales a **90%**. Para analizar esto con rigurosidad, sería necesario saber cuáles son los principales medios de acceso a nivel regional –radio, cd, mp3, computador, etc.–, con el fin de contrastarlos con indicadores como los niveles de ruralidad, acceso a señales de radio o internet. Destaca también el **alto nivel de acceso de las regiones de Atacama y del Maule, con 97,1% y 97,5%, respectivamente.**



Fuente: Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural.

Audiencia por tipo de programa preferido Según nivel socioeconómico

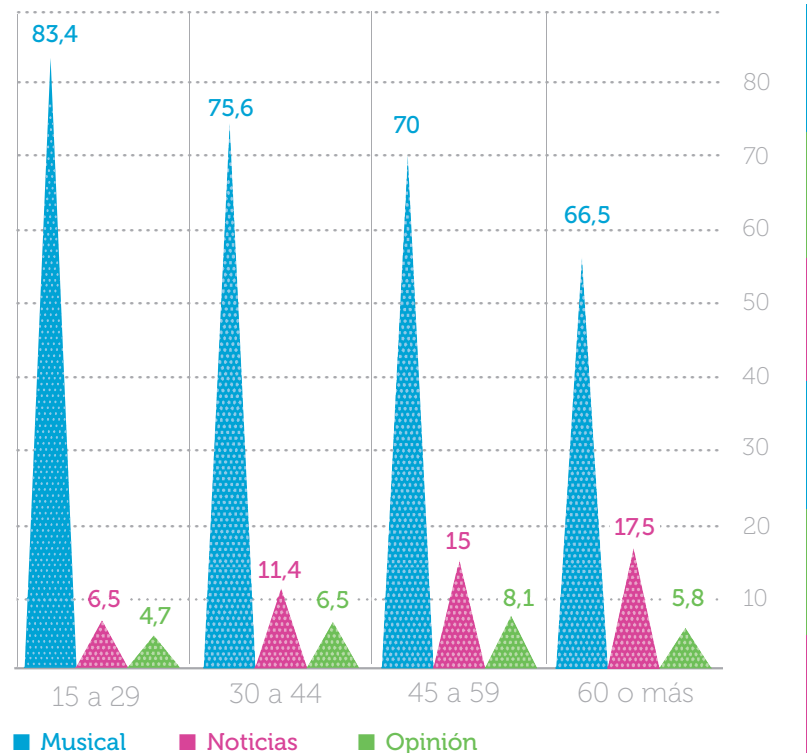


En lo que respecta a la audiencia de radio según nivel socioeconómico, llama la atención la **gran homogeneidad entre los distintos estratos en cuanto al tipo de programa preferido**. De este modo, como se aprecia en el gráfico, el promedio de **audiencia de programas musicales alcanza un 75%**, seguido de lejos por las noticias con un 12,1%, los programas de opinión con un 6,2% y los deportivos con un 2,3%.

Fuente: Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural.

Audiencia por tipo de programa preferido Según edad

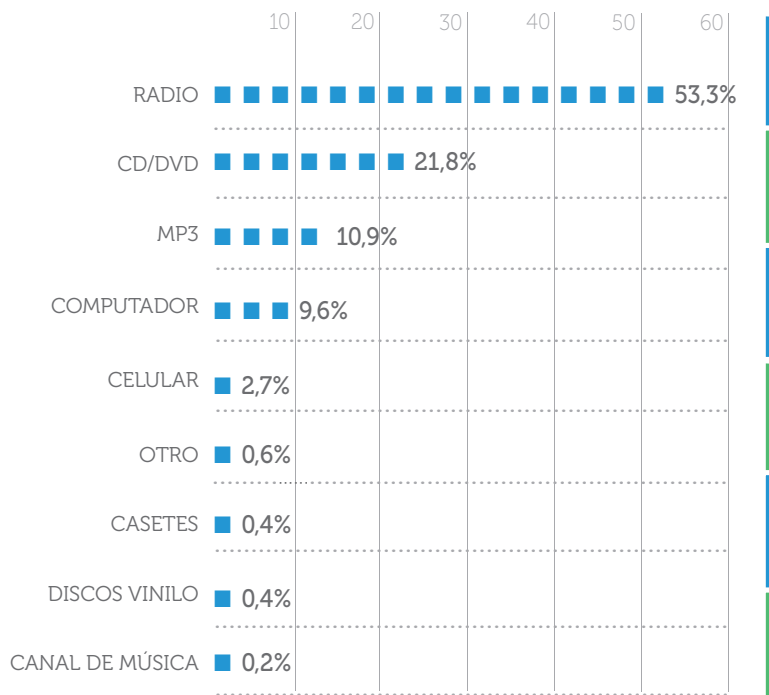
Al analizar la clase de programa preferido según edad, se advierte que los programas de música tienden a ser menos escuchados conforme aumenta la edad, pasando de un 83,4% en el tramo de 15 a 29 años a un 66,5% en el tramo más de 60 años. A la inversa, crece la opción por escuchar noticias junto con el aumento de la edad, pasando de un 6,5% en el tramo de 15 a 29 años a un 17,5% en el tramo de mayores de 60.



Fuente: Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural.

Audidores según medio de acceso

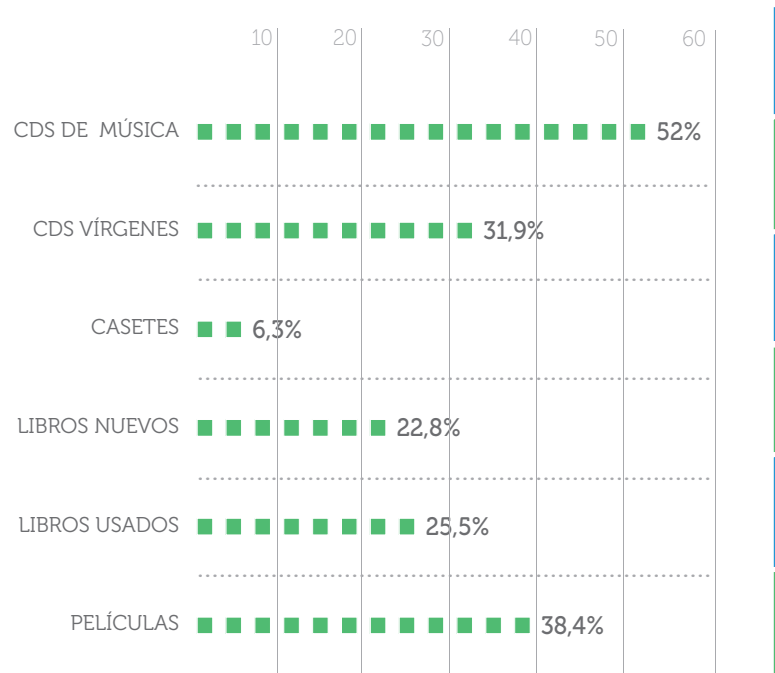
También se observa que, pese a la proliferación de nuevos formatos para escuchar música, **la radio presenta una clara supremacía por sobre las restantes alternativas.** Le siguen en orden decreciente el CD/DVD, el MP3 y el computador, todas ellas con valores que ni siquiera llegan a la mitad del porcentaje obtenido por la radio.



Fuente: Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural.

Bienes u objetos comprados durante los tres últimos meses

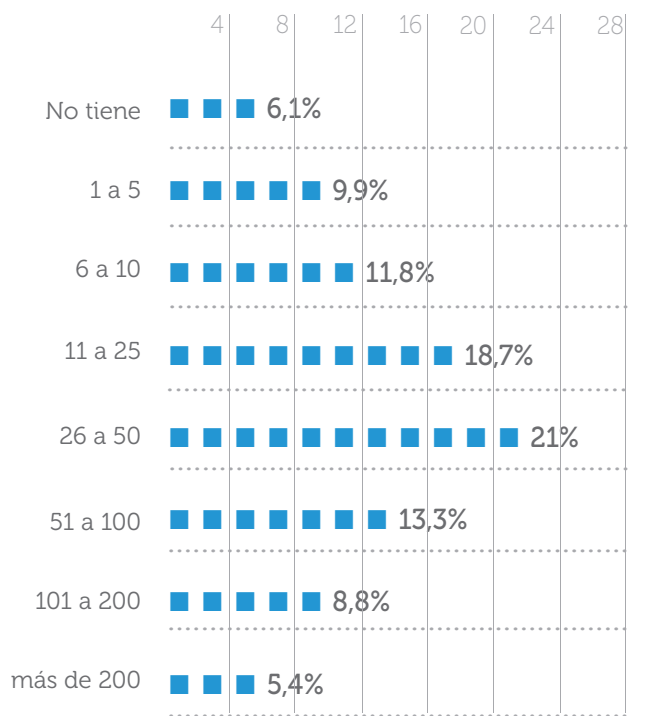
En cuanto a los bienes culturales comprados en los últimos tres meses, el gráfico indica que los vinculados directa o indirectamente con la música son los predilectos entre los encuestados. Es así como el **52% declaró haber comprado CDs de música y el 31,9% CDs vírgenes**. En este ámbito también son importantes las películas, con un **38,4%** de las compras.



Fuente: Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural.

Número de CD, casete o discos

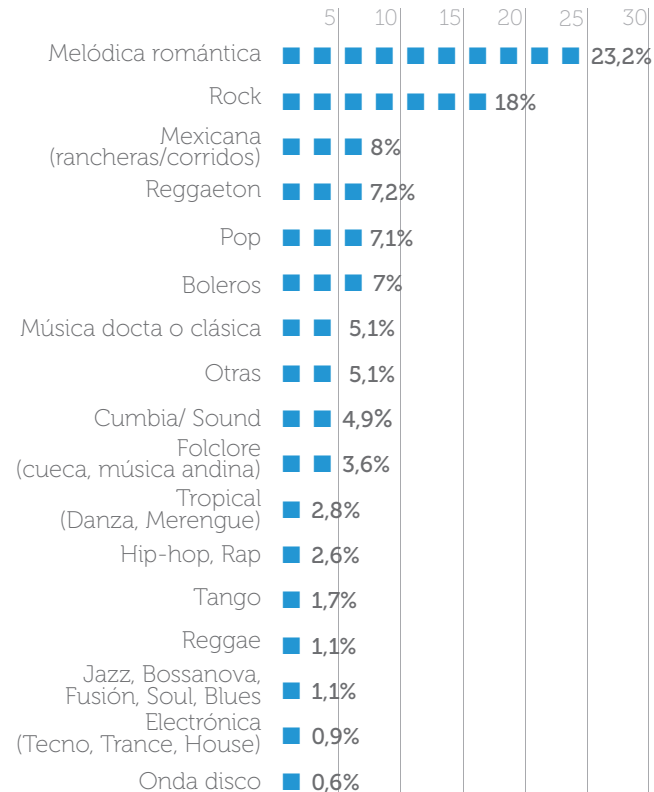
En cuanto al número de CD, casetes o discos en el hogar, **un 21% de la población señala tener entre 26 y 50 de ellos.** Le sigue la categoría entre 11 y 25, con un 18,7% de los encuestados. Asimismo, solo **un 6,1% afirma no tener música en ninguno de los formatos señalados, lo que es consistente con el 7,5% que asegura no escuchar música.**



Fuente: Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural.

Música preferida por estilo

En lo que se refiere a las inclinaciones por distintos estilos de música, **un 23,3% de las preferencias corresponde a la música melódica o romántica, mientras que un 18% opta por el rock.** Luego se aprecia una serie de estilos con valores en torno al 7% u 8%, tales como música mexicana, reggaetón, pop y boleros. Más allá de los valores que aquí se presentan o la posible discusión en torno a la forma en que se han reclasificado los estilos musicales (por ejemplo, se une música andina con cueca o jazz con blues), parece interesante analizar estos resultados al separarlos según nivel socioeconómico.

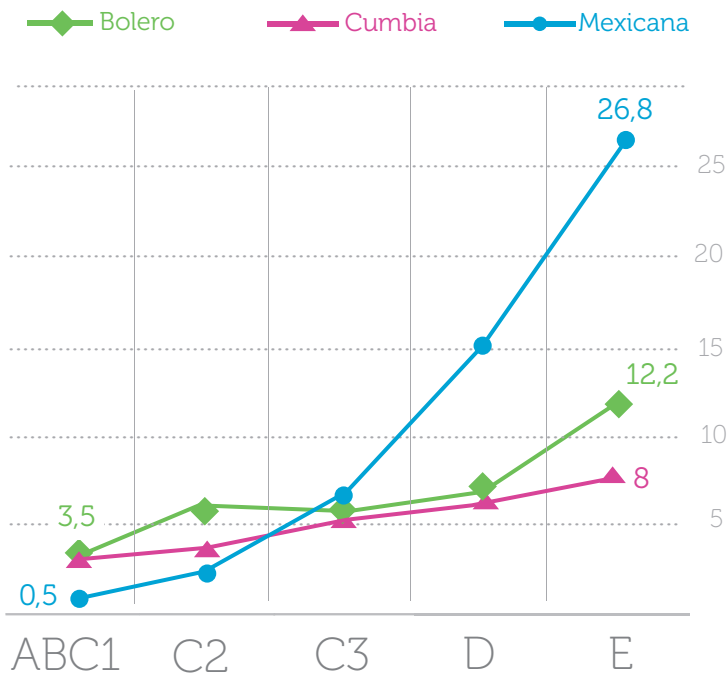


Fuente: Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural.

Tendencias musicales

Según nivel socioeconómico

Hecha la distinción por nivel socioeconómico, es interesante considerar aquellos casos en que se detectan tendencias claras, en que, como lo muestra el gráfico, se presenta la evolución de la **música mexicana, de la cumbia y los boleros**, los que son preferidos abrumadoramente por el estrato E, en contraposición al ABC1 que se inclina en su mayoría por otros estilos, como se verá más adelante. El caso más notable es el de la música mexicana, que presenta una diferencia de más de 25 puntos porcentuales entre los estratos más bajo y más alto.

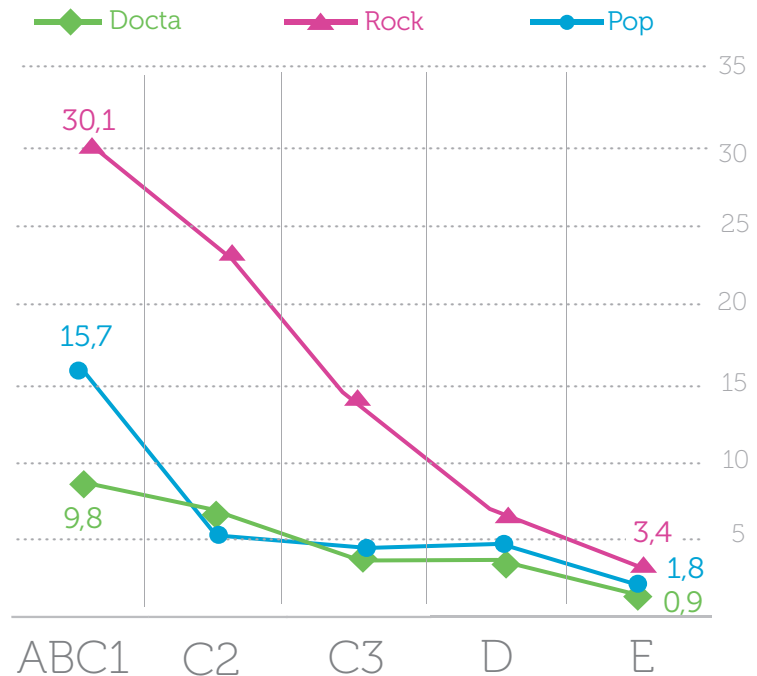


Fuente: Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural.

Tendencias musicales

Según nivel socioeconómico

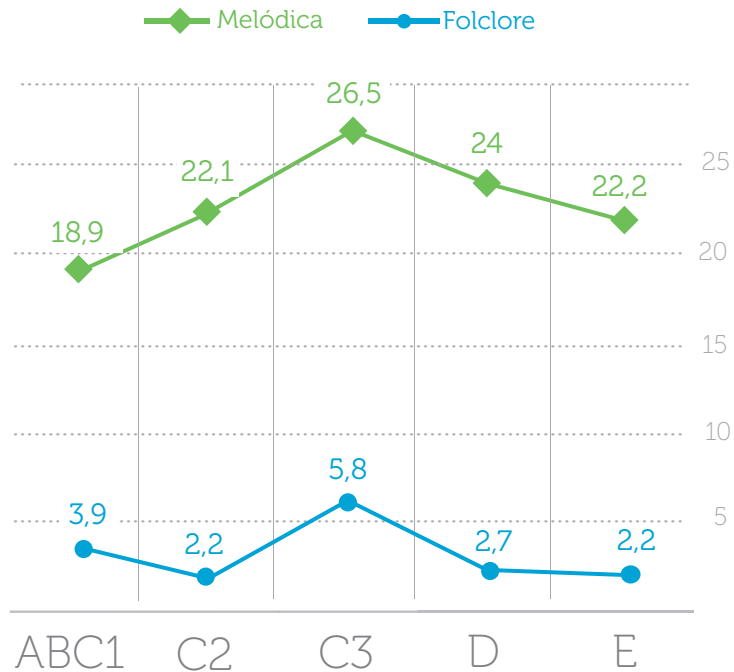
A la inversa, la **música docta, el rock o el pop** son estilos preferidos mayoritariamente en los niveles socioeconómicos más acomodados, según se observa en el gráfico. En este sentido, también hay diferencias importantes, como en el caso del rock, que pasa de un 30,1% en el estrato ABC1 a un exiguo 3,4% en el segmento E.



Fuente: Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural.

Tendencias musicales, según nivel socioeconómico

Por último, hay estilos como la **música folclórica** o la **melódica** que son preferidos por el grupo **C3**, como se aprecia en el gráfico, aunque se trata de una situación más sutil, sin el grado de elocuencia de los ejemplos anteriores, ya que en ninguno de los casos la diferencia supera el 10%.



Fuente: Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural.


Algunas conclusiones

- Al hablar de música nos referimos a la diversidad de formatos en los que se presenta, ya que también la consumimos cuando vamos al cine, al teatro o al circo, al igual que cuando se escucha la radio o se asiste a conciertos.
- En cualquier caso, pese a la evolución acelerada de los formatos en que se consume música (CD, Mp3 o DVD), la radio sigue concentrando parte importante de las preferencias, y del 92,5% de la población que declara escuchar música todos los días, un 53,3% señala hacerlo a través de la radio.
- Respecto a las compras relacionadas con cultura hechas durante los últimos tres meses, el primero y el tercer lugar son ocupados por bienes vinculados con la música (CD de música y CD vírgenes para música), dejando en segundo y en cuarto lugares a las películas.
- Se presentan además ciertas tendencias según nivel socioeconómico. Así, se puede señalar una tendencia bastante marcada en algunos estratos a escuchar cierto tipo de música, tal es el caso del grupo E, que presenta mayor inclinación por escuchar música mexicana, cumbia o boleros. O del estrato ABC1 por el rock, el pop o la música docta. Asimismo, aunque con menor elocuencia, el estrato C3 muestra mayores preferencias por la música romántica y la folclórica.
- Por último, parece importante mencionar el gran dinamismo en cuanto a la evolución de los formatos en que se presenta la música y su consumo. A pesar de una cierta incertidumbre sobre qué pasará en el futuro en cuanto a las formas de acceder a la música, también hay un grado de convergencia en el hecho que, ya sea desde internet, en un MP3/MP4 o en la radio tradicional, se accede, por ejemplo, a programas de radio tradicional. La oferta, por ende, se complejiza, y plantea nuevos desafíos para su estudio.

Fuentes


Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (Ediciones Cultura, Santiago, 2011)

Realizada con apoyo de la Universidad Alberto Hurtado. Buscó medir y caracterizar el consumo cultural en Chile diferenciando comportamientos por regiones, niveles socioeconómicos, sexo y edad. Algunas de las cifras son comparables con las mediciones efectuadas entre los años 2004 y 2005, lo que permite visualizar tendencias.

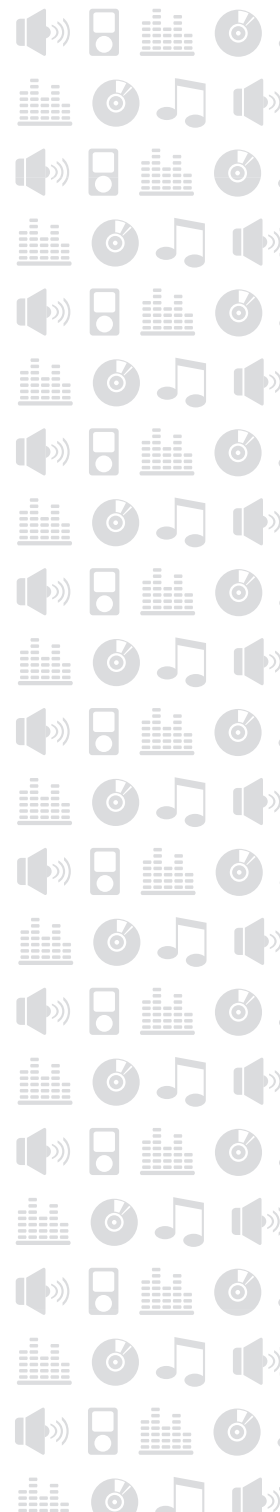
 **Descargue aquí** los resultados para una revisión más exhaustiva.

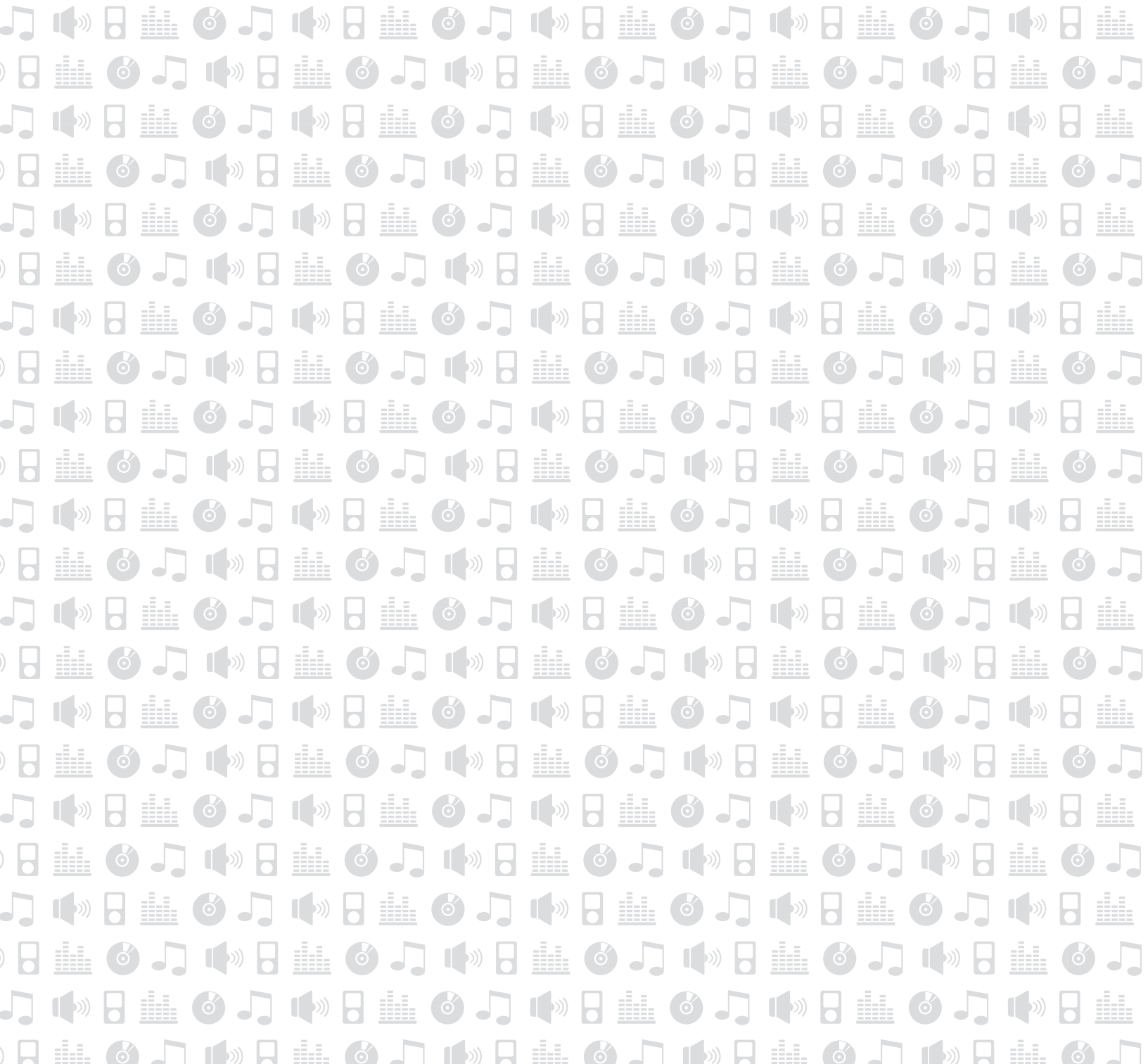
Cultura y Tiempo Libre: Informe Anual 2003 – 2009 (INE, Santiago, 2010)

El Anuario de Cultura y Tiempo Libre es un compendio de estadísticas culturales elaborado en conjunto por el CNCA y el INE a partir del 2003. Presenta series secuenciales de oferta y demanda de productos culturales. Entre los datos publicados en este Anuario, se encuentran los resultados de la Encuesta de Espectáculos Públicos, realizada por el INE a centros de exhibición de espectáculos diferenciando por tipo de funciones y asistencia a nivel nacional y por región.

 **Descargue aquí** los resultados para una revisión más exhaustiva.

 **Revisa aquí** los reportes anteriores.







Cultura

Departamento de Estudios
Sección de Observatorio Cultural