

INSTITUTO PARA LA INVESTIGACIÓN EDUCATIVA Y EL DESARROLLO  
PEDAGÓGICO IDEP  
LADO B SAS

APROPIACIÓN DE CONTENIDOS Y CONSUMO CULTURAL Y ACADÉMICO DE  
LOS PROFESORES DEL DISTRITO DE BOGOTÁ

Informe final

Investigadora principal

JULIANA BARRERO CASTELLANOS

Investigador cuantitativo

PABLO BLAS TUPAC SILVA BARBOSA

Investigador cualitativo

SIMÓN CALLE ALZATE

Responsable Académico IDEP

MIGUEL BERNAL ESCOBAR

BOGOTÁ, 2019



APROPIACIÓN DE CONTENIDOS Y CONSUMO  
CULTURAL Y ACADÉMICO DE LOS PROFESORES  
DEL DISTRITO DE BOGOTÁ

Documento final con los resultados del trabajo

Bogotá DC, agosto 2019

## **INTRODUCCIÓN3**

## **MARCO CONCEPTUAL5**

### **El capital cultural y sus formas5**

### **Factores que inciden sobre el consumo cultural individual y colectivo7**

El consumo cultural y la apropiación social del conocimiento9

## **REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA11**

## **METODOLOGÍA16**

### **Ficha técnica de la encuesta, características de la muestra y distribución de las observaciones sobre las variables sociodemográficas básicas17**

### **Grupos focales y características generales de los participantes19**

## **ANÁLISIS DE RESULTADOS Y CARACTERIZACIÓN DE LOS HÁBITOS DE CONSUMO CULTURAL Y ACADÉMICO DE LOS DOCENTES24**

### **Análisis de los hábitos y del perfil de los docentes como consumidores culturales y académicos24**

El índice de consumo cultural y académico de los docentes de Bogotá25

Las barreras y las motivaciones al consumo cultural y académico30

Estructura del consumo cultural y académico: diversidad, frecuencia y preferencias de los contenidos35

Perfiles de los docentes de Bogotá como consumidores culturales y académicos41

La interacción de los docentes con los contenidos y publicaciones del IDEP y el perfil de los consumidores46

## **RECOMENDACIONES52**

## **BIBLIOGRAFÍA56**

## Introducción

Dentro del marco del proyecto de inversión 1079: investigación e innovación para el fortalecimiento de las comunidades de saber y práctica pedagógica, se realizó el contrato 046 de 2019 suscrito entre el Instituto para la Investigación Educativa y Desarrollo Pedagógico - IDEP y Lado B SAS, cuyo objeto es la prestación de servicios profesionales para realizar el estudio de apropiación de contenidos culturales, académicos y científicos de los docentes en el sector público en Bogotá. Este documento presenta los resultados de la investigación adelantada entre los meses de marzo y agosto del 2019.

El trabajo se dividió en cuatro etapas: primero, se desarrolló el planteamiento de necesidades y delimitación conceptual en una serie de reuniones entre el equipo investigador y el equipo de trabajo del IDEP. Segundo, se diseñó la metodología e instrumentos de recolección de información que fueron presentados y discutidos con varios expertos del IDEP. Posteriormente, se implementó la metodología, una encuesta en línea y cuatro grupos focales. Finalmente, se realizó el análisis de la información y se formularon una serie de recomendaciones. La base de datos consolidada, limpia y organizada con las respuestas de la encuesta se encuentra adjunta a este documento. Además, se incluye una presentación en Tableau que contiene esta información procesada de acuerdo a las categorías de análisis definidas: <https://public.tableau.com/profile/lado.b.sas#!/vizhome/procesamientofinalidep/Presentacinidep?publish=yes>.

La primera parte del trabajo se inició con una serie de conversaciones entre el equipo investigador y sus contrapartes en el IDEP para delimitar el objeto de estudio y los alcances del proyecto. En primera medida se determinó que los conceptos de consumo académico y consumo científico son equivalentes. El trabajo científico en su mayoría se produce dentro de instituciones universitarias y su difusión se da por medio de publicaciones especializadas —revistas y libros—, o por medios de difusión científica como artículos periodísticos y documentales. Por esta razón, a lo largo de

este texto se unificarán los conceptos de contenidos académicos y científicos en el término *contenidos académicos*.

Posteriormente se determinó que el objetivo general de este trabajo de investigación es identificar los patrones de apropiación de los contenidos culturales y académicos por parte de los profesores de los colegios públicos de Bogotá. En este sentido, el trabajo busca identificar y analizar las preferencias y hábitos de consumo de contenidos culturales y académicos de los profesores, identificar los hábitos y canales de acceso a los contenidos culturales y académicos que consumen los profesores, caracterizar las preferencias del uso del tiempo de ocio de los profesores, caracterizar las barreras y dificultades identificadas por ellos para acceder a contenidos culturales y académicos, identificar la percepción de los profesores sobre los contenidos generados por el IDEP y sobre su estrategia de comunicación y posicionamiento y analizar la relación entre la apropiación de contenidos culturales y académicos y el consumo de los contenidos generados por el IDEP por parte de los profesores. Lo anterior es relevante para los objetivos del instituto, puesto que permite identificar y caracterizar a los potenciales demandantes de sus publicaciones, con lo que se podrán adelantar eficientemente estrategias para fomentar la innovación e investigación docente.

Este documento expone el análisis de los resultados de la investigación en cinco secciones. La primera presenta los conceptos que sirvieron como categoría de análisis de la información recolectada. En la segunda sección se desarrolla una revisión bibliográfica de las producciones del IDEP relacionadas con el consumo cultural, académico y científico de los docentes. La tercera parte presenta una descripción de la metodología de investigación e incluye un informe del trabajo de campo cualitativo. En la cuarta sección se incluyen el análisis de los resultados cuantitativos y cualitativos de acuerdo con las categorías de análisis y la caracterización de los hábitos de consumo cultural y académico de los docentes de Bogotá y los contenidos y comunicaciones producidos por el IDEP. Finalmente se presentan una serie de recomendaciones orientadas a mejorar la apropiación de los contenidos producidos por el IDEP.

## Marco conceptual

En esta sección se hace una breve exposición de los conceptos relevantes para caracterizar y analizar tanto el perfil de los profesores del sector público de Bogotá como consumidores y generadores de contenidos culturales, como su disposición para apropiarse de dichos contenidos y usarlos en su ejercicio docente. La sección se divide en tres partes en las cuales se definen: primero, el capital cultural y sus diversas formas; segundo, los factores que inciden sobre el consumo cultural individual y colectivo y por último, el consumo cultural y la apropiación social de conocimiento. Estas secciones establecen las categorías de análisis que guiaron el diseño de los instrumentos de recolección de información de este trabajo. Esta sección busca presentar definiciones generales y concisas que resulten útiles para establecer las categorías de análisis de la investigación. De ninguna manera pretende problematizar estas definiciones ni aportar al debate académico en torno a ellas.

### El capital cultural y sus formas

El capital cultural, el concepto principal dentro de este estudio, ha sido definido desde diferentes ramas de las ciencias sociales, principalmente la sociología y la economía. El término fue planteado originalmente por Pierre Bourdieu como un concepto clave en su teoría de la acción. Según el sociólogo francés, la sociedad está dividida en diferentes campos: el estado, la cultura, la economía, etcétera. Cada uno de estos está compuesto por distintos jugadores institucionales e individuales, quienes transan diferentes tipos de capital que les permiten mejorar su posición dentro de su respectivo campo.

El capital cultural es el conjunto de recursos no materiales, como las credenciales educativas, los gustos, la habilidad verbal o el conocimiento científico, entre otros, que determinan los patrones individuales de participación en actividades culturales y de consumo de bienes y servicios. La adquisición de capital cultural se da vía la inversión de distintos recursos —por ejemplo, el tiempo o el dinero— en acciones como la visita a museos, la asistencia a espectáculos de las artes

escénicas, la apreciación de obras de arte o la lectura. Según Bourdieu, este capital cultural le otorga distinción y estatus social a quien lo detenta (Smith, 2013).

Cabe resaltar que el capital cultural puede manifestarse de distintas maneras, por lo que Bourdieu identifica tres formas de capital cultural: la primera de ellas corresponde a las habilidades adquiridas por cada individuo para consumir bienes y servicios culturales. El consumo de dichos bienes y servicios se diferencia de otros tipos de consumo, puesto que requiere la apreciación y la aprehensión del significado de lo que se consume. La segunda forma de capital cultural se refiere a la posesión de objetos culturales como libros, obras de arte o instrumentos científicos. Por último, la tercera forma de capital cultural se refiere a las credenciales educativas que validan el conocimiento y las habilidades culturales, que pueden transarse por capital económico en el mercado laboral (Smith, 2013). El presente trabajo hace énfasis en la primera forma de capital cultural y en la relación entre dicho capital, las prácticas docentes y la percepción de los profesores sobre su ejercicio profesional.

El capital cultural es particularmente valorado en entornos educativos, puesto que se traduce en habilidades académicas y profesionales que pueden representar retornos económicos y potenciales ventajas sociales. La relación entre el capital cultural —adquirido por el consumo de bienes y servicios— y las habilidades académicas y profesionales de los profesores, se estudia a través del concepto de la apropiación social del conocimiento, que se describirá más adelante en el presente capítulo.

La definición de capital cultural fue posteriormente enriquecida por el trabajo de distintos economistas. Uno de los trabajos más notables es el de David Throsby (1999), una de las figuras más importantes en el estudio de la economía de la cultura, quien identificó el concepto de capital cultural como una cuarta forma de capital complementario al capital físico, el capital tecnológico y el capital humano. Throsby define el capital cultural como el acervo de valor cultural inherente en un activo. Estos pueden ser bienes tangibles, como en el caso de estructuras, espacios o construcciones dotadas de valor cultural significativo —lo que se denomina como patrimonio

cultural material—, pinturas, artefactos, esculturas, libros u otros bienes, los cuales permiten un flujo de servicios susceptibles al consumo privado o público. Complementariamente, los activos en cuestión pueden ser intangibles, como en el caso de las prácticas, las creencias o las tradiciones en torno a las cuales distintos grupos de personas o comunidades se sienten identificadas (Throsby, 1999). El presente estudio se centra en la caracterización y el análisis de las preferencias de consumo y apreciación de los individuos sobre los activos cobijados bajo la definición de Throsby.

Las apreciaciones sobre el capital cultural presentadas en esta sección establecen las definiciones globales en las que se enmarca el estudio de las preferencias de consumo cultural de los profesores del sector público de Bogotá. En la siguiente sección, se presenta una reflexión sobre los factores que inciden sobre las decisiones individuales y colectivas de consumo cultural.

#### Factores que inciden sobre el consumo cultural individual y colectivo

El primer factor que incide sobre el consumo cultural de los individuos es el *ingreso*, puesto que este representa una barrera de entrada para acceder a determinados contenidos culturales. De acuerdo con Katz (2004), en las investigaciones que busquen caracterizar el consumo cultural es de interés identificar el nivel de gasto de los individuos en bienes y servicios culturales, puesto que puede haber diferencias significativas en los patrones de consumo entre quienes compran los contenidos y quienes acceden a ellos de manera gratuita. Esta observación es relevante para el presente trabajo, ya que permite estudiar las tendencias de *commodification* del consumo cultural presentes en la población objeto de estudio, es decir, la tendencia a adquirir bienes culturales por el solo hecho de poseerlos, mas no por la utilidad derivada de aprehender su contenido. A su vez, permite aproximarse al impacto que puede tener el IDEP como proveedor de contenidos culturales de libre acceso sobre los niveles de consumo cultural de los docentes del sector público de Bogotá. Si bien es necesario considerar el nivel de ingresos como un factor determinante de las decisiones de consumo cultural, su poder explicativo es limitado debido a la considerable oferta de eventos culturales y de contenidos de libre acceso disponibles en Bogotá.

Machado *et al.* (2017) identifican que el consumo de bienes y servicios es una actividad intensiva en tiempo, pues para visitar museos, asistir a conciertos, consumir productos audiovisuales o contenidos escritos es necesario renunciar a otro tipo de actividades, incluyendo actividades productivas que podrían tener retornos económicos directos o de corto plazo. La escasez de tiempo es, de hecho, una de las principales barreras identificadas por los autores citados para acceder a bienes y servicios culturales, como se ha corroborado empíricamente en diversos contextos.

Los hábitos de consumo previamente adquiridos son un factor que determina el nivel de consumo cultural además de las limitaciones de tiempo y el nivel de ingresos. En la medida en que los individuos son consumidores habituales de contenidos culturales, desarrollan las habilidades necesarias para apreciar su significado, y de esa forma adquieren mayor capital cultural, en términos de Bourdieu. Para estos individuos, la utilidad de consumir nuevos contenidos culturales es más alta respecto a la utilidad de aquellos individuos que no son consumidores frecuentes — quienes no han desarrollado las habilidades para apreciar los contenidos y por lo tanto no encuentran incentivos para consumir dichos contenidos—. Lo anterior es conocido como la adicción racional (Machado *et al.*, 2017) de los consumidores culturales, y es uno de los principales factores comportamentales que incide sobre las decisiones de consumo cultural.

El nivel de consumo de bienes y servicios culturales también se ve afectado por lo que los autores identifican como un “efecto de red”; es decir, las preferencias y la intensidad de consumo por parte de las personas que conforman el entorno cercano de los individuos inciden sobre sus decisiones de consumo cultural. Como un ejemplo de lo anterior, se ha corroborado empíricamente que las personas cuya pareja sentimental ha demostrado altos niveles de consumo de contenidos culturales, son propensos a replicar este comportamiento (Machado *et al.*, 2017).

Para cerrar, cabe resaltar una crítica que se le ha planteado a los estudios que indagan sobre el consumo cultural individual. Según Katz (2004), las investigaciones que se limitan a consolidar un puñado de indicadores sobre el nivel de consumo individual ignoran la complejidad asociada con las distintas interacciones y la dependencia que puede existir entre dichos indicadores. Por

ejemplo, en vez de cuantificar el nivel de consumo de contenidos culturales, se propone estudiar la relación existente entre las preferencias de uso del tiempo de ocio de los individuos y sus gustos o las características de los contenidos culturales que se consumen. Tanto esta crítica como los elementos presentados a lo largo de esta sección se tienen en cuenta en el planteamiento de los instrumentos de medición del presente trabajo. Así, el análisis de las decisiones de consumo cultural de los profesores de Bogotá se estructura a partir del estudio de sus preferencias sobre el tiempo de ocio, de las prácticas culturales y actividades de formación artística y académica que desarrollan y de las características del entorno que los rodea. Con esto se busca hacer una aproximación integral al capital cultural de los docentes de Bogotá.

### El consumo cultural y la apropiación social del conocimiento

La apropiación social del conocimiento es un proceso que se desarrolla en dos etapas: la primera consiste en la disposición de los conocimientos culturales y científicos para el consumo de una comunidad, en lenguajes y escenarios que les resultan comunes a sus miembros. La segunda etapa consiste en la traducción de dichos conocimientos en elementos útiles para el usufructo y beneficio de los miembros de la comunidad (Marín, 2012). En el contexto del presente trabajo, la apropiación social del conocimiento implica el traslado de los bienes y servicios culturales y académicos consumidos por los profesores a su labor y su ejercicio docente para la innovación en metodologías de enseñanza y como suplemento de los contenidos enseñados a los estudiantes.

Trabajos previos han estudiado el impacto del consumo y la producción cultural y académica de los profesores universitarios sobre la calidad de su enseñanza. Según García *et al.* (2015), los profesores involucrados en investigaciones tienen un mejor desempeño como docentes, debido a que sus labores investigativas les permiten desarrollar un mejor criterio sobre los contenidos que enseñan y un mayor rigor en las prácticas pedagógicas. Más aun, los autores afirman que aquellos profesores que no desempeñan labores investigativas tienen una probabilidad cinco veces más alta —en relación con los profesores que sí investigan— de ser calificados como docentes deficientes por sus estudiantes.

Entre las razones por las cuales los profesores involucrados en investigaciones tienen un mejor desempeño docente, se encuentran que estos, al consumir más contenidos que aquellos que no investigan, tienen una mayor oferta de conceptos, ideas y conocimientos para transmitirlos a sus estudiantes. Adicionalmente, la investigación y el consumo de contenidos culturales y académicos requiere motivación e interés por aprender, lo que podrían a su vez inculcar en sus clases para motivar a los estudiantes (García *et al.*, 2015).

Pese a lo anterior, los mismos autores reconocen las complejidades y efectos heterogéneos en el fenómeno estudiado, puesto que el aumento arbitrario de tiempo dedicado a la investigación o al consumo de contenidos culturales no necesariamente se ve reflejado en una mayor calidad de la enseñanza. De hecho, como se mencionó en la sección anterior, el consumo —y también la producción de contenido— cultural es una actividad intensiva en tiempo, por lo que a partir de cierto punto entra en rivalidad con las labores propias del ejercicio docente. Se concluye entonces que la apropiación social del conocimiento está ligada a una tensión entre el tiempo dedicado a consumir —o producir— contenidos culturales y el tiempo dedicado al ejercicio docente.

Con los elementos presentados, se propone estudiar las características y las preferencias de consumo cultural de los profesores clasificándolos en tres grupos: el primero corresponde a los profesores que son consumidores habituales u ocasionales de contenidos culturales y que aplican los elementos apropiados en su ejercicio docente. El segundo corresponde a los profesores que son consumidores habituales u ocasionales de contenidos culturales, pero que no aplican los elementos apropiados en su ejercicio docente. El tercero corresponde a los profesores que no son consumidores de contenidos culturales. Esta categorización permitirá analizar las preferencias sobre el uso de tiempo de ocio de los profesores e identificar los factores determinantes de las decisiones, tanto de consumo cultural como de apropiación de los contenidos consumidos.

## Revisión bibliográfica

El propósito de esta sección es presentar una revisión bibliográfica de las producciones del IDEP relacionadas con el consumo cultural, académico y científico de los profesores en Bogotá. Esta sección es parte del texto de conceptualización de las preferencias de hábitos de consumo y acceso a contenidos culturales, académicos y científicos de los docentes del sector público de Bogotá que se presentó en el primer informe. El IDEP cuenta con tres estudios relacionados con el consumo cultural y académico de los docentes. Los dos primeros fueron realizados por el Centro de Estudios Sociales (CES) de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Colombia, y son una caracterización general de los docentes del sector público en Bogotá. El tercer estudio lo llevó a cabo la Universidad EAFIT y presenta una estrategia de comunicación y divulgación de las acciones que realizan los docentes investigadores, innovadores y redes pedagógicas para que se propicien intercambios de saberes en la ciudad.

En una primera parte, esta sección presenta los contenidos y la metodología general de cada uno de estos estudios. Posteriormente se hace una revisión de los conceptos utilizados para analizar el consumo cultural entre los profesores en dichas investigaciones. En tercer lugar, se presentan los principales hallazgos de dichos trabajos respecto al consumo cultural y académico de los docentes.

En 2009 el Centro de Estudios Sociales (CES) de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Colombia realizó una caracterización de docentes del sector público de Bogotá (Londoño *et al.*, 2010). Dicho estudio contó con un componente cualitativo y otro cuantitativo de investigación. El primero estuvo compuesto por la realización de grupos focales con docentes de la ciudad de Bogotá, y el segundo por una encuesta que ha sido referente en investigaciones posteriores. El estudio está fundamentado sobre la discusión teórica acerca del rol del docente, contrastándola con el rol que le adjudica la ley. A partir de estas nociones, la investigación presenta los perfiles sociodemográficos y la situación económica de los docentes, su perfil académico y profesional, los saberes percepciones y actitudes sobre la práctica docente y la pedagogía, las percepciones de los docentes sobre los estudiantes, los colegios y la educación

pública, la imagen social del maestro, los valores asociados al ejercicio docente y al comportamiento ciudadano, la opinión de los docentes sobre las leyes y su actitud ante ciertas normas sociales, la cultura política de los docentes; los consumos culturales y el tiempo libre de los docentes, una tipología de perfiles de los docentes de colegios públicos en Bogotá y finalmente presenta unas recomendaciones y sugerencias sobre el estudio y el cuerpo docente.

En 2015 se realizó una actualización al estudio realizado por miembros del CES y el Instituto de Investigación en Educación de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional: el trabajo *Caracterización del Perfil Socio-Demográfico, Académico y Profesional de los docentes del Decreto 1278 del 2002 de Bogotá* (Tognato *et al.*, 2015). Para lograr su objetivo, en esta investigación se realizó una encuesta y se recopiló información disponible sobre la planta docente de Bogotá. El trabajo recopila y sintetiza la legislación nacional y distrital relacionada con el ejercicio de la profesión docente, presenta de manera descriptiva los datos relacionados con el perfil socio demográfico de los docentes en la ciudad de Bogotá y los compara con los resultados de la investigación anterior.

En 2017 la Universidad EAFIT realizó el estudio *Estrategia de comunicación y divulgación de las acciones que realizan los docentes investigadores, innovadores y redes pedagógicas que propicien intercambio de saberes en la ciudad de Bogotá* (Leal *et al.*, 2017). Este trabajo identifica los actores, acciones y canales clave que hacen parte del contexto en el que se producen las acciones de innovación educativa en Bogotá desde la perspectiva de la política pública en innovación educativa. Posteriormente plantea el debate teórico para desarrollar el concepto de ecosistema de innovación educativa y propone un modelo de análisis. Finalmente realiza un primer acercamiento a dicho ecosistema como un marco de referencia para potenciar las acciones relacionadas con la innovación educativa en el distrito. Entre las conclusiones relevantes para este estudio, Leal y su equipo de investigación plantean que los canales a través de los cuales se obtiene información sobre las acciones de otros docentes son los eventos académicos, los libros y las revistas. Por su parte, los docentes no consideran los canales digitales y las conversaciones informales dentro del colegio como fuentes importantes de apropiación de contenidos los contenidos académicos relacionados con la producción intelectual de sus colegas.

El estudio del CES (Londoño *et al.*, 2010) contó con una sección dedicada a los consumos culturales y el tiempo libre de los docentes del distrito. Estos fueron determinados de acuerdo a los resultados de la Encuesta Bienal de Culturas Públicas del 2009, la Encuesta de Cultura Escolar 2007, la Encuesta de Docentes de Bogotá (EDB) —realizada por los investigadores especialmente para el estudio— y una serie de grupos focales. El objetivo de este ejercicio fue analizar el nivel cultural de los profesores del Distrito determinando el espectro de su capital cultural, sus consumos y prácticas culturales y observando la inversión de su tiempo libre. Por lo tanto, el estudio utiliza tres conceptos que resultan claves para caracterizar el nivel cultural de los maestros: tiempo libre, consumo cultural y capital cultural.

La investigación parte del supuesto de que el consumo y la producción de contenidos culturales por parte de los docentes se realiza en sus horas libres. Por lo tanto, define el tiempo libre como “el espectro de tiempo dedicado a labores no remuneradas, dirigidas a la autorrealización y destinadas al ocio como momento importante del desarrollo de la identidad” (Londoño *et al.*, 2010, p. 231).

Para determinar el consumo cultural, el estudio se enfoca en los gustos de los docentes y deja de lado la forma en que estos se apropian de los contenidos. Parte de la premisa del sociólogo francés Pierre Bourdieu, quien plantea que los bienes culturales “en comparación a otros bienes materiales, hacen referencia a la existencia de una especie de vínculos y afinidades entre el producto y el capital cultural del actor..., se supone como preestablecida la existencia de un capital cultural incorporado, que se asume como condición para la lectura y posterior valoración del bien cultural” (Londoño *et al.*, 2010, p. 236).

Como se mencionó en la primera parte de este documento, el capital cultural es un concepto desarrollado por Bourdieu dentro de su teoría de los campos. Según Bourdieu, este es uno de los elementos que constituye un motivo de lucha por parte de los agentes que participan en los diferentes campos que conforman la realidad. El estudio del CES define el capital cultural de los

docentes como “un crisol de condiciones que estructuran la forma en la que estos se relacionan con la cultura..., este capital está conformado tanto por posesiones y herencias —simbólicas y materiales—, como por el uso que de ellas se hace” (Londoño *et al.*, 2010, p. 236). Esta definición es consistente con la conceptualización presentada en el primer capítulo de este documento. Para determinar el capital cultural de los docentes el estudio se enfoca en su origen —rural o urbano—, el nivel educativo de los docentes y el de sus padres —indagando por la varianza generacional—, el nivel de ingresos de las familias, la amplitud de su horizonte geográfico, la transformación pedagógica —que incluye el dominio de idiomas y el manejo de la tecnología—, la producción de trabajos académicos y artísticos y la relevancia que le dan a diferentes campos del saber.

El estudio del 2015 incluyó una sección del capital cultural del docente dentro de la caracterización del perfil académico y profesional de los docentes. A diferencia de la investigación que lo precedió, este estudio se enfoca en solo tres aspectos específicos: el uso del tiempo libre, el nivel educativo de los padres y los trabajos producidos en los últimos cinco años. La conceptualización de estos criterios de análisis parte del estudio realizado por Londoño y su equipo. La información fue levantada por medio de una encuesta fundamentada en la EDB del 2009.

Ambas investigaciones realizadas por el CES llegan a conclusiones similares. En términos generales, el consumo cultural de los docentes de las instituciones públicas en Bogotá se caracteriza por una falta de tiempo libre, un bajo consumo y práctica cultural, un reducido nivel de cosmopolitismo, y poca producción académica. Sin embargo, hay un avance en el capital cultural con respecto a sus padres gracias a la educación. La jornada laboral ocupa casi todo el tiempo de los docentes, esta se subsana con las vacaciones —dos veces al año— las cuales dedican a asuntos personales y al turismo. El consumo cultural de los profesores está por debajo del resto de la población bogotana y no generan publicaciones en las que expresen sus opiniones. Los docentes tienen pocas posibilidades de viajar al extranjero, por lo cual su horizonte geográfico es bastante reducido. De igual manera, su conocimiento de otros idiomas y el uso de nuevas tecnologías es limitado. La mayoría de docentes tiene un mejor nivel educativo que el de sus padres, por lo cual se denota una progresión generacional. A continuación, se presenta una serie de cifras relevantes.

Según la investigación del CES, los docentes en la ciudad de Bogotá dedican un promedio de dos horas diarias a calificar pruebas y a la preparación de clase. En muchos casos este tiempo extiende su jornada laboral. Las horas restantes son las que los profesores consideran su tiempo libre, el cual dedican a asuntos personales y a descansar. Hay una tendencia entre los profesores más jóvenes a concentrar la mayoría de su tiempo libre los fines de semana. Esto se debe a que las mujeres deben dedicarse a las labores del hogar durante la semana y a la poca estabilidad económica que obliga a los docentes a buscar otros trabajos fuera de la docencia durante los días de semana.

Es preciso tener en cuenta que la docencia es una de las pocas actividades en Colombia que cuenta con dos periodos de vacaciones al año que pueden ser considerados como tiempo libre de los docentes. Según el estudio del CES, este tiempo lo dedican a asuntos personales, descanso, diversión y actividades distintas de la docencia. De acuerdo a una encuesta realizada para el estudio, los profesores manifestaron que dedicarían su tiempo libre a leer un libro (30,4%), navegar por internet (13,3%) o a escuchar música (12,7%).

En la actualización de la investigación realizada en 2015 se plantea que los docentes usan en promedio 11 horas semanales para realizar sus asuntos personales y 15 para descansar. Si tuvieran más tiempo, la mayoría lo dedicaría a estudiar para ser más competentes en su trabajo (48%) y buscar otra actividad para mejorar sus ingresos (29%) (Tognato *et al.*, 2015). Esta segunda investigación encontró que el 63% de los docentes realizaban otras actividades en su tiempo libre. Entre estas se encuentran asesorías trabajo social, ejercicio de la profesión a nivel privado, participación política, dictar clases en universidades, editar textos (Tognato *et al.*, 2015).

Según la investigación del CES, las preferencias de consumo cultural de los profesores se dividen de la siguiente manera: música 23,0%, cine 19,6%, literatura 14,6%, danza 13,6% y artes plásticas, 9,2%. A su vez muestra que las mujeres asistieron a más eventos culturales en los últimos dos años encabezados por el teatro (Londoño *et al.*, 2010).

Un 19% de los docentes prefiere comprar libros académicos. Este porcentaje está por encima de cualquier otro tipo de libro. Le siguen la novela (15,9%) y la autoayuda y superación personal (13,9%). Sin embargo, la mayoría de ellos (30%) consume principalmente novela, seguido de autoayuda (15%) y pedagogía (13%). En cuanto al rango de edad, los docentes entre 30 y 40 años son buenos lectores, pero el mayor nivel de lectura se encuentra en el rango de 50 y mayores. Las preferencias de los docentes se centran en la literatura nacional y los libros de moda del momento (Londoño *et al.*, 2010).

En cuanto a la práctica cultural un 25,3% de los docentes encuestados practican la danza. Es importante notar que le sigue un 18,5% que indica no realizar ninguna práctica artística (Londoño *et al.*, 2010).

El estudio realizado por el CES en el 2009 expone que el cuerpo docente de Bogotá está conformado por personas que nacieron en el ámbito urbano en un 85,8%. La mitad de los padres de los docentes solo contaron con educación primaria, mientras que el 41% de los docentes tiene educación universitaria (Londoño *et al.*, 2010). Para el 2015, aunque 42% de los padres y 41% de las madres de los profesores solo contaron con educación primaria, el 96% de los docentes tienen educación universitaria (Tognato *et al.*, 2015).

## Metodología

Para lograr su objetivo, esta investigación tuvo un componente cuantitativo constituido por una encuesta en línea que sirvió para caracterizar el consumo cultural y académico de los docentes de los colegios públicos en Bogotá, los medios de acceso a este consumo y las principales barreras. Esta perspectiva se complementó con un componente cualitativo que se desarrolló por medio de grupos focales que permitieron explorar a profundidad las tendencias que iba arrojando la encuesta. A continuación, se presentan las características de la encuesta y un informe del trabajo de campo cualitativo. Adjunto a este documento se anexan los audios de los grupos focales.

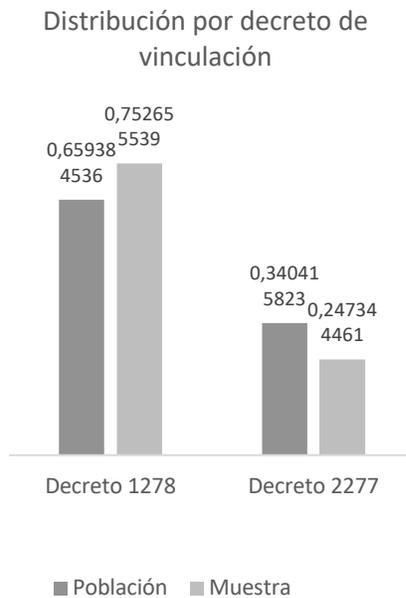
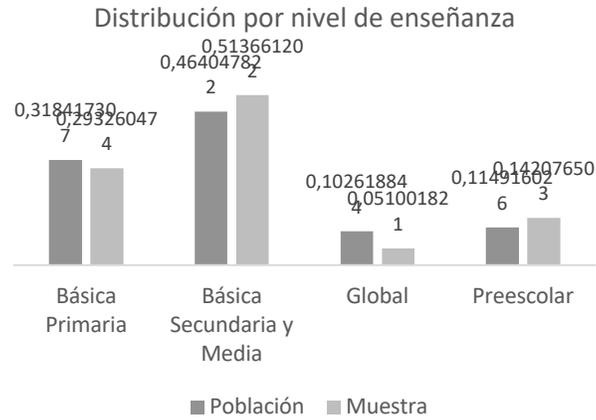
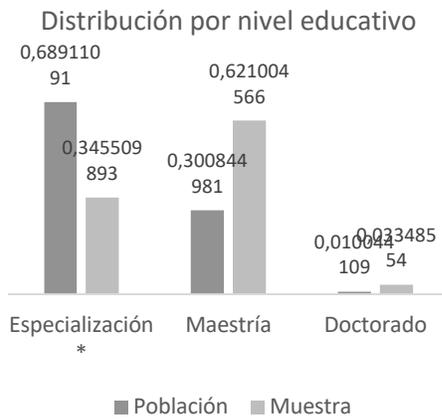
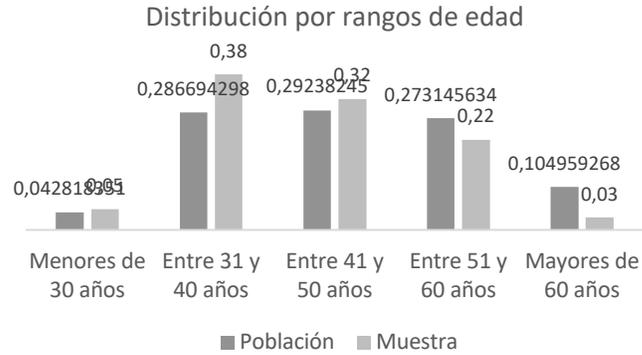
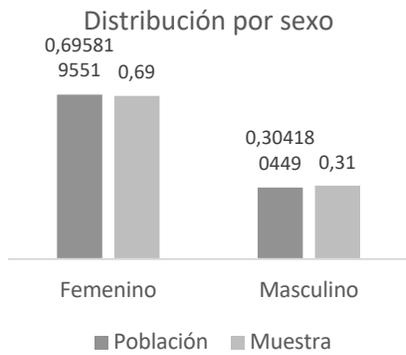
## Ficha técnica de la encuesta, características de la muestra y distribución de las observaciones sobre las variables sociodemográficas básicas

La encuesta aplicada para este trabajo tuvo el objetivo de medir el nivel de consumo de contenidos culturales y académicos de los docentes de Bogotá, de cara a identificar los perfiles de consumidores y su relación con los contenidos del IDEP. La encuesta estuvo compuesta por un total de 36 preguntas de selección múltiple y preguntas abiertas distribuidas en ocho secciones: caracterización sociodemográfica, trayectoria y actualización docente, percepción de la labor y el ejercicio docente, uso del tiempo, actividades de consumo cultural y académico, actividades de formación, práctica y creación cultural y académica, actividades de transmisión de contenidos culturales y académicos y por último, actividades de apropiación y uso laboral y educativo de contenidos culturales y académicos del IDEP.

La encuesta se aplicó en línea a través de la plataforma E-encuesta, y contó con la labor de difusión del IDEP. La técnica de muestreo aplicada fue la de muestreo no probabilístico por conveniencia, y la población objetivo fue la de los docentes vinculados a alguna institución educativa del sector público de Bogotá. El periodo de recolección de la información fue de un mes: desde el 13 mayo al 14 de junio de 2019.

En el gráfico 1 se presenta la distribución de la población y de la muestra, comparativamente, de acuerdo con las principales características sociodemográficas.

**Gráfico 1.** Características de la población de docentes del sector público de Bogotá y de la muestra de quienes respondieron la encuesta. Distribución por variables sociodemográficas.



**Fuente:** elaboración propia.

La interpretación y el análisis de la distribución del total de la población por las variables sociodemográficas va más allá de los objetivos del presente trabajo. No obstante, vale la pena recalcar la predominancia de las mujeres, tanto en la población como en la muestra de la encuesta, que la distribución de docentes por localidad replica la distribución demográfica general de la población de Bogotá y que la distribución de los docentes por edad se asemeja a una distribución normal, por lo que no hay sobrerrepresentación, ni de profesores muy jóvenes ni de profesores de edad avanzada. Por último, se destaca que más de la mitad de la población de docentes dicta clases, tanto en primaria como en secundaria y que los docentes de preescolar son una minoría en la población, lo mismo que los docentes de todos los niveles de enseñanza.

En relación con la muestra de esta investigación, pese a que la técnica de muestreo adelantada fue no probabilística, a partir del gráfico 1 se concluye que la distribución de la muestra se ajusta a la distribución de la población de docentes de Bogotá. Esto último permite el levantamiento de estimaciones que no se encuentran sesgadas por selección del muestreo.

La única variable en la que se percibe una discordancia entre la distribución de la muestra y la distribución de la población es en el nivel de estudios. La proporción de docentes con maestría se encuentra sobrerrepresentada en la muestra —62% del total—, frente a la proporción de docentes con maestría en la población —30% del total—. No obstante, esta discordancia no altera las estimaciones ni el análisis de los resultados, puesto que la distribución de las observaciones sobre todas las demás categorías de análisis no presenta desajustes.

### Grupos focales y características generales de los participantes

Este apartado presenta un informe del componente cualitativo de la investigación que estuvo constituido por la realización de seis grupos focales. El equipo de investigación utilizó los dos

primeros para probar y ajustar la encuesta. Los cuatro grupos restantes buscaban complementar la información recolectada tras la aplicación del instrumento cuantitativo y profundizar en las preferencias de consumo cultural y académico de los profesores, sus motivaciones, medios y modo de consumo y las formas en que operan las barreras de acceso.

La metodología de trabajo en los dos primeros grupos focales fue la presentación de la encuesta que se discutió con los participantes. En el salón donde se llevó a cabo el encuentro se proyectó cada una de las preguntas en una pantalla. Los asistentes comentaban si la redacción, el vocabulario de la pregunta y sus respuestas eran claras. También podían comentar el propósito y conceptos detrás de cada una de las preguntas y hacerle recomendaciones al grupo investigador. Los comentarios de los asistentes fueron recogidos sobre el mismo documento. El primer grupo se realizó el viernes 26 de abril de 2019 con expertos en educación e investigación del IDEP, y el segundo se llevó a cabo el viernes 3 de mayo de 2019 con un grupo de docentes de colegios del Distrito. Las recomendaciones que surgieron en ambos encuentros se tuvieron en cuenta en la versión final de la encuesta de acuerdo a los objetivos de la investigación.

Si la investigación cuantitativa permite conocer qué hacen las personas, la investigación cualitativa busca encontrar el cómo y el por qué. En este sentido, los grupos focales sobre el consumo cultural de los docentes se enfocaron en complementar las respuestas de la encuesta buscando entender qué tipos de contenidos culturales consumen los docentes, por qué lo hacen —cuáles son sus motivaciones—, e identificar cómo operan las barreras que evitan acceder a estos contenidos. Finalmente se buscó indagar cómo los docentes llevan estos contenidos al aula de clase. Dado que en las ciencias sociales los datos empíricos se deben contrastar con los conceptos, los instrumentos de recolección cualitativa no se ligaron directamente a ningún concepto presentado en la primera parte del documento. Sin embargo, los resultados de los grupos demuestran la relación que tiene el consumo cultural con los tipos de capital, el tiempo libre y el comportamiento en red.

El martes 4 de junio de 2019 se llevó a cabo el primer grupo focal de profundización en el consumo cultural y académico de los docentes con un grupo de cuatro profesores de la red Colectivo

Pensamiento Pedagógico Contemporáneo en las instalaciones del IDEP. El viernes 7 de junio de 2019 se llevaron a cabo dos grupos focales en el Liceo Femenino Mercedes Nariño localizado en la Avenida Caracas # 23-24 Sur. En la mañana se reunieron seis docentes de preescolar y primaria y en la tarde tres profesoras de secundaria. La convocatoria de los docentes fue difícil por la época del año en que se realizó la investigación. Muchos colegios estaban en cierre de periodo de notas y se aproximaban las vacaciones. Los profesores tenían actividades extra con las cuales debían cumplir y no podían comprometerse a participar en los grupos focales. Por esta razón, el sexto grupo focal se desarrolló el 30 de julio, época en la que los docentes han regresado de sus vacaciones, en el Colegio Julio Garavito, localizado en la Calle 39 Sur # 51F-59. En esta sesión participaron cuatro docentes de primaria.

La mayoría de participantes en los cuatro grupos focales sobre el consumo cultural y académico de los docentes fueron mujeres. Tan solo un profesor dio sus opiniones. Esto se debió a la dificultad de la convocatoria de los grupos y a la mayor disposición por parte de las profesoras en participar en la investigación. El total de los participantes son licenciados y cuentan con especialización o maestría. Dos de ellas son directivos docentes, una enseña en preescolar y primaria y otra en secundaria y media al mismo tiempo. La siguiente tabla presenta las características generales de los participantes en los cuatro grupos focales.

**Tabla 1.** Características generales de los participantes en los grupos focales.

<b>Género</b>	
Masculino	1
Femenino	16
<b>Formación</b>	
Licenciado	16

No licenciado	0
<b>Nivel educativo</b>	
Normalista	0
Pregrado	0
Especialización	10
Maestría	7
Doctorado	0
<b>Edad</b>	
25-35	1
35-45	3
45-55	4
55-65	3
N.A.	6
<b>Años en la docencia</b>	
Menos de 1 año	0
Entre 1 y 5 años	0
Entre 6 y 10 años	3
Entre 11 y 20 años	5
Más de 20 años	9

<b>Nivel de enseñanza</b>	
Preescolar	3
Primaria	7
Secundaria	3
Media	3
<b>Áreas de enseñanza</b>	
Soy directivo docente	2
Soy docente en orientador	0
Ciencias Naturales	2
Ciencias Sociales	2
Lenguaje	5
Artística	0
Matemáticas	1
Todas	2
Otra	2 (primera infancia, inglés, filosofía)

**Fuente:** elaboración propia.

La primera pregunta de la sesión del grupo focal fue: ¿cuál fue el último libro que leyeron y película o serie que vieron? Esta se planeó con el propósito de romper el hielo entre el moderador y los participantes y entrar en la discusión sobre sus consumos culturales y académicos. Las

respuestas arrojaron importantes revelaciones sobre las preferencias de consumo cultural y académico de los profesores en Bogotá, que se presentan en la siguiente sección del documento.

### [Análisis de resultados y caracterización de los hábitos de consumo cultural y académico de los docentes](#)

En esta sección se presentan los hallazgos de la investigación cuantitativa y cualitativa adelantada para este trabajo. El insumo central del análisis es la encuesta implementada por el IDEP y Lado B para caracterizar los hábitos de consumo cultural y académico de los docentes de Bogotá. El análisis estadístico de los resultados de esta encuesta se complementa con la descripción de la estructura del consumo, y de la descarga en línea de los contenidos y publicaciones del IDEP. El objetivo de esta sección es identificar los distintos perfiles de los docentes de Bogotá como consumidores de contenidos culturales y académicos, describir sus características demográficas y de actividad docente y por último, estudiar cómo los perfiles de los profesores interactúan con la oferta de contenidos, publicaciones y actividades producidos por el IDEP. Estas conclusiones se comparan con la información recolectada en los cuatro grupos focales.

La sección se divide en tres partes. En la primera, se hace un análisis de los principales hallazgos estadísticos obtenidos a partir de las respuestas a la encuesta. En la segunda, se describe y analiza la relación de los docentes del sector público de Bogotá con los contenidos, publicaciones y actividades del IDEP. Por último, se resumen los principales hallazgos del ejercicio analítico realizado y se incluyen los resultados de la investigación cualitativa.

### [Análisis de los hábitos y del perfil de los docentes como consumidores culturales y académicos](#)

En este apartado se presentan las características del consumo cultural y académico de los docentes del sector público de Bogotá. Ambos tipos de consumo se estudian de manera conjunta y el análisis gira en torno a dos elementos: el nivel general de consumo de los docentes, que se estudia a partir

del índice de consumo construido para este trabajo y la estructura del consumo, estudiada a partir de la distribución del número total de docentes de acuerdo con los contenidos culturales y académicos que consumen y la frecuencia con que lo hacen. De estos dos elementos se derivan los perfiles de consumidores identificados entre los docentes del distrito.

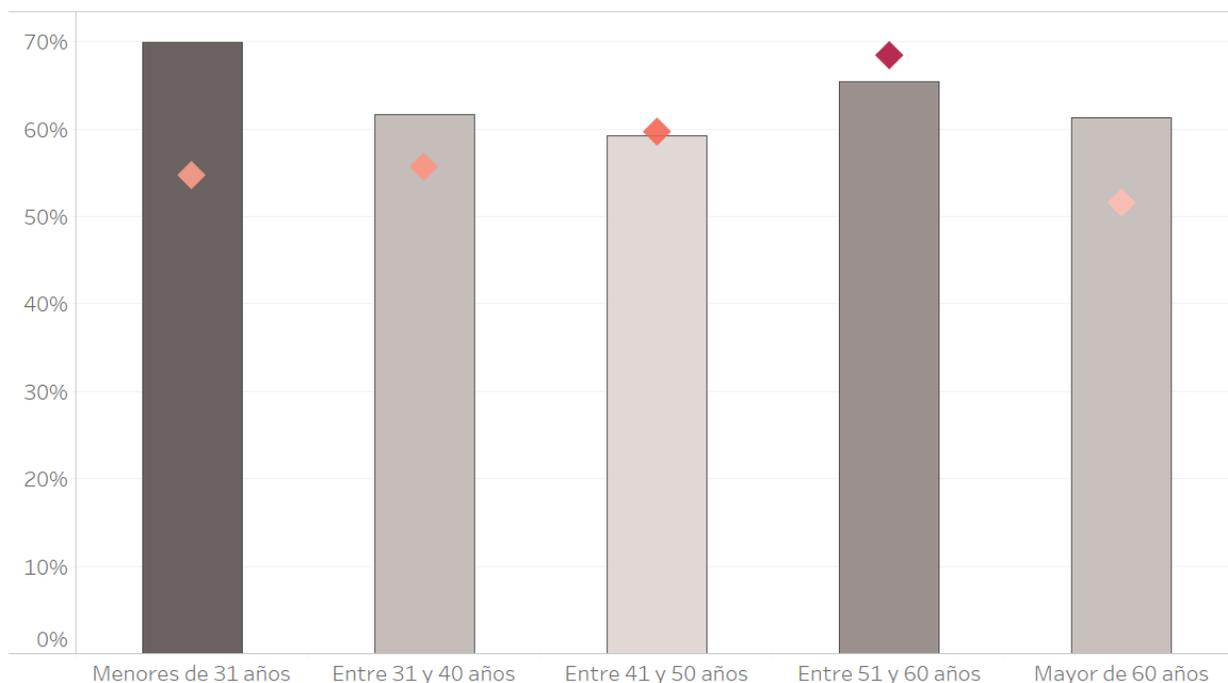
### El índice de consumo cultural y académico de los docentes de Bogotá

Para el estudio del nivel de consumo se elaboró un índice multidimensional en línea con la metodología propuesta por Cheli y Lemmi (1995), que consiste en la asignación a cada individuo de un puntaje que da razón de la diversidad y de la frecuencia de su consumo. Este puntaje va de 0% —caso en el que el docente no consume ninguno de los contenidos planteados en la encuesta— a 100% —caso en el que el docente consume todos los contenidos planteados en la encuesta y, además, lo hace con la mayor frecuencia posible, de acuerdo con las opciones de respuesta propuestas—. Para este trabajo se construyeron dos índices: el primero es el índice de consumo cultural (ICC), y el segundo, el índice de consumo académico (ICA)<sup>1</sup>.

El primer ejercicio estadístico adelantado consistió en evaluar las diferencias en el ICC y el ICA promedio de los docentes, según sus características sociodemográficas. La mayor heterogeneidad, y por lo tanto los resultados más elocuentes se observan al clasificar a los docentes de acuerdo con su edad (gráfico 2).

**Gráfico 2.** ICC (barras) e ICA (rombos) promedio de los docentes. Clasificación por rangos de edad.

<sup>1</sup>Ver Anexo-construcción del índice de consumo cultural y académico



**Fuente:** elaboración propia.

Llama la atención que el ICC más alto lo tienen los docentes más jóvenes —índice promedio de 70%—. Este resultado puede explicarse porque esta porción de la población está más familiarizada con dispositivos electrónicos y servicios en línea; por lo tanto, cuenta con mayores posibilidades de acceso a contenidos digitales en comparación con los docentes de mayor edad. Esta explicación encontrará soporte, como se verá más adelante, en que una mayor diversidad en los canales de acceso a contenidos, tiene una influencia positiva y significativa sobre los indicadores de consumo.

Por su parte, el mayor ICA lo tienen los docentes entre 51 y 60 años —índice promedio del 62%—. Este resultado puede estar asociado a que la trayectoria profesional permite una mayor aprehensión y un mayor disfrute del consumo de investigaciones académicas o un interés por actualizar sus conocimientos. Este es el único grupo de edad para el cual el ICA promedio es mayor al ICC promedio. De hecho, es interesante resaltar que el índice de consumo académico aumenta de manera sostenida proporcional con la edad de los docentes —salvo para el último rango de edad, donde tanto el consumo cultural como el académico decrecen notablemente—.

Los docentes que participaron en los grupos focales prefieren la lectura de libros y artículos relacionados con su actividad docente. Leen contenidos que son afines con teoría pedagógica, sobre la disciplina que enseñan, y material que les gustaría llevar a clase. Es importante aclarar que los participantes en un grupo focal forman parte de una red de investigación y las participantes de los otros dos grupos dirigen semilleros de investigación dentro de su institución educativa. Por otro lado, los maestros leen literatura contemporánea, algunos clásicos de la literatura latinoamericana y aquellas novelas que están leyendo con sus estudiantes en el aula de clase.

Vale la pena hacer mención de la brecha entre el ICC y el ICA. Esta brecha alcanza un valor mínimo para los docentes que tienen entre 41 y 50 años —ICC promedio de 59 % e ICA promedio de 54%—, mientras que el valor máximo de la brecha se observa entre los docentes más jóvenes —ICC promedio de 70 % e ICA promedio de 50%—. Esto quiere decir que los docentes más jóvenes prefieren el consumo cultural por encima del académico.

Como se mencionó, en la descripción anterior se hizo énfasis en los valores promedio del ICC y del ICA de acuerdo con la clasificación de los docentes por su edad; lo anterior debido a que esta comparación exhibe los resultados más perfilados y con mayor heterogeneidad. Las estadísticas descriptivas de los índices de consumo de acuerdo con las demás características socio-demográficas se pueden visualizar interactivamente en el siguiente enlace:

<https://public.tableau.com/profile/lado.b.sas#!/vizhome/procesamientofinalidep/Presentacinidep?publish=yes>

Para entender más en profundidad cuáles son las variables que tienen una incidencia estadísticamente significativa —es decir, que su relación con los índices de consumo es sistemática a lo largo de toda la muestra—, se implementó un modelo econométrico donde las variables dependientes —o variables explicadas— fueron el ICC y el ICA. Por su parte, las variables independientes —o variables explicativas— fueron distintos identificadores demográficos y

descriptores de la actividad docente. La definición de las variables independientes<sup>2</sup>, así como su impacto sobre los índices de consumo se presentan en la tabla 2.

**Tabla 2.** Nivel de incidencia de variables demográficas y características docentes sobre el consumo cultural y académico.

<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Significancia estadística</b>	<b>Efecto sobre el consumo</b>	<b>Tamaño del impacto</b>
Sexo	1=Hombre 0=Mujer	No	N/A	N/A
<b>Edad</b>	<b>Variable numérica (años)</b>	<b>Sí</b>	<b>Negativo</b>	<b>Bajo</b>
Ha participado en programas de formación	1=Sí 0=No	No	N/A	N/A
Nivel de estudios	1= Maestría o doctorado 0=Pregrado o especialización	No	N/A	N/A
<b>Tiempo dedicado a actividades culturales</b>	<b>Variable numérica (horas)</b>	<b>Sí</b>	<b>Positivo</b>	<b>Medio</b>
<b>Nivel de satisfacción con el tiempo personal dedicado a consumo cultural</b>	<b>Variable ordinal en escala de 1 a 5</b>	<b>Sí</b>	<b>Positivo</b>	<b>Alto</b>

<sup>2</sup> Además de las variables que tienen un efecto significativo sobre el nivel de consumo de contenidos culturales y académicos, se muestran algunas variables que, en principio, se esperaba que tuvieran algún impacto, pero que el modelo econométrico demostró que no lo tuvieron. En el modelo se incluyeron también otras variables de control como el nivel de satisfacción con la actividad docente o la localidad de residencia. Ninguna de estas tuvo efecto significativo. Al no darle valor agregado al análisis, no se resumieron en la tabla 1.

<b>Diversidad en el acceso a contenidos</b>	<b>Variable numérica (número total de canales de acceso a contenidos)</b>	<b>Sí</b>	<b>Positivo</b>	<b>Muy alto</b>
Tiempo dedicado a actividades distintas al consumo cultural	Variable numérica (horas)	No	N/A	N/A

**Fuente:** elaboración propia.

De los resultados expuestos se pueden derivar observaciones concluyentes sobre el consumo cultural y académico de los docentes. La primera de ellas tiene que ver con que no hay diferencias sistemáticas entre el nivel de consumo de los hombres frente al de las mujeres. Como se expuso en el marco conceptual del presente trabajo, las actividades de consumo cultural son intensivas en tiempo, por lo que una de las hipótesis a probar era si existían diferencias significativas en el consumo que fueran explicables por el tiempo dedicado a labores del hogar, lo que afectaría en mayor medida a las mujeres que a los hombres. Sin embargo, los resultados demuestran que esta hipótesis fue rechazada.

Otra de las hipótesis planteadas tenía que ver con el nivel educativo de los docentes. En principio, un mayor nivel educativo está asociado con un mayor capital cultural y, por lo tanto, con una mayor predisposición al consumo de contenidos culturales y académicos. No obstante, los resultados demuestran que este no es el caso de los docentes, pues la variable que indica si el individuo cuenta con título de maestría o doctorado no es significativa. Una conclusión análoga se extrae del hecho de que la variable que indica si el individuo ha participado en programas de formación docente no tiene efecto significativo sobre los índices de consumo.

Por su parte, la edad sí tiene un efecto significativo sobre el nivel de consumo. Los jóvenes tienen un mayor nivel de consumo de contenidos culturales. Adicionalmente, llama la atención el impacto positivo y significativo que tiene la diversidad en los canales de acceso a contenidos culturales y

académicos sobre el nivel de consumo. Estas dos ideas en conjunto refuerzan lo mencionado anteriormente: el mayor nivel de consumo cultural de los jóvenes está asociado a una mayor diversidad de contenidos a su disposición a través de medios digitales.

Por último, cabe destacar que el tiempo dedicado a las actividades culturales tiene un efecto positivo y significativo sobre el nivel de consumo. Aunque esta observación podría parecer obvia, es relevante, puesto que resalta la importancia del tiempo como factor determinante del consumo cultural y académico. Esto se refuerza, a su vez, por el efecto positivo y significativo que tiene el nivel de satisfacción con el tiempo dedicado a actividades culturales, sobre el nivel de consumo.

### Las barreras y las motivaciones al consumo cultural y académico

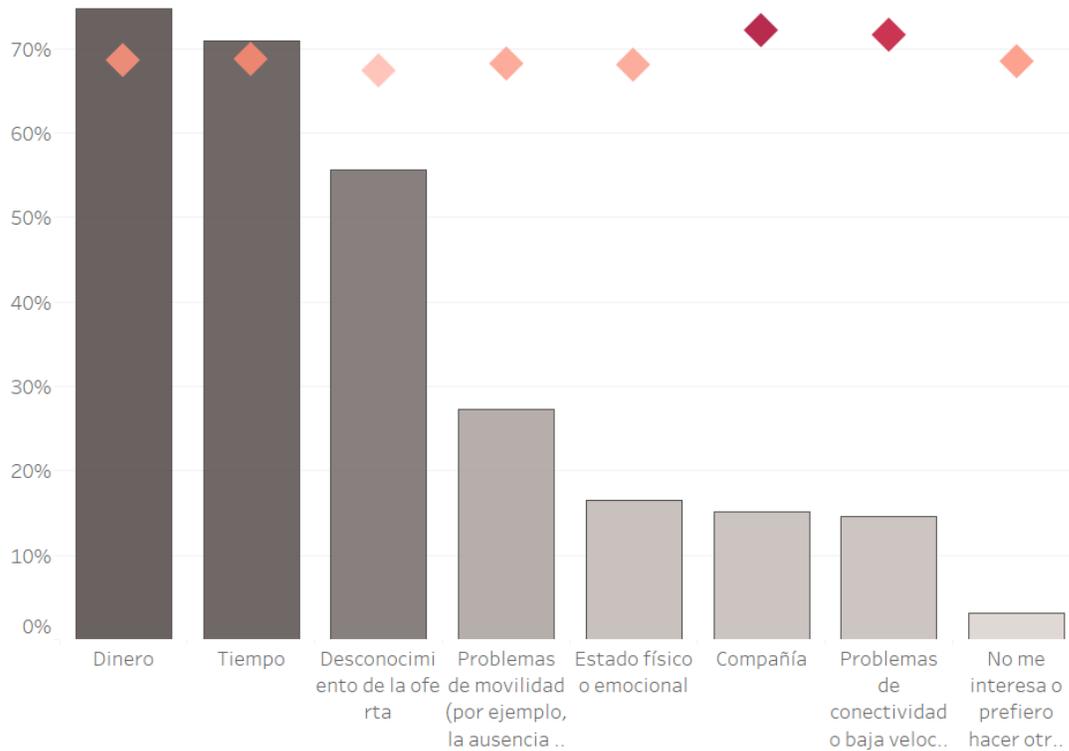
En relación con las barreras y limitaciones al consumo cultural y académico, se observa que la mayoría de los docentes identifican que el dinero y el tiempo son sus principales limitantes. Por su parte, más de la mitad de los docentes identifican que el desconocimiento de la oferta de contenidos culturales es una barrera para su consumo. Las demás barreras por las cuales se indagó no tuvieron una frecuencia comparable con las mencionadas (ver gráfico 2).

Las principales barreras para el consumo cultural y académico que identificaron los participantes en los grupos focales son la falta de dinero, la falta de tiempo y el idioma. Primero los participantes plantearon que no ganan lo suficiente para poder tener un consumo cultural y académico activo. Es por esta razón que el internet se ha convertido en un medio importante de acceso a diferentes productos culturales por su gratuidad. Actividades como ir al teatro, salir a bailar e ir al cine se ven limitadas por la falta de dinero. Muchos argumentaron no tener el tiempo suficiente para tener consumos culturales dentro y fuera del hogar. Finalmente, el idioma es una barrera para acceder a contenidos escritos que los profesores encuentran en internet.

En aras de relacionar las barreras propuestas con el nivel de consumo cultural, en el gráfico 2 se muestra la proporción de docentes que se identifica con cada una de las barreras propuestas y el promedio del ICC y el ICA de dichos docentes. El objetivo de esta visualización es identificar cuáles barreras están asociadas con un nivel de consumo más bajo y, por lo tanto, son un limitante efectivo y estructural para el consumo cultural. En esta misma línea, para evaluar cuáles barreras tienen un efecto negativo y significativo sobre el nivel de consumo, se propuso un modelo econométrico en el que las variables dependientes fueron los índices de consumo —ICC e ICA—, y las variables independientes las barreras por las cuales se indagó. A partir de estos dos ejercicios estadísticos, se identificó que aquellas barreras que tienen un efecto estadísticamente significativo —y negativo— sobre el consumo cultural son el “desconocimiento de la oferta” y “desinterés” (tabla 3).

Esta última observación es interesante y contraintuitiva, pues se concluye que, aunque la mayoría de los docentes identifica que el dinero y el tiempo son barreras para su consumo, estas no son limitantes estructurales —es decir, el índice de consumo de los docentes que se identifican con estas barreras no es más bajo que el de los demás docentes—. En contraste, el desconocimiento de la oferta y el desinterés sí están asociadas con un índice de consumo más bajo —aun cuando es menor la proporción de los docentes que las identifican como una barrera—, y por lo tanto son limitantes estructurales y efectivas del consumo cultural.

**Gráfico 2.** Proporción de los docentes que identifican que la barrera en cuestión limita su consumo cultural y académico (barras) y promedio de los índices de consumo cultural y de consumo académico (rombos).



**Fuente:** elaboración propia.

**Tabla 3.** Impacto de las barreras y limitaciones sobre los índices de consumo cultural y académico

<b>Barrera</b>	<b>Significancia estadística</b>	<b>Tamaño del impacto</b>
Tiempo	No	N/A
Dinero	No	N/A
<b>Compañía</b>	<b>Sí</b>	<b>Bajo</b>
Estado físico o emocional	No	N/A

Problemas de conectividad	No	N/A
<b>Desconocimiento de la oferta</b>	<b>Sí</b>	<b>Alto</b>
<b>Desinterés</b>	<b>Sí</b>	<b>Alto</b>
Problemas de movilidad	No	N/A

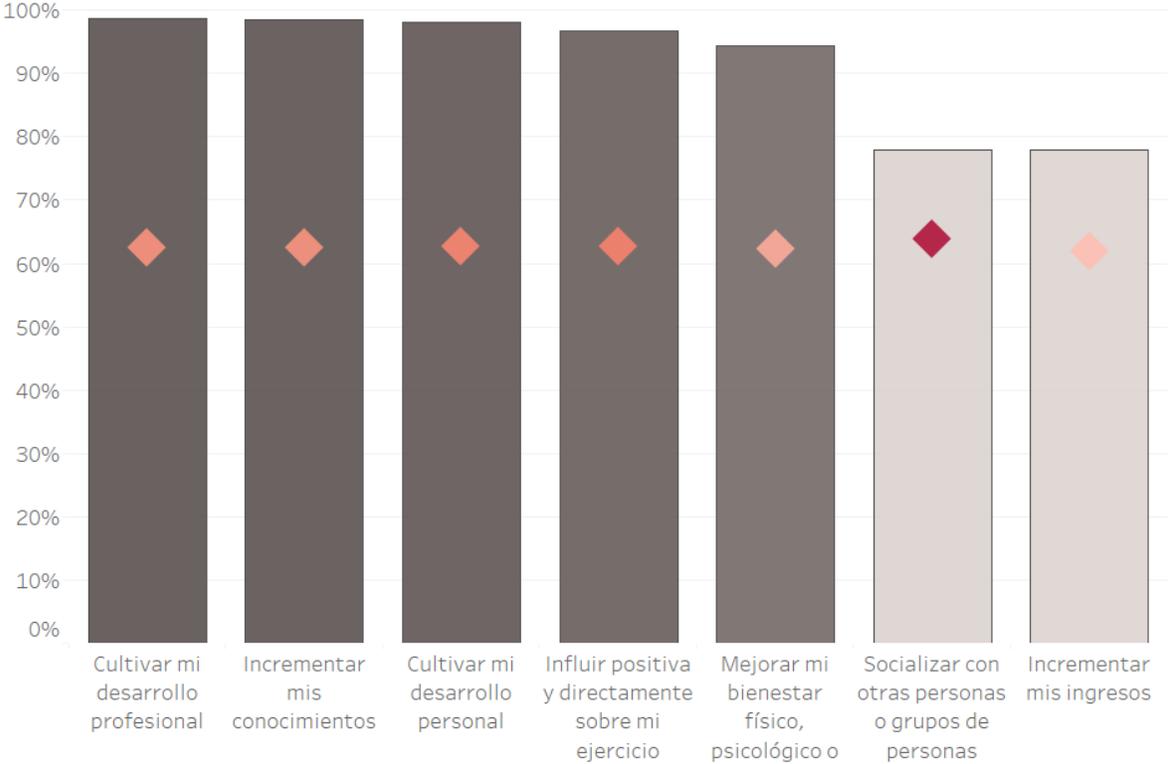
**Fuente:** elaboración propia.

Para las motivaciones al consumo, se plantea un análisis similar al propuesto para las limitaciones. En el gráfico 3 se observa que casi la totalidad de los docentes identifica que cultivar su desarrollo personal y profesional son los principales móviles para su consumo cultural y académico. A diferencia de lo observado en el gráfico 2, donde hay una alta heterogeneidad entre los docentes que se identifican con las barreras propuestas, en el gráfico 3 se evidencia que la proporción de la población que se identifica con cada una de las motivaciones propuestas está más uniformemente distribuida. Se observa también que la motivación que se corresponde con un mayor índice de consumo es “socializar con otras personas o grupos de personas”. Esta motivación presumiblemente está asociada al consumo de actividades culturales fuera del hogar.

En los grupos focales los participantes plantearon que la mayoría consumen contenidos culturales en compañía de otras personas. Leen libros que recomiendan colegas, escuchan música, van a cine, o teatro con amigos o familiares. Tan solo una persona dijo asistir a eventos y ver películas sin compañía. Es decir, el consumo cultural es una actividad colectiva y esto resalta la importancia de las redes de consumidores sobre el nivel del consumo cultural y la selección de contenidos. En los grupos focales los participantes resaltaron la importancia que tienen las recomendaciones de contenidos por parte de amigos, o en muchos casos ven su consumo condicionado por los intereses de algunos miembros de su familia. Por ejemplo, algunas madres y padres tienden a conocer y apropiarse los contenidos culturales que interesan a sus hijos.

Respecto a las demás motivaciones, gráficamente no se observa una diferencia acentuada entre el índice de consumo cultural de quienes se identifican con cada motivación. No obstante, al correr el modelo econométrico de las motivaciones sobre los índices de consumo, se observa que las variables que tienen un impacto estadísticamente significativo sobre el consumo son “socializar con otras personas”, “cultivar el desarrollo personal” e “incrementar los conocimientos” (tabla 4). Estas mismas motivaciones se hicieron evidentes en las sesiones de los grupos focales.

**Gráfico 3.** Proporción de los docentes que identifican que la motivación en cuestión estimula su consumo cultural y académico (barras) y promedio de los índices de consumo cultural y de consumo académico (rombos).



**Fuente:** elaboración propia.

**Tabla 4.** Motivaciones estadísticamente significativas sobre los índices de consumo cultural y académico.

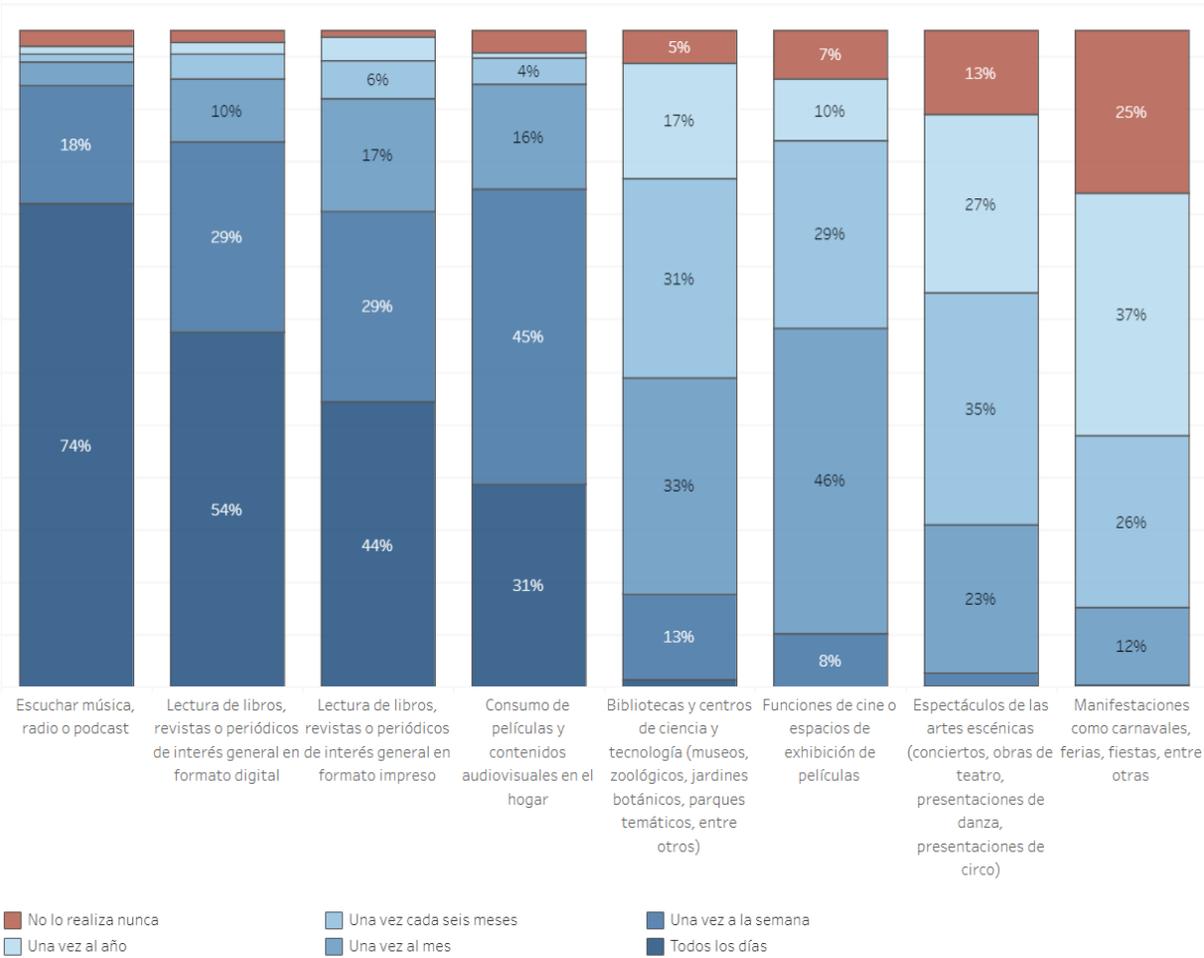
<b>Motivaciones</b>	<b>Significancia</b>	<b>Tamaño del impacto</b>
<b>Socializar con otras personas</b>	<b>Sí</b>	<b>Medio</b>
Influir sobre el ejercicio docente	No	N/A
<b>Cultivar desarrollo personal</b>	<b>Sí</b>	<b>Alto</b>
Cultivar desarrollo profesional	No	N/A
<b>Incrementar conocimientos</b>	<b>Sí</b>	<b>Alto</b>
Mejorar bienestar	No	N/A
Incrementar ingresos	No	N/A

**Fuente:** elaboración propia.

Estructura del consumo cultural y académico: diversidad, frecuencia y preferencias de los contenidos

Las observaciones presentadas se complementan ahora con una descripción sobre la frecuencia y las preferencias del consumo de contenidos culturales y académicos de los docentes.

**Gráfico 4.** Estructura del consumo de contenidos culturales.



**Fuente:** elaboración propia.

En el gráfico 4 se observa que la actividad de consumo con mayor concurrencia es la escucha de música, radio o podcast: apenas el 2% no lo realiza nunca. Además de esta actividad, en general, la gran mayoría de los docentes consumen contenidos asociados con actividades dentro del hogar: lectura de libros en formato digital o impreso y consumo de películas o contenidos audiovisuales en el hogar. Las principales diferencias entre estas modalidades de consumo radican en su frecuencia de realización: tres cuartas partes de los docentes escuchan música, radio o podcast todos los días, mientras que cerca de la mitad lee libros, revistas o periódicos diariamente, y menos de la tercera parte consume contenidos audiovisuales con esta frecuencia.

De estas observaciones se deducen dos hallazgos: el primero es que no hay diferencias sistemáticas, ni en la decisión ni en la frecuencia de consumo de contenidos escritos en formato físico o en formato digital. Esta observación tiene implicaciones sobre las preferencias de los docentes por los formatos en que están los contenidos y publicaciones del IDEP, tema que se abarca en la siguiente sección de este capítulo. La segunda observación tiene que ver con que el alto consumo de música, radio y *podcast* está relacionado con que esta es la única actividad de consumo cultural que no es intensiva en tiempo, ya que no es excluyente de la realización de otro tipo de actividades, bien sea laborales, de consumo cultural o de otra naturaleza.

Los docentes que participaron en los grupos focales prefieren los libros impresos porque pueden subrayarlos y consideran que es más fácil su lectura. Sin embargo, plantean que los costos de los libros en Colombia son demasiado altos, por lo cual se ven obligados a descargar por internet los textos que les interesan. Otra razón para la descarga es la poca circulación de algunos títulos en el mercado nacional. Esta práctica ha llevado a que los docentes lean en sus teléfonos inteligentes, tabletas y computadores. Unos plantearon que imprimen el libro digital para poderlo subrayar.

En cuanto a las películas y series, los docentes que participaron en los grupos focales plantean que no ven televisión en los canales nacionales; solo están atentos a las noticias para mantenerse informados. Aunque la mayoría de ellos está suscrito al servicio de Netflix, donde ven series y películas; un tercio de los entrevistados considera que este servicio es costoso y por lo tanto no lo utilizan. La música grabada se destaca entre los consumos culturales privilegiados por los profesores que participaron en el grupo focal. Muchos de ellos están suscritos a plataformas digitales, o coleccionan música en formato MP3. La música predilecta es la salsa, que va asociada al baile, una de las actividades preferidas de los docentes, para algunos como ejercicio y para otros como diversión, aunque no todos realizan con regularidad esta actividad.

La contracara de lo mencionado en los dos párrafos anteriores es la baja intensidad de consumo de contenidos y actividades culturales fuera del hogar: aunque el 95% de los docentes reporta visitar

bibliotecas y centros de ciencia, apenas el 13% lo hace más de una vez al mes. Un comportamiento análogo se observa sobre el consumo de contenidos audiovisuales en espacios de exhibición y el consumo de espectáculos de las artes escénicas. Este comportamiento puede estar asociado, o bien con la falta de compañía o el desconocimiento de la oferta —que, como se observó, son las barreras que más limitan el consumo cultural. Aun cuando el tiempo y el dinero son las barreras con las que se identifica la mayor parte de los docentes, estas no están asociadas a un índice de consumo cultural más bajo, lo que sí pasa con el desconocimiento de la oferta y la falta de compañía—, o bien con los costos asociados a realizar estas actividades —tanto en inversión de tiempo como en costos de transporte y de entradas a eventos—.

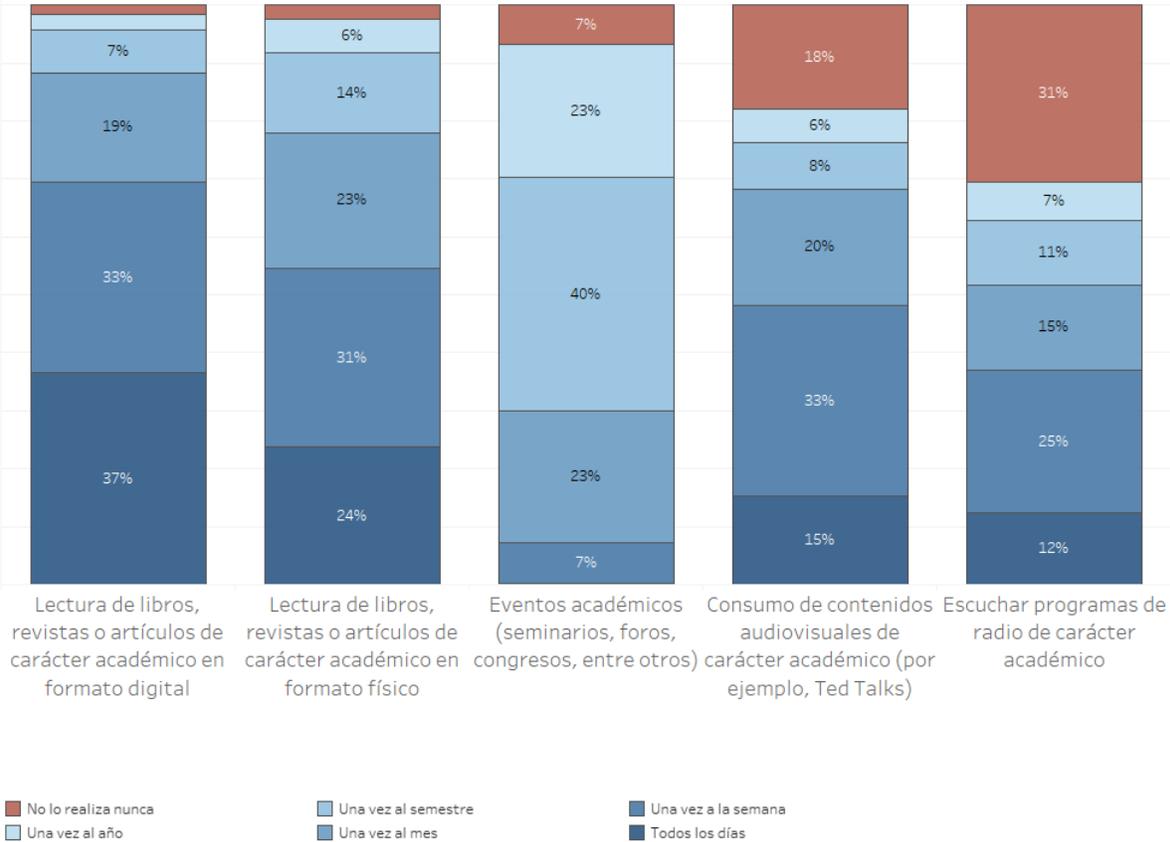
La investigación cualitativa nos da algunas luces sobre estos aspectos. Los docentes entrevistados no van con frecuencia a las salas de cine, creen que son costosas, no presentan los contenidos que les interesan, y prefieren realizar otras actividades. Otro de los consumos destacados que salió en las conversaciones fue el teatro. Sin embargo, consideran que es costoso y por lo tanto no pueden asistir con la frecuencia que desean.

Los docentes que participaron en los grupos focales reconocen que les gustaría viajar más dentro y fuera del país. Sin embargo, plantean que es una actividad costosa para su nivel de ingresos. Además, sus vacaciones se dan al mismo tiempo que la temporada alta y pocas veces pueden encontrar ofertas que les permitan salir de la ciudad.

Finalmente, las caminatas por la ciudad, sin ningún motivo específico, se mencionaron en las conversaciones. A los profesores les gusta caminar por la ciudad, especialmente en sectores como el centro y La Soledad. Estas caminatas las realizan como entretenimiento, más que como ejercicio.

Por último, la actividad de consumo cultural de menor acogida entre los docentes es la asistencia a manifestaciones patrimoniales: aunque tres cuartas partes del total de docentes consume estas actividades, más del 60% lo hace menos de dos veces al año.

**Gráfico 5.** Estructura del consumo de contenidos académicos.



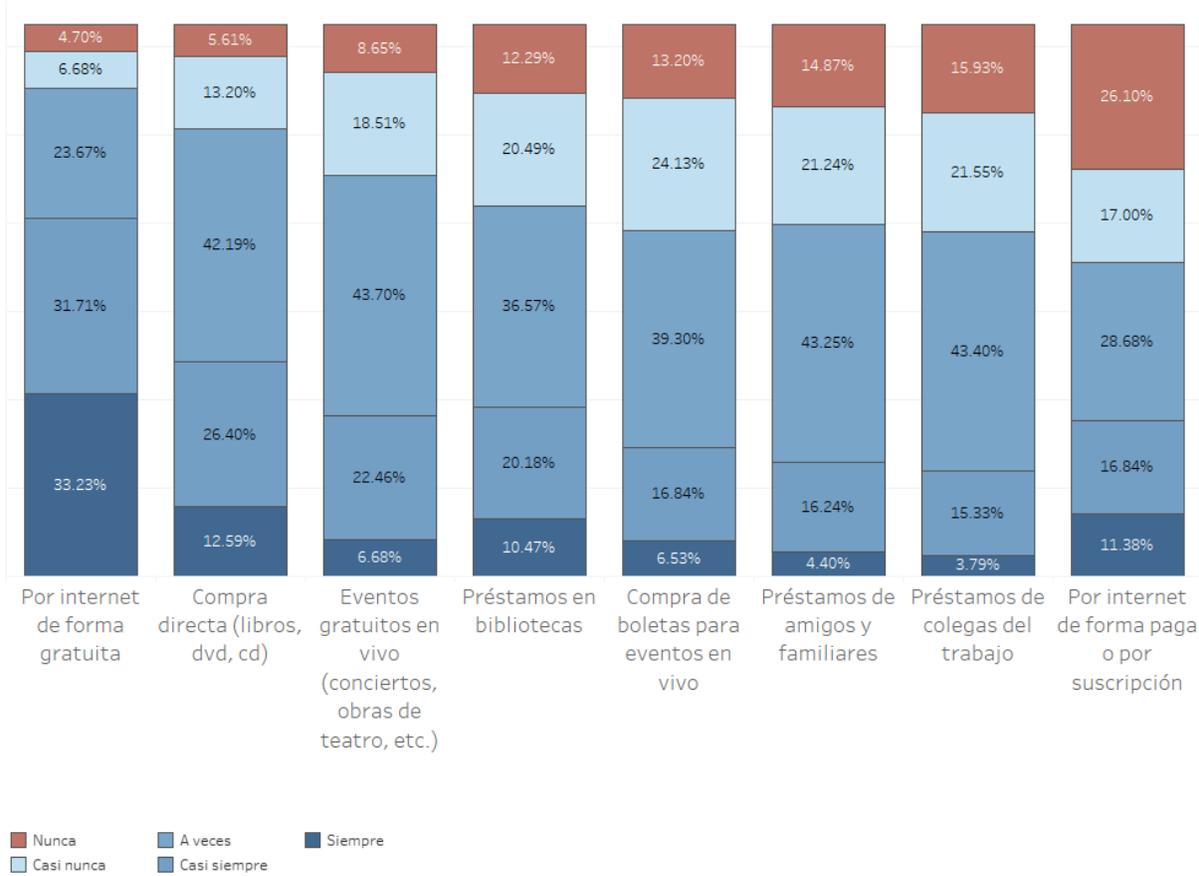
**Fuente:** elaboración propia.

La estructura del consumo académico de los docentes es muy similar a la del consumo cultural. Se destaca la lectura de contenidos académicos en formato físico y en formato digital, pues prácticamente todos los docentes lo hacen —aunque con una frecuencia más baja que la lectura de contenidos de interés general—; adicionalmente, se perfila una leve preferencia del soporte digital sobre el soporte físico, aunque esta no es del todo concluyente. En los grupos focales los entrevistados plantearon que es mas fácil conseguir los libros académicos que les interesan vía internet, ya que no están disponibles en el mercado nacional o resultan muy costosos para su poder adquisitivo —aunque estarían dispuestos a pagar por ellos—. También llama la atención la acogida de los contenidos académicos en formato audiovisual. La única diferencia notable respecto al consumo de contenidos culturales, es la baja frecuencia de consumo de programas de radio o

podcast de carácter académico. No obstante, se considera que este resultado responde a la escasa oferta de dichos contenidos o al desconocimiento de la misma, mas no a las preferencias de la demanda, puesto que en el gráfico 4 queda claro que el consumo de radio y podcast es la actividad de mayor acogida entre los docentes. Varios docentes argumentaron no tener tiempo para consumos culturales y académicos; sin embargo, su tiempo fuera del colegio lo pasan en foros, conferencias y actividades relacionadas con la docencia. Desde este punto de vista, estos docentes utilizan su tiempo libre para el consumo académico.

Para cerrar, en el gráfico 6 se presentan los medios de acceso a contenidos culturales y académicos y la distribución de los docentes de acuerdo con la frecuencia con que recurren a ellos.

**Gráfico 6.** Medios de acceso de los docentes a contenidos culturales y académicos.



**Fuente:** elaboración propia.

En el gráfico 6 se resalta la importancia del acceso gratuito a contenidos en internet y la compra directa como los principales canales de acceso a contenidos. Ambos canales están correlacionados con el consumo de contenidos dentro del hogar. En contraste, se destaca el bajo nivel de acceso de los docentes a las suscripciones por internet de forma paga, en comparación con los otros canales de acceso. Esto último puede estar relacionado con el desconocimiento de esa oferta, o con la ausencia de hábitos para adquirir contenidos a través de dicho canal. Se considera que estas dos explicaciones son las más plausibles, puesto que, por un lado, anteriormente se observó que los docentes no tienen preferencias marcadas de consumo de contenidos en formato físico sobre el formato digital; por otro lado, la compra directa es el segundo medio de acceso más concurrido — reforzando la idea ya mencionada de que el costo de adquisición de los contenidos no es un limitante estructural de las decisiones de consumo—, y por lo tanto no es el precio la principal limitación para acceder a suscripciones por internet. En los grupos focales los docentes participantes plantearon que destinan parte de sus ingresos a la compra de libros a pesar de considerar que son muy costosos. La mayoría de ellos no tiene suscripciones a servicios de música o podcast ya que los consideran innecesarios.

En la presentación interactiva de los resultados de la encuesta puede evaluarse la estructura del consumo, tanto cultural como académico para distintos cruces sociodemográficos de la muestra, por ejemplo, por edad, por nivel educativo o por área de enseñanza. Dichos cruces no se discuten en esta sección, pues los principales hallazgos se presentan de manera resumida en los perfiles de consumidores identificados, lo cual se expone más adelante.

### Perfiles de los docentes de Bogotá como consumidores culturales y académicos

Con base en las decisiones y la frecuencia de consumo cultural y académico de los docentes, se realizó un análisis estadístico para identificar posibles clústeres de consumidores claramente diferenciables entre sí. Con el procedimiento se buscó un número estable de clústeres en los cuales se pudieran clasificar a todos los docentes encuestados y cuyo perfil como consumidores fuera en

esencia distinto. En total, se identificaron cinco grupos, los cuales se presentan y describen a continuación.

***Grupo 1. Docentes con bajo nivel de consumo cultural y académico en general, pero que prefieren consumir contenidos dentro del hogar***

En este grupo se encuentra la menor parte de los docentes: apenas el 5% de la muestra. Tienen el ICC y el ICA más bajo: 30% y 17%, respectivamente. Pese a su bajo nivel de consumo, se identifican con los contenidos dentro del hogar: consumen contenidos audiovisuales, escuchan podcast y ocasionalmente leen en formato físico —su preferencia sobre el formato digital es marcada—. Aunque la mayoría de quienes componen este grupo son menores de 40 años, no hay una tendencia demográfica particular, pues su distribución se ajusta a la distribución del total de la muestra. Lo que sí llama la atención es que en este grupo predominan los profesores de primaria —40% del total de quienes componen el grupo—.

***Grupo 2. Docentes que son consumidores frecuentes de contenidos dentro del hogar y consumidores esporádicos de contenidos y actividades fuera del hogar***

En este grupo se encuentra la mayoría de los docentes —29% de la muestra—. Su ICC e ICA promedio son de 60% y 40%, respectivamente. Aunque los docentes de este grupo presentan un nivel relativamente alto de consumo cultural, esto se explica fundamentalmente por su consumo de contenidos dentro del hogar: aunque también consumen contenidos y actividades fuera del hogar, lo hacen muy ocasionalmente. Los docentes de este grupo, que son lectores frecuentes, no presentan preferencias de consumo en soporte físico o en soporte digital. Vale la pena resaltar que en este grupo tiene mayor representación los docentes de múltiples áreas y los de ciencias naturales —44% del total—, así como los menores 50 años —75% del total—.

**Grupo 3.** *Consumidores omnívoros: consumen con alta frecuencia contenidos y actividades culturales y académicas tanto dentro como fuera del hogar*

Los docentes clasificados en este grupo son los más ávidos consumidores de contenidos culturales y académicos. Representan el 28% del total de los docentes y su ICC promedio es del 80%, notablemente más alto que el promedio del total de la muestra —62%—. Aunque consumen diversos contenidos y actividades culturales, se destacan por leer en su mayoría todos los días —tanto en formato físico como en digital—, y por su alto consumo de contenidos audiovisuales en el hogar. Aunque también consumen contenidos y actividades fuera del hogar, lo hacen ocasionalmente y con una frecuencia mucho menor que la frecuencia con que consumen contenidos dentro del hogar. Los docentes de este grupo son en su mayoría de ciencias sociales o lenguaje —la tercera parte del total—, y el 60% del total corresponde a docentes menores de 50 años. También llama la atención que la mayoría —cerca del 30%— son docentes de secundaria y de media.

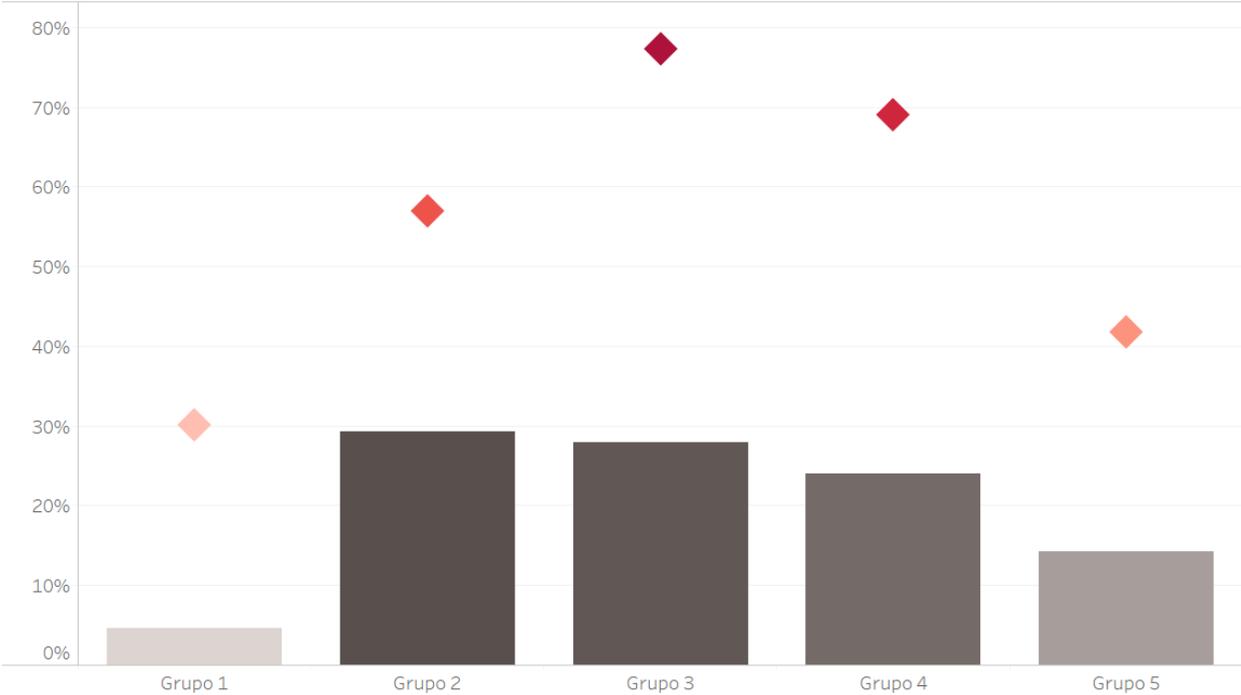
**Grupo 4.** *Consumidores esporádicos de contenidos culturales diversos, tanto dentro como fuera del hogar*

Aunque comparten con los docentes del grupo 3 que también son consumidores omnívoros, su frecuencia de consumo es notablemente menor. En este grupo se identifica el 23% del total de docentes y su ICC promedio es de 70%. En este grupo se destacan, nuevamente, los docentes de secundaria y de media —27%—. Respecto a las demás variables demográficas, no se identifica un patrón claro, puesto que su distribución replica la distribución total de la muestra.

**Grupo 5.** *Docentes con bajo nivel de consumo cultural y académico en general, pero que prefieren el consumo de contenidos fuera del hogar*

Representan el 14% del total de los docentes y su ICC promedio es de 40%. Aunque tienen un bajo nivel de consumo cultural, al igual que los integrantes del grupo 1, los docentes que conforman este grupo se caracterizan porque tienden a consumir más contenidos fuera del hogar. Aunque también reportan consumir contenidos dentro del hogar, lo hacen con una frecuencia mucho más baja que los integrantes de los demás grupos de consumidores. La actividad que más realizan fuera del hogar es asistir a bibliotecas y centros de ciencia —esta actividad la realiza por lo menos una vez al año el 85% de quienes se identifican en este grupo—. La mayoría de los docentes que conforman este grupo son docentes de primaria —28% del total—.

**Gráfico 7.** Distribución de la muestra de docentes por grupo de consumidores (barras) e ICC promedio de cada grupo (rombos).



**Fuente:** elaboración propia.

La descripción de los grupos de consumidores permite contar con un panorama del comportamiento de los docentes de Bogotá como consumidores culturales. En el próximo capítulo el énfasis se centra en la relación de los docentes con los contenidos del IDEP.

### *El consumo cultural y la localidad de los docentes de Bogotá*

Una de las preguntas de investigación de este trabajo tenía que ver con la influencia de la localidad de los docentes sobre el comportamiento de estos como consumidores culturales. Esta hipótesis se respaldó en diversos canales a través de los cuales se podría manifestar dicha influencia. Uno de estos es que las localidades en las que hubiera mayor oferta de actividades y servicios culturales —salas de cine, espacios de música en vivo, entre otros— podrían estar asociadas a docentes con un mayor nivel de consumo. Adicionalmente, podría pensarse que los tiempos de transporte de los docentes que viven en localidades distintas a la que laboran, podrían verse reflejados en un menor nivel de consumo cultural, puesto que los tiempos de transporte reducirían el margen del tiempo disponible para realizar estas actividades.

Ambas hipótesis se tuvieron en cuenta en el análisis estadístico de los resultados de la encuesta. No obstante, los resultados no fueron concluyentes. En primer lugar, en el modelo econométrico presentado anteriormente, se incluyó una variable dicótoma que indicaba si el docente vivía en una localidad distinta a la de su institución educativa, para evaluar su impacto sobre los indicadores de consumo; sin embargo, esta variable no resultó ser estadísticamente significativa.

Adicionalmente, se generaron estadísticas descriptivas sobre el ICC y el ICA promedio de los docentes, tanto por localidad de residencia, como por localidad de la institución educativa en la que labora. Este ejercicio arrojó resultados sugestivos, como que el ICC promedio más alto lo tienen los docentes que residen en la localidad de Chapinero, y que el ICC más bajo lo tienen los docentes que residen en Ciudad Bolívar y en Bosa. Sin embargo, estos resultados presentan un coeficiente de variabilidad muy alto: apenas el 1% de los docentes reside en la localidad de Chapinero. Sumado a lo anterior, el índice de consumo promedio entre localidades presenta una baja desviación respecto a la media general. Por estos motivos, se concluye que la localidad de

los docentes no tiene un efecto significativo no robusto sobre su comportamiento como consumidores culturales y académicos.

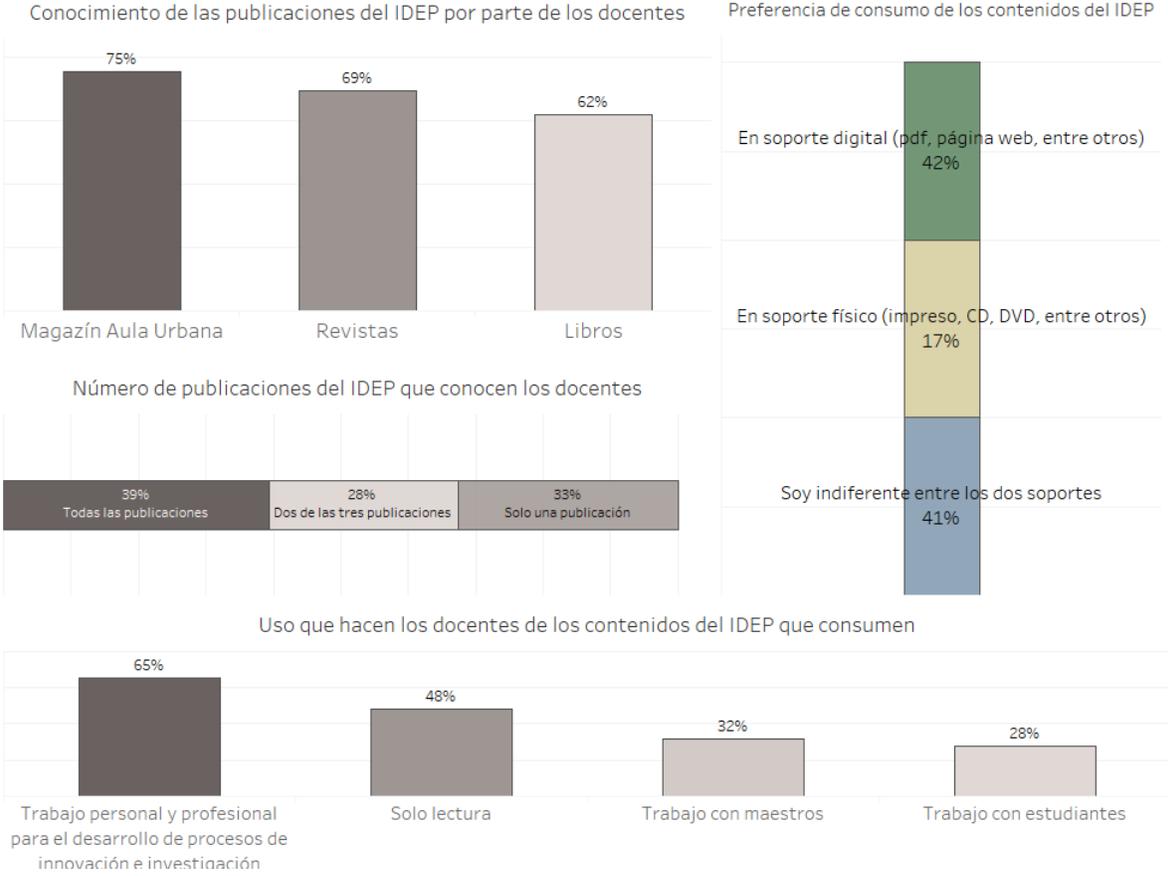
## La interacción de los docentes con los contenidos y publicaciones del IDEP y el perfil de los consumidores

En este apartado, los hallazgos y análisis presentados anteriormente se contextualizan y relacionan con los contenidos y publicaciones del IDEP. El objetivo es describir cuál es la naturaleza de la interacción de los docentes con las publicaciones del instituto, su percepción y, por último, las diferencias en la relación con los contenidos del IDEP de los perfiles identificados al final del capítulo anterior.

El primer aspecto a resaltar es que el 36% de los docentes encuestados reporta conocer la oferta de contenidos del IDEP. Dentro de esta proporción de la población docente, la publicación más conocida es el *Magazín Aula Urbana*, seguido por la revista *Educación y Ciudad* y por los libros. Llama la atención igualmente la baja proporción de la muestra que prefiere consumir los contenidos del IDEP en formato físico que en formato digital —únicamente el 17% de la muestra—. Esto contrasta, como se mencionó en el documento *Revisión, análisis y delimitación de los contenidos y comunicaciones generados por el IDEP*, con la proporción de la muestra encuestada en la Feria del Libro de Bogotá del año 2018 por el IDEP, que hizo explícita esta preferencia. En dicha medición esta proporción correspondió al 50% de la muestra.

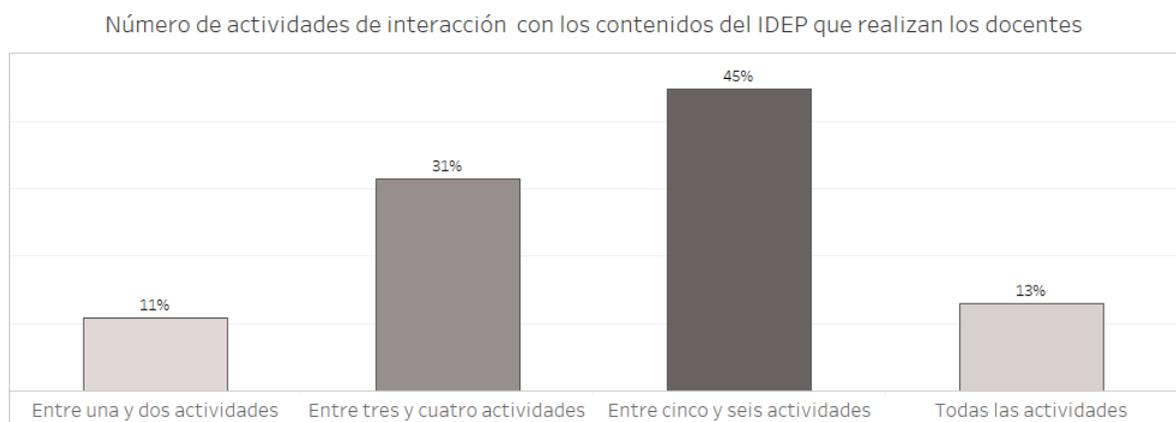
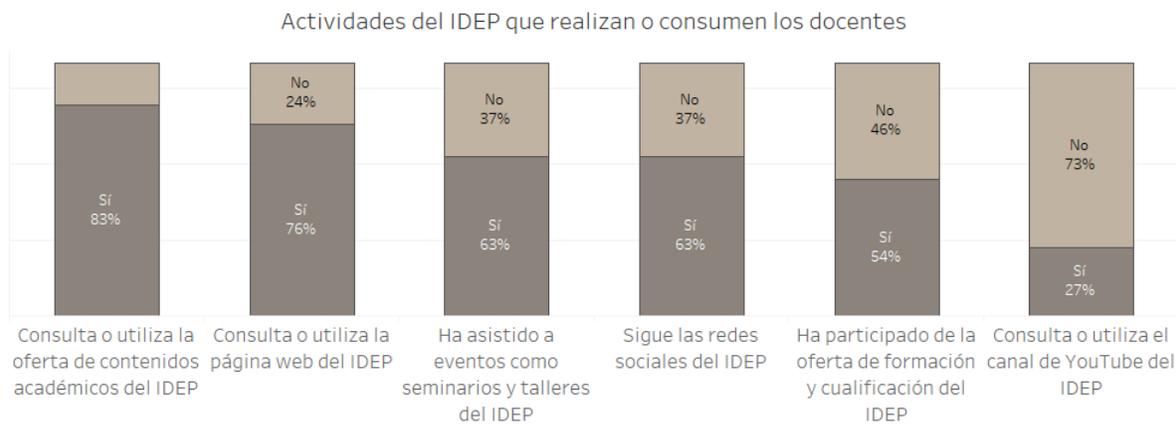
Complementariamente, la mayoría de los consumidores —65%— señalan que los contenidos del IDEP que consumen los usan para trabajo personal y profesional y para el desarrollo de procesos de innovación. Se destaca también que la mitad de la muestra usa estos contenidos únicamente para su lectura, mientras que apenas una baja proporción de la muestra usa estos contenidos para el trabajo con estudiantes. Estos resultados son consistentes con el objetivo y la naturaleza de las publicaciones del IDEP.

**Gráfico 8.** Conocimiento de las publicaciones, preferencias de consumo y uso de las publicaciones del IDEP por parte de los docentes.



**Fuente:** elaboración propia.

**Gráfico 9.** Interacción de los docentes con los contenidos, publicaciones y actividades del IDEP.



**Fuente:** elaboración propia.

Para cerrar este capítulo, se describe la estructura de la descarga y consumo de los contenidos en línea del IDEP. En el documento *Revisión, análisis y delimitación de los contenidos y comunicaciones generados por el IDEP*, que hizo parte de este trabajo, se expuso el nivel de concentración de las descargas de las publicaciones del IDEP para el año 2018. Este nivel de concentración se estudió en dos sentidos. El primero corresponde a cómo se distribuía el total de las descargas entre las publicaciones del IDEP: *Magazín Aula Urbana*, revista *Educación y ciudad* y los libros; y el segundo, a cuáles artículos y publicaciones específicas dan razón las descargas de cada publicación. Ese análisis se resume a continuación, y se extiende para los datos de descargas para el periodo comprendido entre julio del 2018 y junio del 2019.

En el documento mencionado se encontró que la publicación con más acogida entre los consumidores de contenidos en línea del IDEP es la revista *Educación y Ciudad*, que concentró el 59% de las descargas de artículos a lo largo del 2018. En segundo lugar, se encontraron los libros, que abarcaron el 28% del total de descargas, y, por último, el Magazín Aula Urbana, donde se concentró el 12% del total de descargas. Como se muestra en la tabla 4, la estructura de la descarga y consumo cambió en los últimos meses, puesto que, si bien el orden de preferencia de las publicaciones sigue siendo el mismo, la concentración de las descargas de la revista *Educación y ciudad* bajó al 54%, y la concentración de las descargas del *Magazín Aula Urbana* aumentó 7 puntos porcentuales, para ubicarse en el 35% del total de descargas. La proporción del total de descargas correspondiente a los libros se mantuvo estable en 11%. Como se mencionó anteriormente, el *Magazín Aula Urbana* es la publicación más conocida entre quienes conocen los contenidos del IDEP; no obstante, a pesar de ser la más posicionada entre los docentes, esta publicación presenta un número mucho menor de descargas que la revista *Educación y ciudad*.

**Tabla 5.** Resumen de descargas de publicaciones del IDEP en el último año (julio del 2018 a junio del 2019).

<b>Publicación</b>	<b>Proporción en el total de descargas del último año</b>
Libros	11%
<i>Magazín Aula Urbana</i>	35%
Revista <i>Educación y ciudad</i>	54%

**Fuente:** elaboración propia.

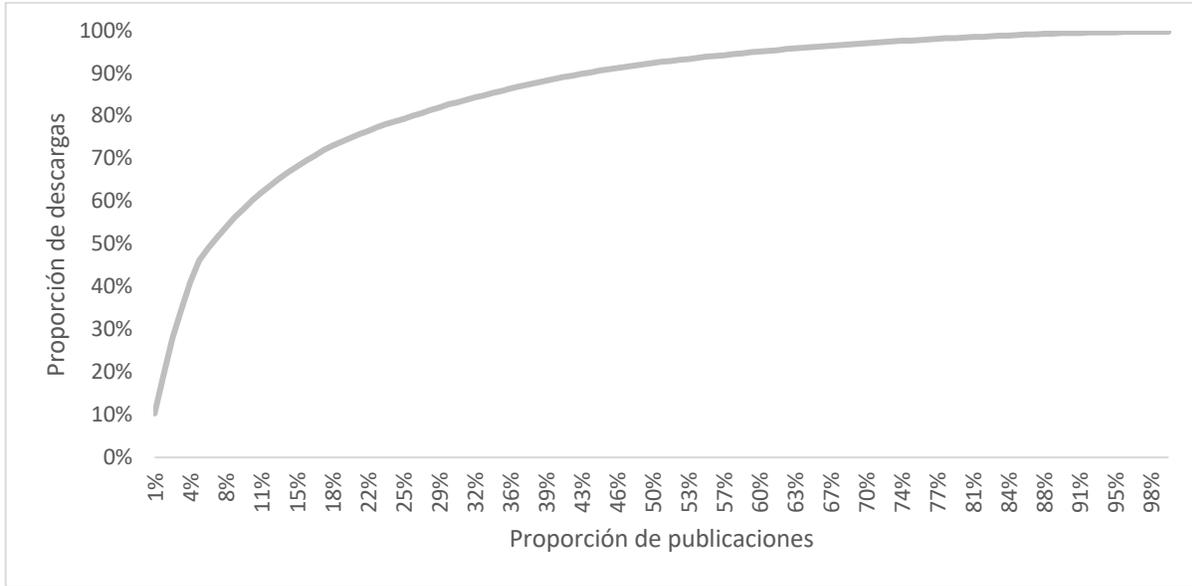
Por su parte, en las gráficas 10 a 12 se muestra la concentración de la proporción de descargas en función de la proporción de publicaciones. Allí se observa que la estructura de las descargas de las publicaciones del IDEP es muy similar entre sí, y que esta se encuentra altamente concentrada. Tanto en la revista *Educación y ciudad*, como en el *Magazín Aula Urbana*, el 6% de los artículos

concentra el 60% del total de descargas. Esta concentración, aunque es menos aguda, se replica en los libros, donde el 6% de los libros más descargados concentra el 50% del total de libros descargados.

Estas observaciones son consistentes con los resultados obtenidos para el análisis de las descargas de publicaciones para el año 2018. En este análisis se obtuvo que, para la revista *Educación y ciudad*, el 6% de los artículos concentró el 58% del total de descargas, mientras que, para el *Magazín Aula Urbana*, fue el 11% de las publicaciones las que concentraron el 60% del total de descargas. Es decir, en lo que va corrido de este año, aumentó la concentración de las descargas del *Magazín Aula Urbana* en menos artículos, y este aumento de descargas se ha visto reflejado en un aumento en la participación de este Magazín sobre el total de descargas de publicaciones del IDEP. Por último, se evidenció que el 17% de los libros concentró el 50% de las descargas, luego también en los libros, como en el *Magazín Aula Urbana*, la concentración de las descargas aumentó, mientras que en la revista *Educación y ciudad* este indicador se mantuvo estable.

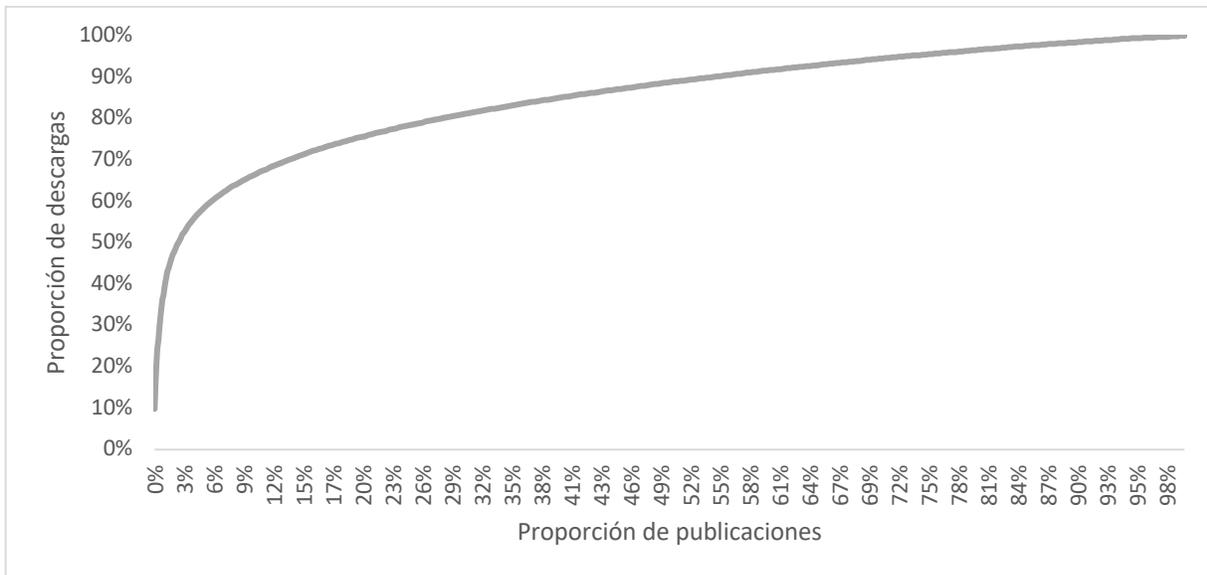
Investigaciones futuras deberán considerar una ventana más amplia de tiempo para evaluar la estructura de la descarga en línea de las publicaciones del IDEP a mediano y a largo plazo. De la misma manera, deberá indagarse sobre la estacionalidad del consumo y las descargas para periodos de tiempo más específicos —por ejemplo, vacaciones o periodos pico de carga laboral, entre otros— y profundizar en el perfil de preferencias de los docentes del sector público de Bogotá sobre las temáticas culturales y académicas que son de su interés.

**Gráfico 10.** Concentración de las descargas y el consumo en línea de los libros del IDEP: periodo comprendido entre julio del 2018 y junio del 2019.



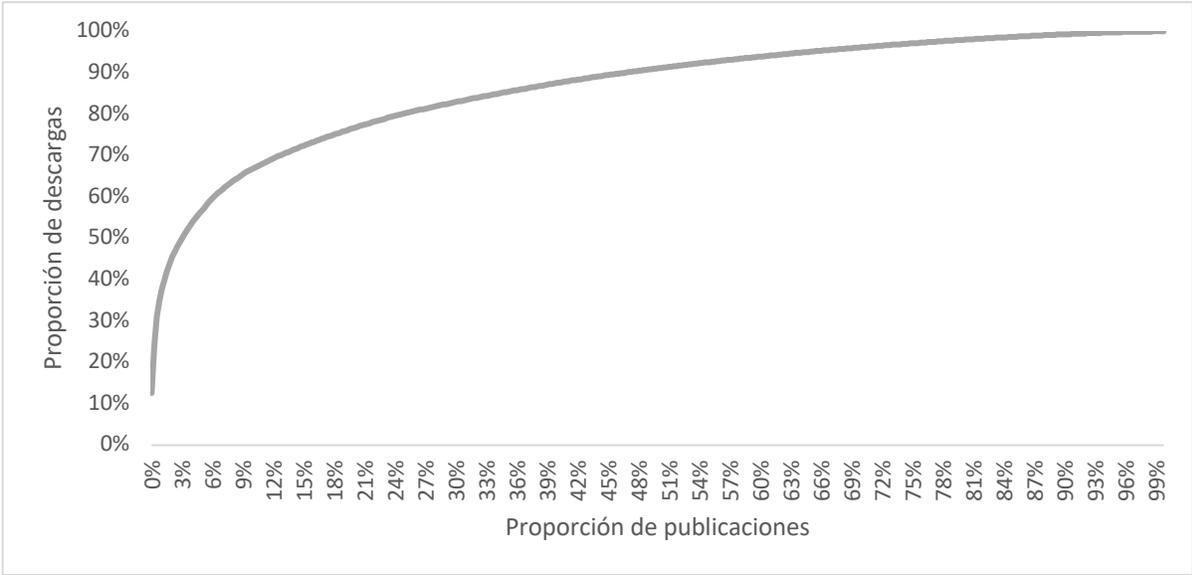
**Fuente:** elaboración propia.

**Gráfico 11.** Concentración de las descargas y el consumo en línea de los artículos del *Magazín Aula Urbana* del IDEP: periodo comprendido entre julio del 2018 y junio del 2019.



**Fuente:** elaboración propia.

**Gráfico 12.** Concentración de las descargas y el consumo en línea de los artículos de la Revista *Educación y ciudad* del IDEP: periodo comprendido entre julio del 2018 y junio del 2019.



**Fuente:** elaboración propia.

**Recomendaciones**

- Aunque solo el 36% de los docentes conoce los contenidos del IDEP, al evaluar este indicador por los grupos de consumidores identificados, se encuentra que en el grupo 3 “Consumidores omnívoros: consumen con alta frecuencia contenidos y actividades culturales y académicas tanto dentro como fuera del hogar”, más del 50% de los docentes conoce e interactúa con los contenidos del IDEP. Es posible concluir que los docentes que conforman este grupo son los demandantes y la principal población objetivo de las publicaciones del instituto. Este grupo se caracteriza porque de él hacen parte, en su mayoría, docentes menores de 50 años que imparten clases de ciencias sociales y de lenguaje y los docentes de secundaria y de educación media. Este subconjunto de la población no tiene preferencias sobre el soporte de consumo de contenidos escritos, ya que consumen tanto contenidos digitales como físicos. Las temáticas y la naturaleza de las publicaciones futuras del IDEP deberán tener en cuenta estas características para alcanzar un mayor impacto en la población docente.

- En general, los docentes del distrito no tienen preferencias sobre el formato de las publicaciones —leen libros digitales y físicos sin distinción— por lo que se recomienda mantener las dos opciones. Sin embargo, es necesario mantener la gratuidad de las publicaciones. Al mismo tiempo es necesario rediseñar la página web del IDEP para que invite a los docentes a bajar las publicaciones ya que, en su diseño actual, al usuario le es muy difícil encontrar los libros.
- Se propone adelantar una clasificación más detallada de las publicaciones del IDEP en su portal en línea, construyendo un índice analítico de fácil lectura y navegación, con dos propósitos: el primero, ser más amigables con el usuario y facilitarle la búsqueda y consecución de las publicaciones e investigaciones que son de su interés. También las publicaciones digitales deben ser clasificadas con un sistema de metadatos —*tags*— que permitan al usuario encontrar sus temas de interés de manera expedita. El segundo propósito, poder replicar ejercicios cuantitativos, como el presentado en este documento, para tener trazabilidad de los resultados en el tiempo y elaborar diagnósticos precisos sobre la evolución del consumo de los contenidos del IDEP. En cuanto a las publicaciones en formato físico, con el objetivo de fomentar tanto el consumo como la visibilidad de las publicaciones entre quienes prefieren el papel, se hace necesario ampliar y fortalecer las dinámicas de circulación de las revistas en las instituciones educativas distritales, para que alcancen a un mayor número de docentes.
- La mayoría de los docentes que conocen los contenidos del IDEP interactúan con estos a través de múltiples canales, y adicionalmente reportan hacer uso efectivo de dichas publicaciones para su trabajo docente e investigativo. El único medio de interacción subutilizado del IDEP es el canal de YouTube, pues muy pocos docentes lo usan. Sin embargo, la encuesta demuestra un interés por los documentales y YouTube tiene el potencial de convertirse en uno de los canales de difusión de contenidos de mayor importancia del IDEP.

- Se recomienda desarrollar un sistema de métricas y de medición del consumo y la descarga de contenidos y publicaciones más detallado. Lo anterior implica hacer análisis sobre la concentración y la estructura de la descarga de contenidos para periodos de mediano y largo plazo, estudiar la estacionalidad del consumo —es decir, las épocas y fechas de mayor y de menor demanda—, y hacer un análisis sobre la descarga de contenidos que estudie las temáticas de las publicaciones. Este trabajo enriquecerá la identificación de los consumidores de los contenidos del IDEP y podrá hacer más eficiente la interacción con ellos.
- De acuerdo con los hallazgos y las conclusiones, se identifican algunos desafíos para trabajos e investigaciones futuras. Entre estos se encuentra el de aislar en las métricas el efecto de los docentes del sector público de Bogotá y el de los visitantes ajenos a ese entorno, lo que permitiría plantear estrategias para satisfacer las necesidades de ambos grupos, aumentar la visibilidad de las publicaciones del IDEP y las demandas de estas. Adicionalmente, la medición periódica de la percepción de los profesores sobre las publicaciones y su uso puede enriquecer la oferta de contenidos del instituto y atender las necesidades y requerimientos puntuales de la población objetivo.
- Los resultados estadísticos de este trabajo evidencian que existe una relación directa entre el consumo cultural y académico con las actividades de investigación y generación de contenidos. Esto indica que el canal más directo para propiciar la investigación e innovación es fomentar el consumo de contenidos culturales y académicos entre los docentes.
- Como se mencionó en el documento, una de las principales motivaciones para consumir contenidos culturales y académicos es socializar con otras personas o grupos de personas. Se concluye que, para propiciar el consumo de contenidos, el IDEP puede fomentar y propiciar los espacios de interacción docente como congresos, foros, seminarios, entre otros, orientados a compartir experiencias y a propiciar la circulación de contenidos culturales y académicos entre los docentes.

- A lo largo del documento se expuso que hay distintos perfiles de consumidores culturales y académicos. En vista de que la relación e interacción de estos perfiles con los contenidos del IDEP son de distinta naturaleza, se recomienda el diseño, por un lado, de estrategias de difusión, y por otro, de incentivos a la innovación, que se adapten dichos perfiles: los docentes más jóvenes prefieren el consumo cultural por encima del consumo académico, luego la oferta de contenidos hacia este segmento de la población debe privilegiar los contenidos. Lo anterior aplica, de manera análoga, para los docentes de más edad, quienes prefieren los contenidos académicos por encima de los contenidos culturales y también para el subconjunto de la población de docentes de primaria, quienes prefieren el consumo de contenidos académicos por fuera del hogar.
- En línea con la recomendación anterior, se sugiere fomentar las actividades de apropiación de los contenidos consumidos por los docentes. Esto puede generar un círculo virtuoso de consumo, generación de contenidos e innovación docente, puesto que propiciaría la interacción y la creación de redes de conocimiento, tanto entre los docentes y los estudiantes como entre los mismos docentes.
- Se recomienda contribuir a fortalecer las capacidades investigativas de los docentes. Lo anterior implica la oferta de cursos, herramientas y otros elementos que les brinden a los docentes las capacidades técnicas para desarrollar de manera independiente o en red con otros docentes investigaciones y para generar contenidos culturales y académicos.
- Por último, en los grupos focales se identificó que el idioma es una de las principales barreras para el consumo académico: aunque los docentes están interesados en acceder a literatura académica reciente en otros idiomas, no tienen el dominio suficiente del idioma para su lectura. Se recomienda fomentar grupos de investigación bilingüe, así como realizar y gestionar traducciones de artículos académicos recientes que estén relacionados, tanto con las temáticas del IDEP como con los intereses de consumo académico de los docentes de Bogotá. En este sentido, se recomienda también crear contenidos que resuman, presenten y divulguen ideas de libros y artículos en lengua extranjera que aún no han sido traducidos al español.

## Referencias

- Cheli, B., Lemmi, A. (1995). A “Totally” Fuzzy and Relative Approach to the Multidimensional Analysis of Poverty. *Economic Notes by Monte dei Paschi di Siena* (24), 115-134.
- García, A., Georgantzís, N., Martín, J. y Pérez, T. (2015). *(How) Do Research and Administrative Duties Affect University Professors’ Teaching?* *Applied Economics*, 47:45, 4868-4883.
- Katz, T. (2004). Cultural Consumption Research: Review of Methodology, Theory, and Consequence. *International Review of Sociology*, (14), 11-29.
- Leal Fonseca, D. E., Rojas de Francisco, L. I., Monroy Osorio, J. C., Delgado Almeida, S. T., & Ortiz Padilla, T. (2017). *Estrategia de comunicación y divulgación de las acciones que realizan docentes investigadores, innovadores y redes pedagógicas que propicien intercambio de saberes en la ciudad de Bogotá*. Bogotá: Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico - IDEP.
- Londoño Botero, R., & Sáenz, J. (2010). *Caracterización de docentes del sector público de Bogotá - 2009*. Bogotá: IDEP.
- MACHADO, Ana Flávia; GOLGHER, André Braz; DINIZ, Sibelle and GAMA, Luiz Carlos Day. *Consumption of cultural goods and services and time allocation in Brazil*. *Nova econ.* [online]. 2017, vol.27, n.1, pp.35-63.
- Marín, S. (2012). Apropriación social del conocimiento: Una nueva dimensión de los archivos. *Revista Interamericana de Bibliotecología*. (35), 55-62.

Smith, V. (2013). *Sociology of Work. An Encyclopedia*. SAGE Publications, Inc.: California.

Throsby, D. (1999). *Journal of Cultural Economics* 23: 3.

Tognato, C. y Sanandres, E. (2015). *Caracterización del perfil sociodemográfico, académico y profesional de los docentes del decreto 1278 del 2002 de Bogotá*. Bogotá: IDEP.

IDEP. (2018). Registros sobre las descargas en línea de artículos publicados por el IDEP (corte a diciembre del 2018).

IDEP. (2018). Registros sobre las descargas en línea de libros publicados por el IDEP, corte a diciembre del 2018(Isin publicar). Bogotá: IDEP.

IDEP. (2018). Documento de caracterización de usuarios del sitio web institucional: datos acumulados de *Google Analytics*, periodo comprendido entre el año 2016 y junio del 2018 (sin publicar). Bogotá: IDEP.

IDEP. (2018). Resultados del sondeo perceptual sobre las de publicaciones del IDEP, realizado durante la Feria del Libro de Bogotá 2018 (sin publicar). Bogotá: IDEP.

IDEP. (2018). Resultados de la encuesta realizada por el IDEP y Lado B para la realización de la consultoría en la que se enmarca este trabajo: descripción y qué es lo que se va a mirar y cómo se va a complementar ese análisis para la tercera entrega (sin publicar). Bogotá: IDEP.