

ESTADÍSTICA

14

15

**ENCUESTA
DE HÁBITOS
Y PRÁCTICAS
CULTURALES
EN ESPAÑA
2014-2015
SÍNTESIS DE RESULTADOS**

Catálogo de publicaciones del Ministerio: www.mecd.gob.es
Catálogo general de publicaciones oficiales: publicacionesoficiales.boe.es

Elaborado por la Subdirección General de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica
Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

Septiembre 2015



MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA
Y DEPORTE

Edita:
© SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA
Subdirección General de
Documentación y Publicaciones

NIPO 030-15-228-9

**Encuesta de Hábitos y Prácticas
Culturales en España
2014 – 2015***Introducción y breve
referencia metodológica**Comentario de principales
resultados**Cuadros resumen*

Introducción

El proyecto que se presenta, la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015, estadística oficial de periodicidad cuatrienal incluida en el Plan Estadístico Nacional, es una investigación por muestreo realizada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y dirigida a una muestra de 16 mil personas de 15 años en adelante. La muestra ha sido seleccionada por el INE, organismo al que el Ministerio agradece su colaboración.

Su finalidad es múltiple, por una parte, evaluar la evolución de los principales indicadores relativos a los hábitos y prácticas culturales de los españoles y, por otra, analizar aspectos relevantes en el ámbito cultural, especialmente en lo que respecta a los consumos culturales, profundizándose en las formas de adquisición de determinados productos culturales sujetos a derechos de propiedad intelectual, tales como libros, música grabada, vídeo y software.

La encuesta dota de continuidad al trabajo realizado en 2010-2011 y de nuevo se constituye en un vehículo para abordar una parte de las necesidades de información estadística recogidas en el Plan Integral del Gobierno para la Disminución y Eliminación de las Actividades Vulneradoras de la Propiedad Intelectual. Adicionalmente los resultados de la encuesta se consideran de utilidad a los efectos de lo recogido en el Plan Estratégico General 2012-2015 de la Secretaría de Estado de Cultura, y muy concretamente en lo que respecta a la estrategia 5.3, relativa al avance en la lucha contra las nuevas formas de vulneración de los derechos de propiedad intelectual en Internet.

La participación cultural ha sido investigada en las diversas actividades culturales: museos, galerías de arte, archivos y monumentos; la lectura de libros y de publicaciones periódicas y las bibliotecas; las artes escénicas y musicales: teatro, ópera, zarzuela, ballet o danza y circo; música clásica y música actual; el sector audiovisual y nuevas tecnologías: cine, vídeo, televisión y radio, videojuegos, ordenador e Internet, así como otras actividades relacionadas con la cultura o con el tiempo libre. Las actividades susceptibles de vulnerar derechos de propiedad intelectual han sido tratadas en los ámbitos del libro, música, vídeo y software.

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

El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte agradece la inestimable colaboración de las personas encuestadas y pone a disposición de los usuarios la posible ampliación de la información contenida en los diversos instrumentos de difusión de la encuesta, siempre que lo permitan las limitaciones de la propia encuesta derivadas del método de muestreo.

Esperamos que los resultados que se presentan constituyan un instrumento para conocer mejor la participación cultural de los españoles y su evolución.

Sus detalles metodológicos pueden consultarse en www.mecd.gob.es junto a los resultados completos de la encuesta.

Breve referencia metodológica

La recogida de información individual comenzó en junio de 2014 y se realizó en los meses siguientes a cada uno de los cuatro periodos trimestrales a los que está referida la mayor parte de la información, con objeto de registrar la actividad del trimestre inmediatamente anterior al momento de la encuesta, disminuyendo así el posible efecto negativo del recuerdo a más largo plazo de determinadas actividades, y recogiendo la variabilidad que se produce en el conjunto de un año natural.

Los periodos de referencia trimestrales comprenden, en su conjunto, un año entre marzo de 2014 y febrero de 2015, y se corresponden con trimestres no naturales por considerarse más adecuado para el estudio de las variables objetivo del proyecto.

El tipo de muestreo es bietápico con estratificación de unidades de primera etapa, considerando cada comunidad autónoma una población independiente. Las unidades de muestreo de primera etapa fueron las secciones censales y las unidades de segunda etapa la población de 15 años en adelante. Dentro de cada comunidad autónoma se realizó una estratificación de las unidades de primera etapa conforme al tamaño del municipio al que pertenece cada sección.

El tamaño de la muestra teórica se situó, aproximadamente, en 16.500 unidades de segunda etapa, personas de 15 años en adelante. Los tamaños muestrales de primera etapa vinieron condicionados por el número medio de entrevistas por sección, que se fijó en 14 considerando fundamentalmente razones de coste y eficacia en los trabajos de campo.

La afijación de las unidades de segunda etapa en cada una de las distintas comunidades autónomas se realizó mediante un criterio de compromiso entre la afijación uniforme y la proporcional. La afijación de secciones de cada comunidad autónoma en los diversos estratos determinados por el tamaño del municipio se realizó de manera ligeramente superior a la proporcional en aquellos estratos que contienen municipios de mayor tamaño o capitales de provincia.

Los objetivos de la encuesta requerían estimar adecuadamente las diferencias derivadas de comportamientos culturales asociados a distintas épocas del año, debiendo estar correctamente representadas cada una de ellas. Con esta finalidad se optó por distribuir la muestra total en cuatro submuestras trimestrales que permitieran registrar la actividad del trimestre inmediatamente anterior al momento de la encuesta, disminuyendo así el posible efecto negativo del recuerdo a más largo plazo de determinadas actividades, y recogiendo

la variabilidad que se produce en el conjunto de un año natural.

La selección de la muestra de unidades de primera etapa, secciones censales, se efectuó aplicando muestreo sistemático con arranque aleatorio dentro de cada estrato, asignando una probabilidad de selección proporcional a su tamaño, medido en número de habitantes de las mismas.

Dentro de cada sección la selección de unidades titulares de segunda etapa se realizó con igual probabilidad, también por el método de muestreo sistemático con arranque aleatorio, previa ordenación del fichero por sexo y edad. La selección de la muestra reserva fue realizada en cada estrato de manera similar a la descrita. La selección de la muestra de primera y segunda etapa ha sido realizada por el Instituto Nacional de Estadística, utilizando como marco la relación de personas obtenidas del Padrón de Habitantes disponible en el momento de inicio de la encuesta.

Se utilizan estimadores de razón separados para muestreo estratificado, considerando como estratos los cruces de comunidades autónomas y tramos de tamaño de municipio. Como variables auxiliares se utilizan las estimaciones adelantadas de población por comunidad y tamaño de municipio referidas al momento central del periodo de referencia.

El estimador final se obtiene aplicando al estimador anterior técnicas de calibrado en cada comunidad autónoma, utilizando como fuente externa las estimaciones adelantadas de población de cada comunidad autónoma por grupos de edad y sexo. Para la estimación de proporciones se utilizan estimadores de la razón. El error de muestreo a priori considerando la hipótesis $P=Q=0,5$ se sitúa alrededor del 0,8% con un nivel de confianza del 95%.

Todas las fases de la encuesta han sido sometidas a estrictos controles de calidad, que afectan de manera especial al contenido y consistencia de los cuestionarios y a las incidencias producidas en la muestra a lo largo de los trabajos de campo y a su tratamiento.

Los cuestionarios han sido depurados con objeto de detectar posibles errores analizando individualmente los valores inválidos o inconsistentes del cuestionario y el comportamiento agregado de algunas variables, estudiando su distribución por las variables de clasificación, así como realizando comparaciones con otras fuentes estadísticas.

Realizada esta tarea, el fichero de cuestionarios fue sometido a una serie de tratamientos con la finalidad de obtener un factor de elevación y ajuste y constituir el fichero preparado para la explotación completa de los resultados.

Gráfico 1
Principales indicadores anuales de participación cultural
(En porcentaje)

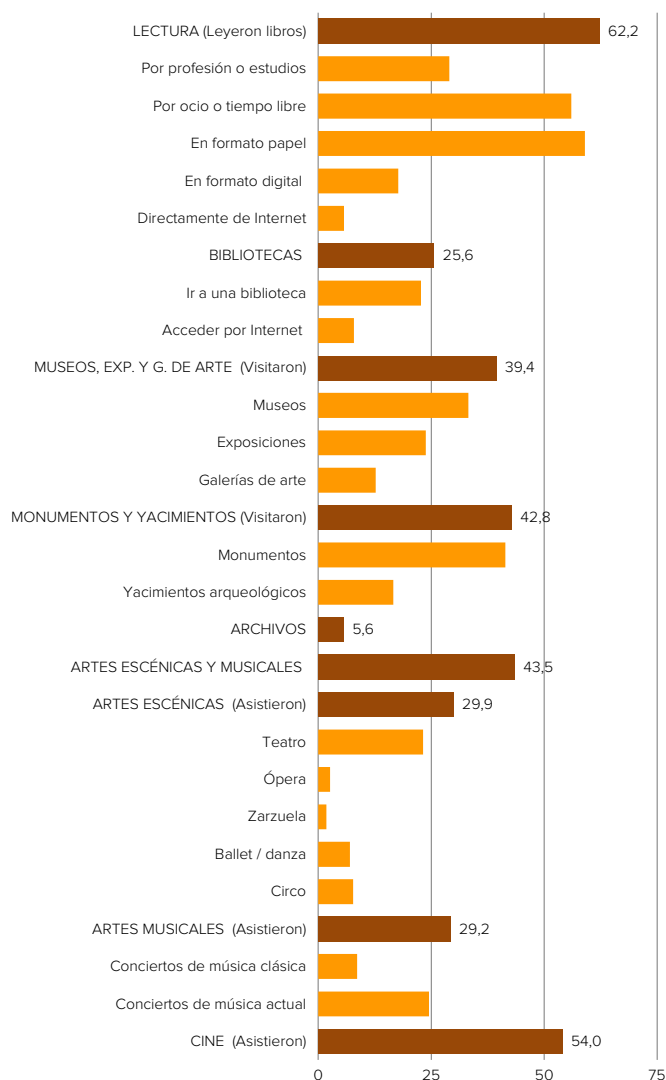
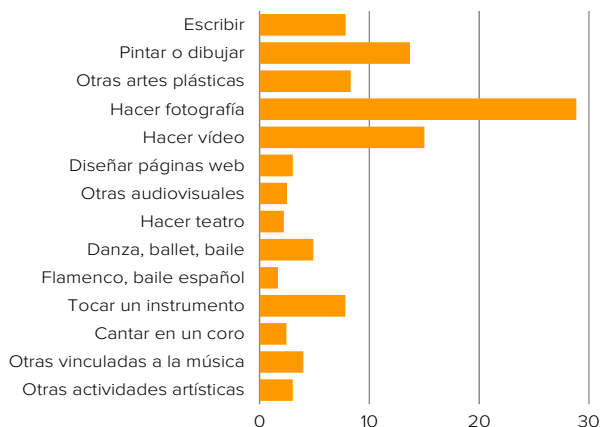


Gráfico 2
Principales indicadores anuales de actividades artísticas
(En porcentaje)



Actividades culturales más frecuentes según los resultados de la encuesta

Los resultados de la encuesta indican que las actividades culturales más frecuentes, en términos anuales, son escuchar música, leer e ir al cine, con tasas del 87,2%, el 62,2% y el 54%, respectivamente.

Estas actividades son seguidas en intensidad por la asistencia a espectáculos en directo, 43,5%, destacando entre ellos los conciertos de música actual, 24,5% y el teatro, 23,2%. Con menor frecuencia se encuentran la asistencia a conciertos de música clásica, 8,6%, espectáculos de circo, 7,7%, ballet o danza, 7%, ópera, 2,6%, o zarzuela, 1,8%.

Cada año, un 41,4% de la población investigada visita monumentos, un 16,6%, yacimientos arqueológicos, en conjunto el 42,8%. Por lo que respecta a la asistencia a museos, exposiciones o galerías de arte, las tasas anuales se sitúan en el 39,4% de la población analizada.

El 25,6% de la población acude cada año a una biblioteca o accede virtualmente a ella. Las visitas a archivos son realizadas anualmente por el 5,6% del colectivo objeto de estudio.

La encuesta investiga asimismo las prácticas culturales activas, qué tipo de actividades artísticas son realizadas anualmente por las personas objeto de estudio. Destacan por su frecuencia las relacionadas con las artes plásticas tales como hacer fotografía con un 28,9% o pintura o dibujo 13,7%. Son seguidas por la afición por escribir 7,8%, las vinculadas a las artes musicales -un 7,8% toca algún instrumento y el 2,4% canta en un coro- y por las relacionadas con las artes escénicas, el 2,2% hace teatro y el 4,9% ballet o danza.

Gráfico 3
Personas que suelen realizar actividades culturales en el último mes
(En porcentaje)



Gráfico 4
Personas según la visita a museos
 (En porcentaje)

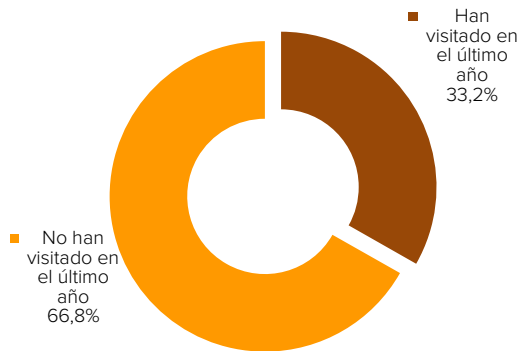


Gráfico 5
Personas que visitaron museos en el último año según características
 (En porcentaje)

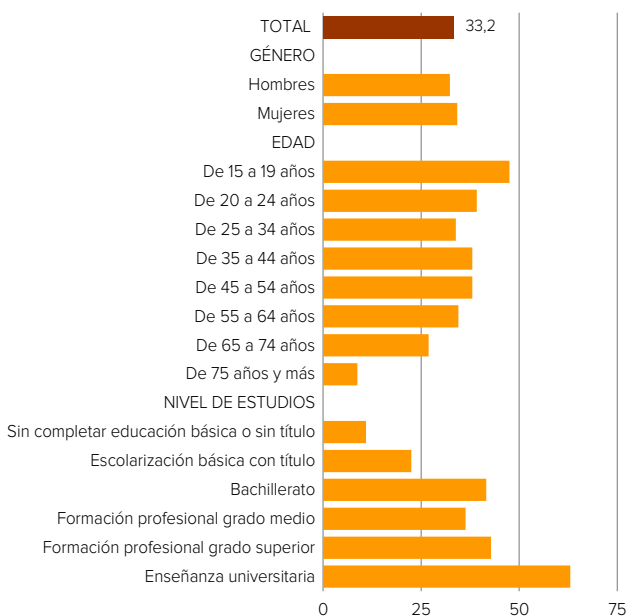
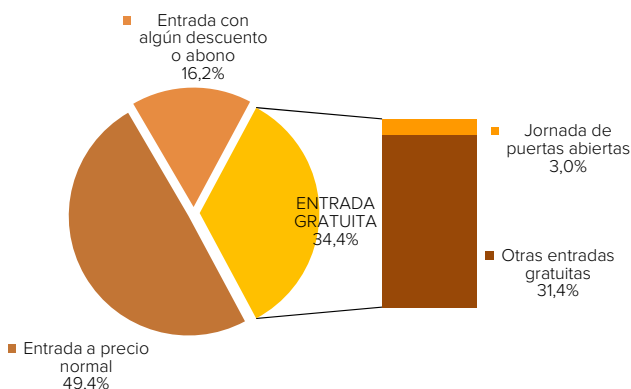


Gráfico 6
Personas que han visitado museos en un año según el tipo de entrada de la última vez que han ido
 (En porcentaje)



Museos, exposiciones y galerías de arte

En conjunto, el 39,4% de la población analizada realizó en el último año una visita a un museo, exposición o galería de arte.

Un 33,2% visitó un museo en el último año. Los niveles de asistencia son ligeramente superiores en las mujeres, crecen significativamente al disminuir la edad y al ascender el nivel de estudios. Se trata de un público satisfecho, con un índice medio de satisfacción de 8,3 puntos.

El 92,2% de las personas que visitaron un museo en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 7,8% que declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios. Un 53,2% de las visitas a los museos se realizaron en fin de semana o festivo y el resto, un 46,8%, en un día laboral. Un 27,1% de los que visitaron museos en el último año lo hicieron en su ciudad, el 25,3% en su Comunidad Autónoma, el 30,4% en el resto de España y el 17,3% en el extranjero.

Casi la mitad de los visitantes a un museo, un 49,4%, pagan la entrada a su precio normal, mientras el 16,2% utilizó entrada con descuento o abono y el 34,4% accedió mediante entrada gratuita. La entrada en jornada de puertas abiertas ha supuesto, en el periodo analizado, el 3% del total de entradas analizadas. Entre aquellos que accedieron con entrada no gratuita, un 7,4% adquirieron su entrada por Internet.

Por lo que se refiere a las actividades que se realizan en el museo, el 96,3% de los que acuden lo hacen para visitar su exposición permanente o temporal, y el 14% para realizar alguna otra actividad. Por primera vez se ha investigado la frecuencia de visitas virtuales a museos, a través de Internet, un 6,7% de la población en el último año.

Gráfico 7
Personas que han visitado museos en un año según la tipología del museo que visitaron la última vez
 (En porcentaje)

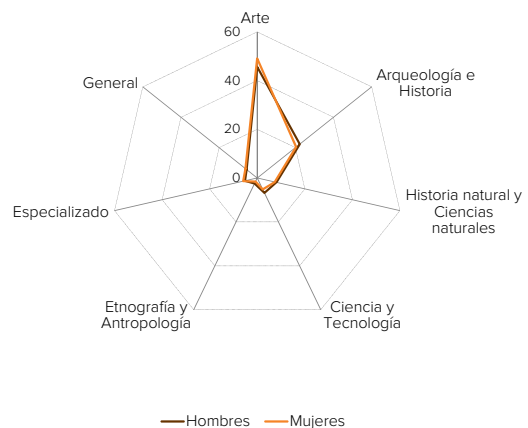


Gráfico 8
Personas según la visita a exposiciones
(En porcentaje)

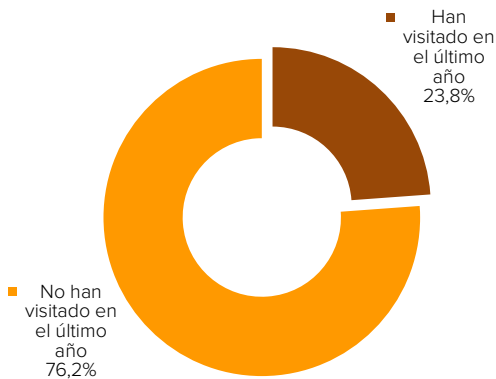


Gráfico 9
Personas según la visita a galerías de arte
(En porcentaje)

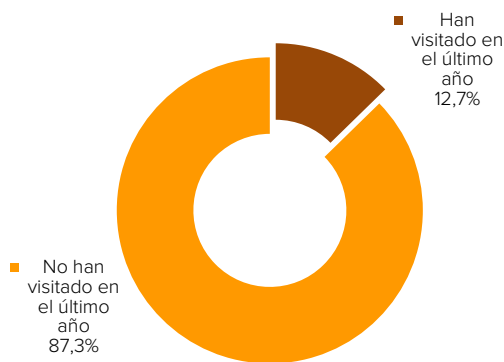
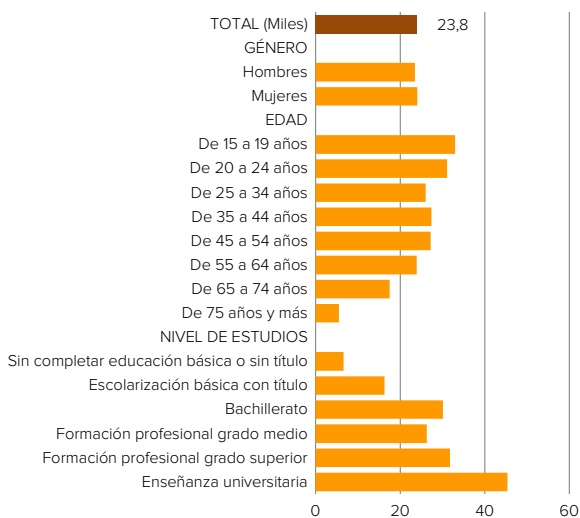


Gráfico 10
Personas que visitaron exposiciones en el último año según características
(En porcentaje)



Un 23,8% de la población investigada ha visitado una exposición en el último año. Por lo que respecta a la frecuencia de la asistencia, los que visitaron una exposición en el último trimestre lo hicieron, por término medio, 2,1 veces cada uno.

El 91,8% de las personas que visitaron una exposición en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 8,2% que declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios. Más de la mitad de las visitas se realizaron en fin de semana o festivo, 53,5%, frente al 46,5% que se desarrollaron en un día laboral.

Los niveles de asistencia a galerías de arte son muy inferiores a los observados en museos y exposiciones. Un 12,7% de la población investigada ha visitado una galería de arte en el último año.

El 91,1% de las personas que visitaron una galería de arte en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 8,9% que declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios. Casi la mitad de las visitas se realizaron en fin de semana o festivo, 49,4%, frente al 50,6% que se desarrollaron en un día laboral.

En esta edición de la encuesta se han incorporado diversas cuestiones relativas al mercado del arte. Los principales resultados indican que el 1,1% de la población ha asistido el último año a una subasta o feria de arte, el 0,9% ha realizado alguna compra y un 0,6% se clasifica como coleccionista de arte. Se observan en los tres casos tasas ligeramente superiores en los hombres.

Gráfico 11
Personas que visitaron galerías de arte en el último año según características
(En porcentaje)

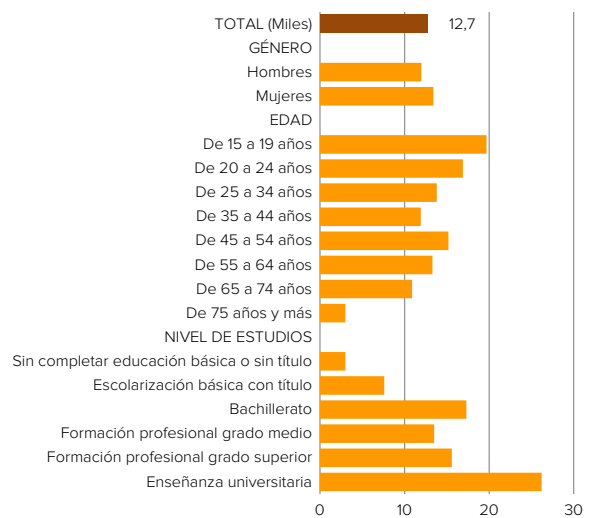


Gráfico 12
Personas según la visita a monumentos
 (En porcentaje)

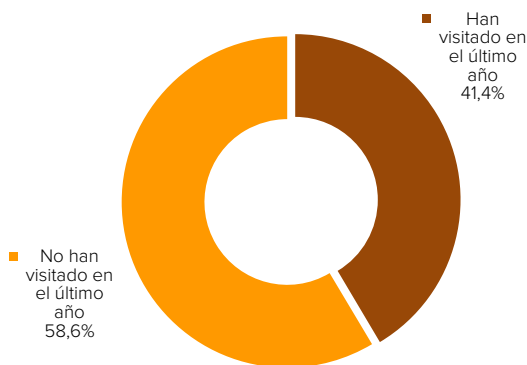


Gráfico 13
Personas según la visita a yacimientos arqueológicos
 (En porcentaje)

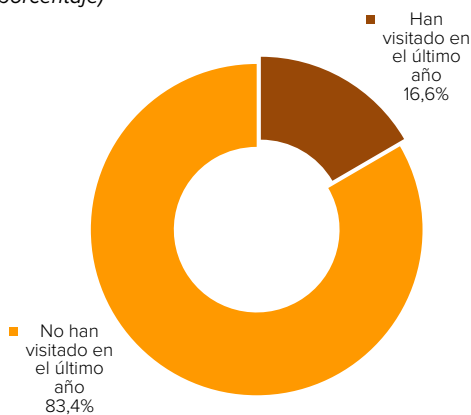
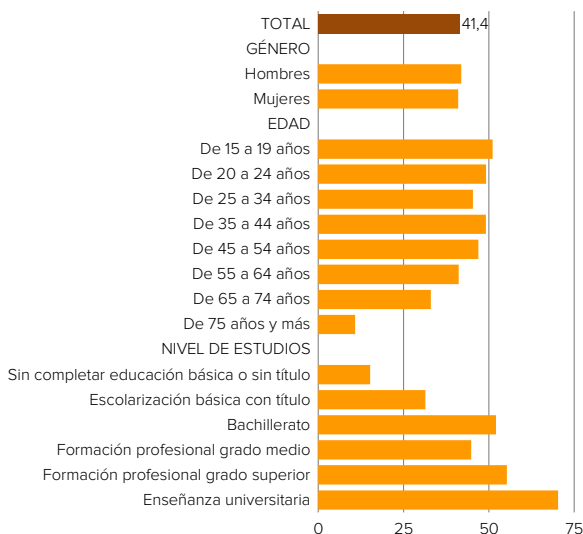


Gráfico 14
Personas que visitaron monumentos en el último año según características
 (En porcentaje)



Monumentos y yacimientos arqueológicos

El 41,4% de la población visitó un monumento en el último año. Estas tasas alcanzan su máximo en los hombres y en las personas de mayor formación. Los que asistieron en el último trimestre lo hicieron con una alta frecuencia, 4,2 veces por término medio.

El 94% de las personas que visitaron un monumento en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 6% que declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios. Más de la mitad de las visitas se realizaron en fin de semana o festivo, 55,5%, frente al 44,5% que se desarrollaron en un día laboral.

El 30,5% de la población tiene un elevado interés por los yacimientos arqueológicos. El 16,6% los visitó en el último año y el 7,3% en el trimestre, una media de 2,1 veces. El 92% de las personas que visitaron un yacimiento en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 8% que declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios. Más de la mitad de las visitas se realizaron en fin de semana o festivo, 55,5%, frente al 44,5% que se desarrollaron en un día laboral.

En conjunto, el 42,8% de la población analizada realizó en el último año una visita a un monumento o yacimiento arqueológico.

Gráfico 15
Personas que visitaron yacimientos en el último año según características
 (En porcentaje)

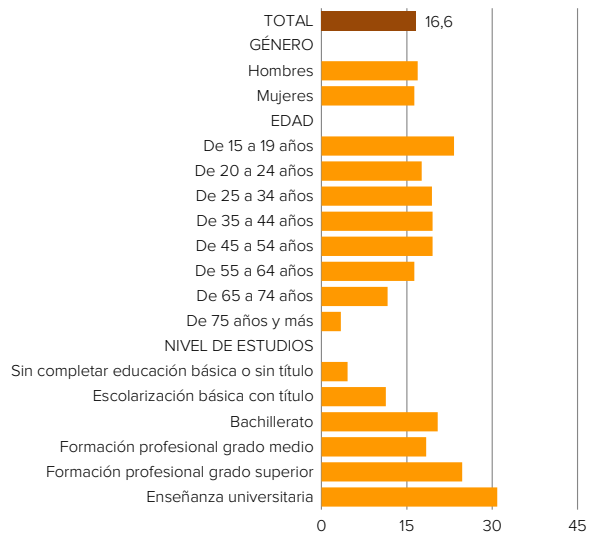


Gráfico 16
Personas según la asistencia o acceso a bibliotecas en el último año
(En porcentaje)

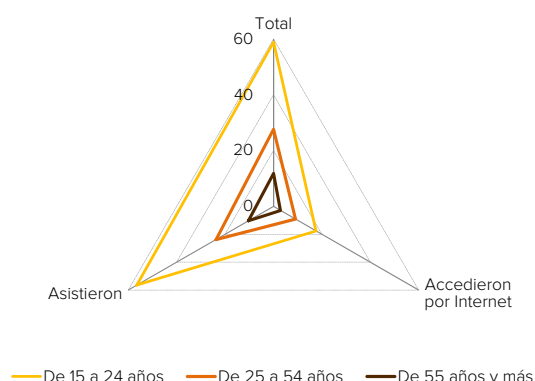


Gráfico 17
Personas según la asistencia presencial a bibliotecas en el último año
(En porcentaje)

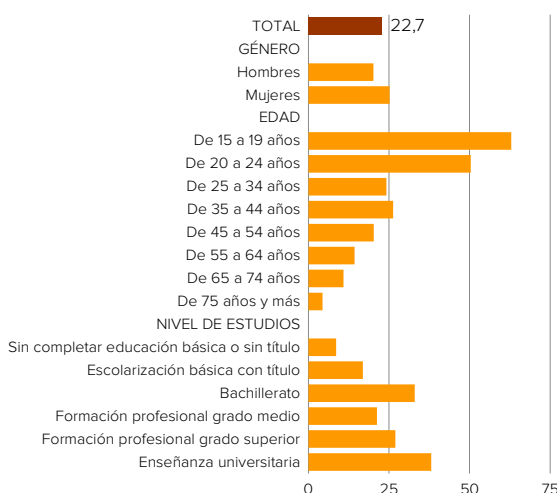
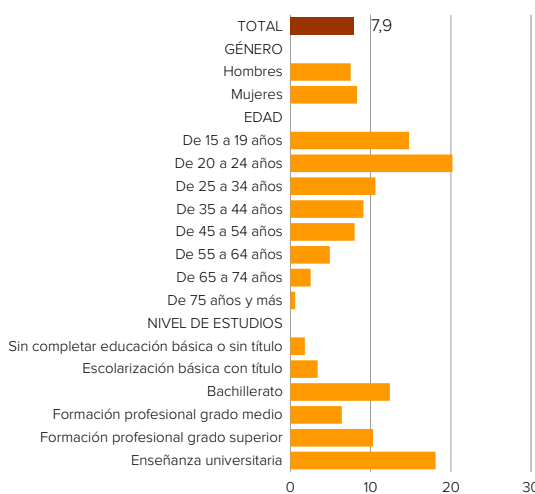


Gráfico 18
Personas según el acceso a bibliotecas a través de Internet en el último año
(En porcentaje)



Bibliotecas y archivos

Cada año una de cada cuatro personas, 25,6% de la población analizada, asiste a una biblioteca o accede a ella por Internet. La asistencia presencial se estima, en términos anuales, en el 22,7% frente al acceso a las mismas a través de Internet que lo realiza el 7,9%.

Tanto en la asistencia a la biblioteca como en el acceso a ella por Internet, resultan determinantes la situación laboral, la edad y el nivel de estudios. Por edad, el máximo se observa en los más jóvenes, en todo caso, los mayores niveles de asistencia, a gran distancia, son los registrados en los estudiantes.

Aquellos que fueron a la biblioteca en el último trimestre asistieron, por término medio, 10,4 veces cada uno y los que accedieron por Internet 15,9 veces. Un 89,5% de los que acudieron a la biblioteca, lo hicieron de lunes a jueves, teniendo una incidencia muy inferior la visita en viernes, 5,3%, y en fines de semana, 5,2%. El 61% no llevó libros propios.

Los principales motivos para acudir a una biblioteca, entre los que acuden al trimestre, continúan siendo la búsqueda de información, 27,4%, o el préstamo de libros, 24,5%. Un 18,9% de los que van trimestralmente estudia habitualmente en ella y un 9,6% acude para acompañar a otras personas.

Si bien la visita a los archivos no es una de las actividades más frecuentes entre la población investigada, un 5,6% realizó visitas de este tipo en el último año, cifra que asciende al 14,1% de la población estudianta.

Gráfico 19
Personas según la visita a los archivos
(En porcentaje)

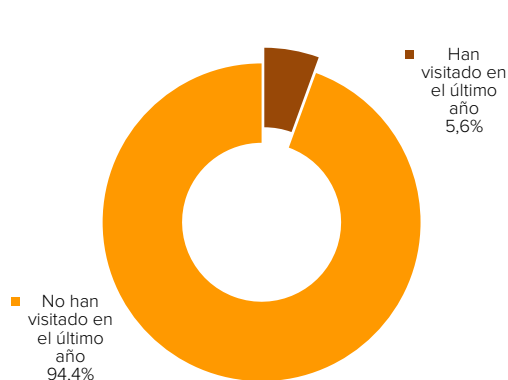


Gráfico 20
Personas según la lectura de libros en el último año
(En porcentaje)

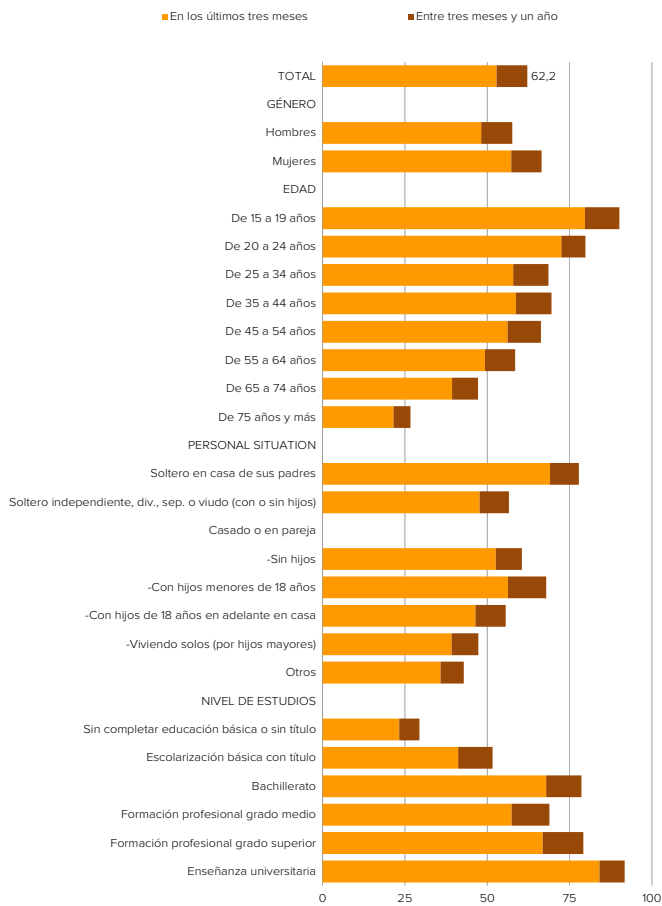
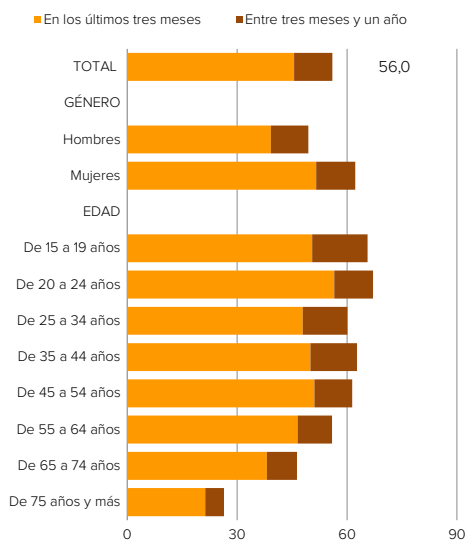


Gráfico 21
Personas según la lectura de libros no relacionados con la profesión o estudios en el último año
(En porcentaje)



Lectura

El 62,2% de la población analizada lee al menos un libro al año, cifra que representa un incremento de 3,5 puntos porcentuales respecto a 2010-2011. La encuesta distingue entre aquella lectura que se realiza motivada por la profesión o estudios del individuo investigado y la realizada por otros motivos: ocio o tiempo libre. Los resultados ponen de manifiesto hasta qué punto los motivos no profesionales son importantes motores de la lectura, situándose los lectores anuales por este motivo en el 56% de los investigados, frente al 29% de la población que lee por motivos vinculados a su profesión o estudios.

Las tasas de lectura anual ascienden muy significativamente al aumentar el nivel de estudios hasta alcanzar, entre aquellos con formación universitaria, el 91,7% en el último año y el 84,1% en el último trimestre. Las tasas de lectores son superiores en las mujeres, en términos anuales 66,5%, frente al 57,6% observado en los hombres, disminuyen con la edad y superan la media en los menores de 55 años. Son muy altas en los solteros que viven en casa de sus padres, 77,8%, y en las parejas con hijos menores, 67,9%. Por situación laboral, los mayores valores se observan en los estudiantes, y en los económicamente activos. La encuesta investiga el formato de libro utilizado por los lectores anuales: el 59% de la población total analizada utiliza el soporte papel y el 17,7% soporte digital. Un 5,7% de la población manifiesta leer libros directamente en Internet, el 6% a través de un lector de libros digitales y el 1,8% a través de otros soportes móviles.

Gráfico 22
Personas que han leído libros en el último año según los formatos que suelen utilizar
(En porcentaje)

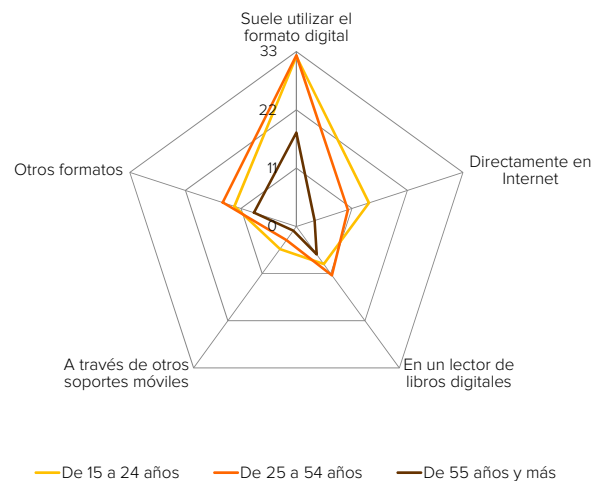


Gráfico 23
Personas que han leído libros en un trimestre según los temas que suelen leer
(En porcentaje)

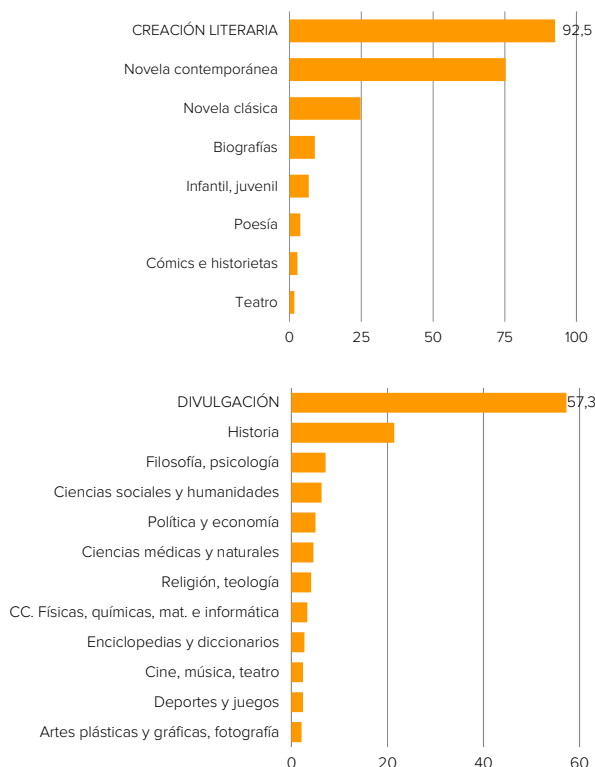
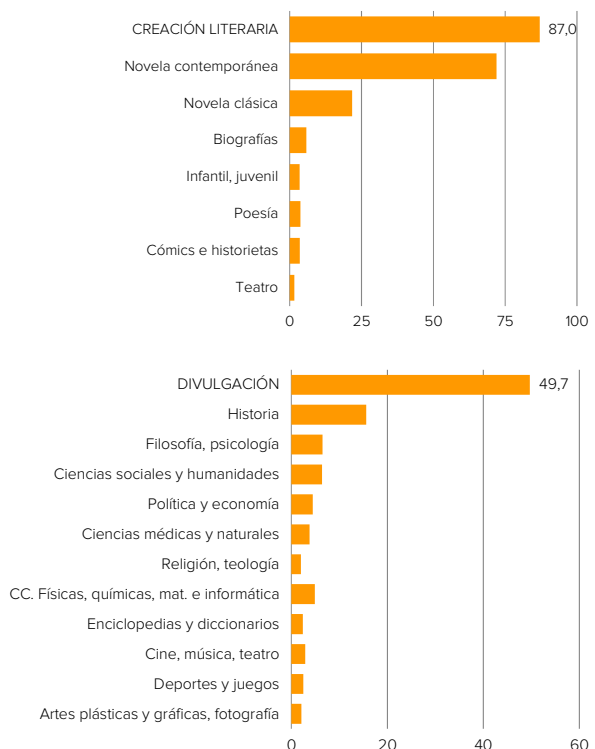


Gráfico 24
Personas que han leído libros en formato digital en un trimestre según los temas que suelen leer
(En porcentaje)



Por lo que respecta al tema escogido por este colectivo en un trimestre un 92,5% escogió obras de creación literaria y el 57,3% obras de divulgación y no profesionales. Destaca entre los primeros el peso de la novela contemporánea, 75,3%, seguido de la novela clásica, 24,7%, y de biografías o libros de memorias, 8,8%. Entre aquellos que han leído obras de divulgación, los mayores porcentajes por temática se observan en historia, seguido de filosofía o psicología, y ciencias sociales o humanidades.

En esta edición de la encuesta se ha analizado la lectura en formato digital por temática. En este caso los valores mayores se alcanzan en libros divulgativos que versan sobre ciencias físicas, químicas, matemáticas o informática, 46,9%, o en libros de creación literaria tales como novelas de ciencia ficción, 45,1%, o comics e historietas, 44,7%.

Los que leyeron por ocio o entretenimiento en el último año no manifiestan una preferencia por la lectura en determinados días a la semana. Así, el 60,6% de ellos muestra indiferencia, el 22,4% prefiere la lectura de lunes a viernes y el 17% restante en fin de semana o festivo. Un 21,5% de ellos prefiere realizar esta actividad en vacaciones y el 11,9% en periodos laborales, siendo el 66,6% restante lectores en toda temporada.

Por lo que respecta al lugar en el que suele desarrollarse esta actividad, un 92,1% muestra preferencia por su casa, y, aunque con una importancia numérica muy inferior, en segundo lugar se sitúa el transporte como lugar de lectura, 3,3%.

Gráfico 25
Personas que han leído libros en el último año fuera de su casa según el lugar de lectura que suelen utilizar
(En porcentaje)

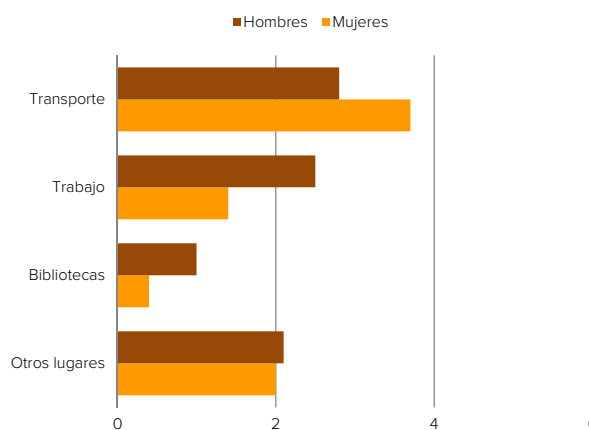


Gráfico 26
Personas que suelen leer prensa o publicaciones periódicas al menos una vez al mes según tipo
(En porcentaje)

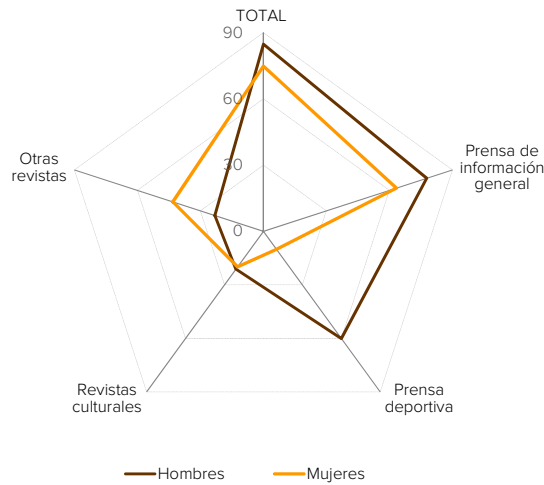


Gráfico 27
Personas que suelen leer prensa o publicaciones periódicas al menos una vez al mes según formato
(En porcentaje)

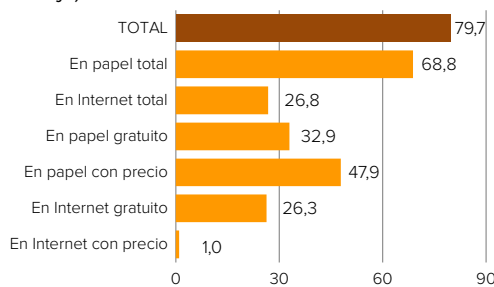
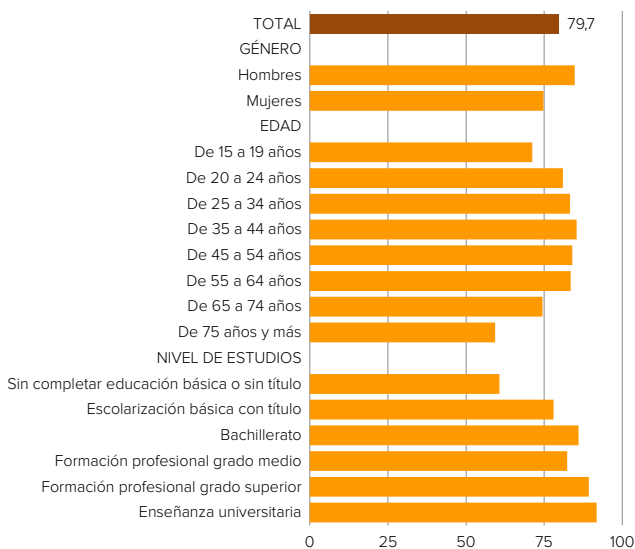


Gráfico 28
Personas que suelen leer prensa o publicaciones periódicas al menos una vez al mes según características
(En porcentaje)



Un 79,7% de la población suele leer al menos una vez al mes prensa o publicaciones periódicas. El 26,8% de los investigados utiliza para ello Internet, pero continúa siendo preferible la prensa o las publicaciones periódicas en papel, con un 68,8% de lectores al menos una vez al mes. La prensa gratuita es consultada mensualmente por el 51,8% de los investigados.

Por lo que respecta a la prensa de información general, un 38,8% de la población suele leerla diariamente, el 64,7% al menos una vez por semana o en fin de semana y el 70,4% de la población al menos una vez al mes. El hábito mensual es muy superior en los hombres, 77,8%, que en las mujeres, 63,4%, en las edades centrales, tomando su máximo en el grupo de 35 a 44 años, 79,4%, y en los ocupados, 81,5%. El nivel de estudios es, de nuevo, determinante, alcanzando este indicador el 88% entre aquellos con formación universitaria.

Entre los lectores mensuales de prensa no deportiva, un 30,7% lee siempre la sección de cultura, el 20,2% la de ciencia y tecnología, el 18,8% crítica de cine, el 14,9% crítica de televisión, el 13,1% crítica de música, el 9,3% crítica de teatro, el 8,6% crítica de arte y exposiciones y el 4,8% críticas taurinas.

Un 41,9% de la población suele leer revistas al menos una vez al mes, un 20,6% si se trata de revistas culturales.

La lectura de blogs al menos una vez al mes es realizada por el 14% de la población investigada. Esta tasa, se sitúa en el 6,7% si el motivo es la profesión o estudios y alcanza el 10,3% cuando se trata de motivos no profesionales.

Gráfico 29
Personas que han leído blogs, bitácoras, etc. en el último mes según motivo
(En porcentaje)

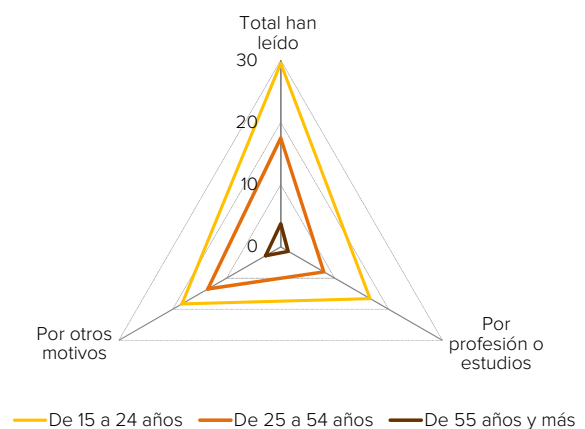


Gráfico 30
Personas según la asistencia a espectáculos escénicos
(En porcentaje)

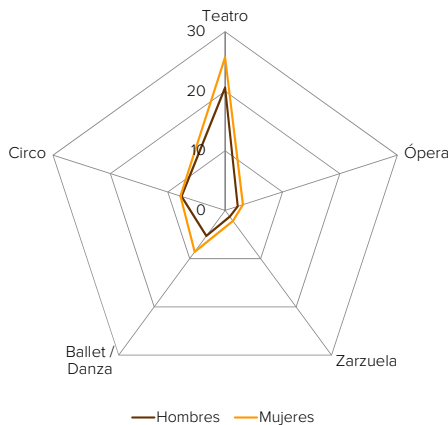


Gráfico 31
Personas según la asistencia al teatro
(En porcentaje)

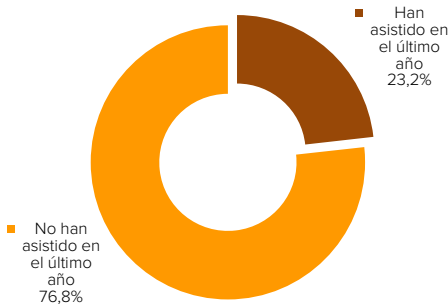
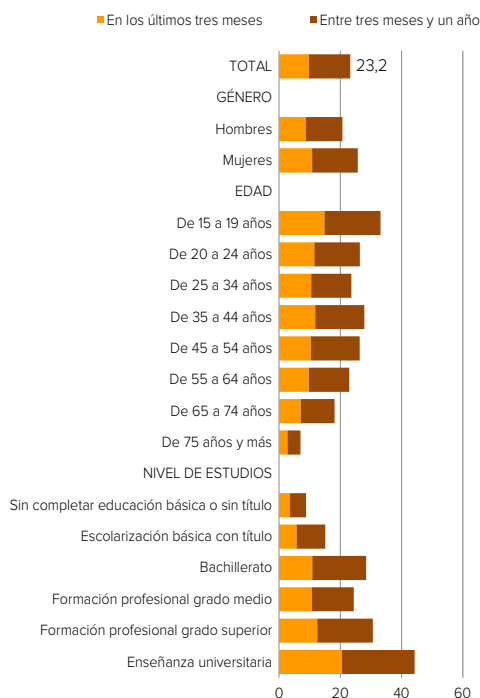


Gráfico 32
Personas que asistieron al teatro en el último año según características
(En porcentaje)



Espectáculos escénicos y musicales en directo

Cada año, el 43,5% de la población acude a espectáculos culturales en directo. Estas actividades son más frecuentes en las mujeres y en la población más joven.

El 23,2% de la población investigada asistió al teatro en el último año. Esta actividad es más frecuente en las mujeres, un 25,7% frente al 20,6% de hombres, y en la población más joven, alcanzando su máximo, 33,2%, en el colectivo de 15 a 19 años.

Entre los que asistieron en el último año, el 31,5% lo hicieron a una modalidad de teatro actual, el 21,4% a teatros musicales, el 18,3% a teatro clásico, el 10,2% de vanguardia y el 9,4% a teatros infantiles. Prácticamente todos, el 93,2%, asistieron en instalaciones dedicadas a esta finalidad, observándose un ascenso de aquellos que asistieron en instalaciones temporales o dedicadas a otros fines de 1,6 puntos porcentuales.

El 61,1% acudieron en fin de semana, el 15,8% de los asistentes lo hicieron con entrada gratuita, el 15,3% con abono o algún tipo de descuento, y el 68,9%, 2,1 puntos porcentuales menos que en la última edición de la encuesta, pagó su entrada a precio normal. Entre aquellos que obtuvieron entrada no gratuita el 33,4% utilizó Internet para su adquisición.

El 23,4% de los investigados considera que el principal motivo para no ir o no ir más veces al teatro es el no disponer de tiempo, seguido de la falta de interés con un 22,5%, el precio con un 19% y la poca oferta existente con un 14%. Solo un 1,3% considera como motivo la preferencia a verlo en vídeo, televisión o Internet.

Gráfico 33
Personas que han ido al teatro en un año según el género teatral de la última vez que asistieron
(En porcentaje)

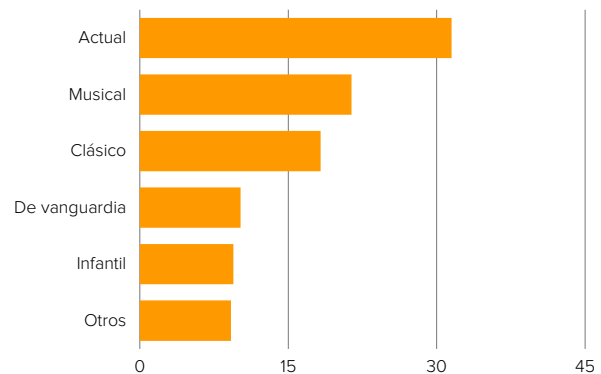


Gráfico 34
Personas según la asistencia al circo en el último año
(En porcentaje)

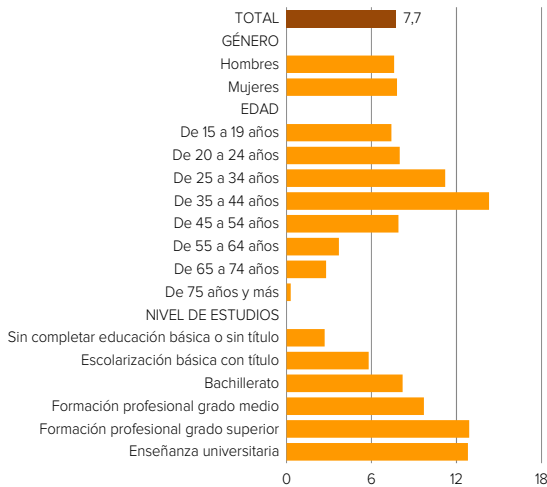


Gráfico 35
Personas según la asistencia a la ópera en el último año
(En porcentaje)

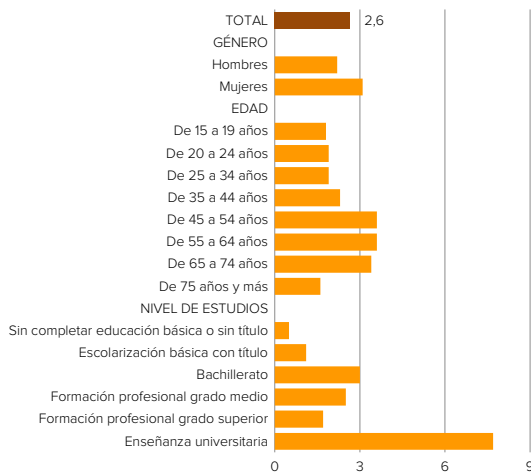
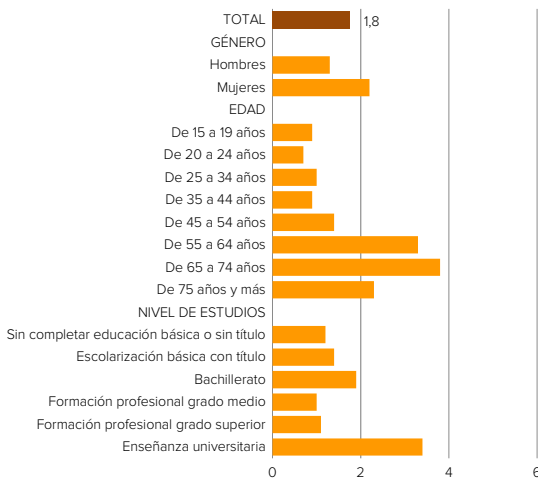


Gráfico 36
Personas según la asistencia a la zarzuela en el último año
(En porcentaje)



Después del teatro es el circo el arte escénico que suscita mayor interés, y el que presenta mayores tasas de asistencia anual, el 7,7%. Esta tasa, ligeramente superior en las mujeres, toma su máximo entre aquellos de 35 a 44 años, que casados o en pareja, conviven con menores de 18 años.

Por tipo destaca el circo tradicional, 68,9%, seguido del circo contemporáneo, 20,8%.

El 72,4% de los asistentes a este espectáculo lo hicieron en fin de semana o festivo. Un 6,8% utilizó entrada gratuita, el 16,6% con algún descuento y el 76,6% con entrada a su precio normal, adquirida en taquilla, 76,1%, o mediante Internet, 19,3%.

Con tasas de asistencia muy cercanas al circo se sitúa la danza, el 7% de la población asistió a un espectáculo de este tipo en el último año. También en esta actividad las tasas observadas son superiores en las mujeres, 8,6%, frente al 5,3% registrado en los hombres. Destacan por tipo los espectáculos de ballet clásico, 37%, seguidos de danza española o flamenco, 17,9%, danza contemporánea, 20,3%, o danza folklórica o étnica, 9%.

Más de la mitad acudieron en fin de semana, el 56%. El 33,1% lo hicieron con entrada gratuita, el 14,8% con abono o algún tipo de descuento y el 82,5% en instalaciones dedicadas a esta finalidad. Entre aquellos que obtuvieron entrada no gratuita, el 26,8% utilizó Internet para su adquisición.

Con indicadores de asistencia muy inferiores se encuentran la ópera y la zarzuela, que registran un 2,6% y un 1,8%, respectivamente, de asistentes en el último año.

Gráfico 37
Personas según la asistencia al ballet/danza en el último año
(En porcentaje)

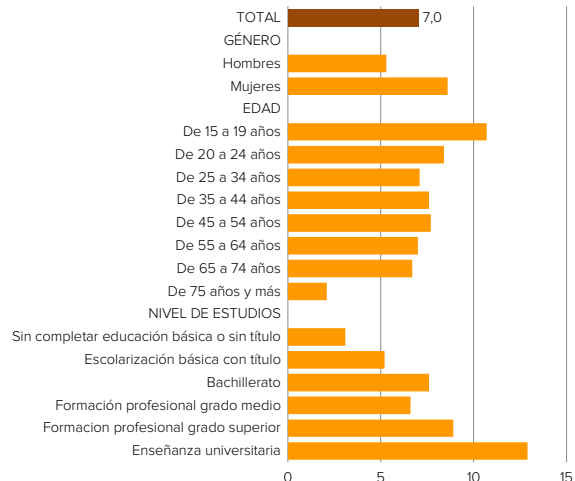


Gráfico 38
Personas según la asistencia a conciertos
 (En porcentaje)

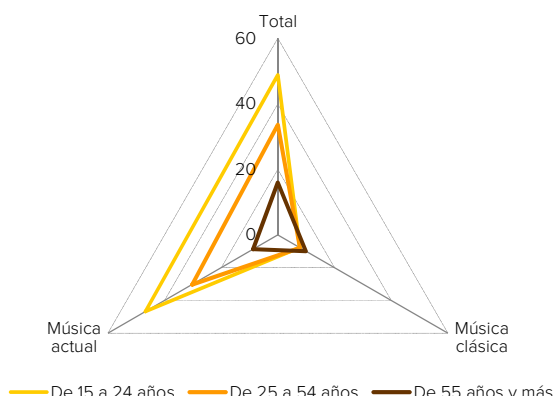


Gráfico 39
Personas según la asistencia a conciertos de música actual en el último año
 (En porcentaje)

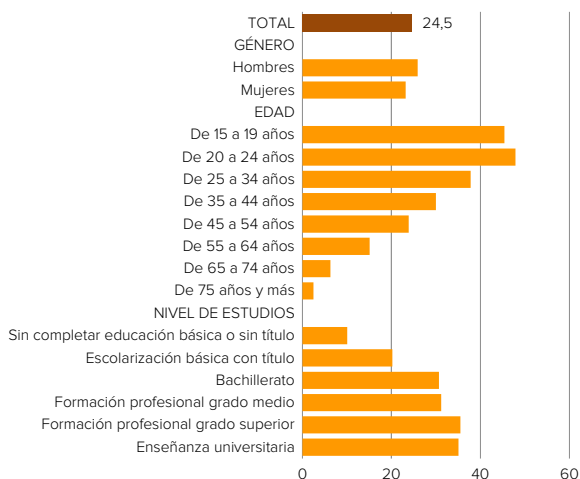
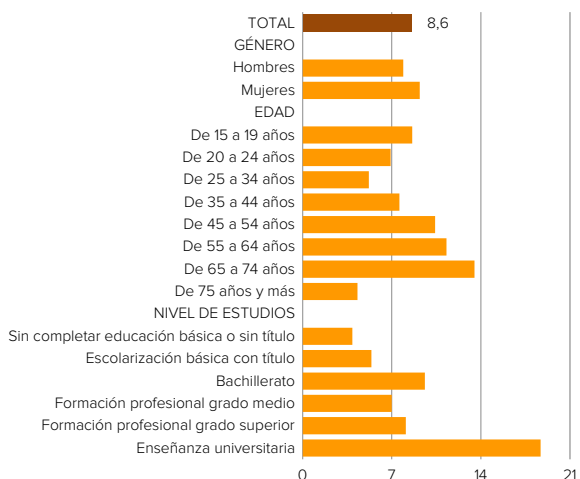


Gráfico 40
Personas según la asistencia a conciertos de música clásica en el último año
 (En porcentaje)



Una de cada cuatro personas asistieron en el último año a conciertos de música actual, el 24,5% de la población investigada. Las tasas son más altas en los hombres, 25,9%, que en las mujeres, y en los jóvenes de menos de 25 años. Entre los géneros musicales preferidos de los que asisten destaca significativamente el pop-rock español, con el 46,8%, seguido muy de lejos por el pop-rock extranjero, 8,5%, la canción de autor 6,4% y el flamenco con el 3,8%.

El 60,4% de estos conciertos se realizó en instalaciones temporales o dedicadas a otros fines y se celebró en fin de semana, 74,6%. El porcentaje de los que asistieron con entrada gratuita se situó en el 39,5%. Entre los que pagaron un precio por su entrada, el 35,9% la adquirió por Internet. Las principales barreras a la asistencia a este espectáculo son la falta de tiempo, 24,7%, el precio, 21,3%, y la falta de interés, 18%.

El 8,6% de la población asistió en el último año a un concierto de música clásica. Las tasas de asistencia son superiores en las mujeres, 9,2%, que en los hombres, 7,9%, y en las personas de 45 a 74 años. Según el tipo de concierto de la última vez que asistieron, en el 48,6% de los casos se trató de una orquesta sinfónica, en el 12,6% de un grupo de cámara, en el 12,5% de un coro o grupo vocal, y en el 6,6% de un solista.

Se ha investigado el acceso a espectáculos escénicos o musicales por Internet: el 5,3% de la población accede virtualmente a un espectáculo escénico, destacando el teatro, 2,4% o la danza, 2%, y con tasas inferiores ópera, 1,3%, circo, 1,2%, o zarzuela, 0,5%. Se observan tasas más elevadas de personas que han visto un concierto de música actual por Internet, 10,1%. El 3,1% accede por esta vía a conciertos de música clásica.

Gráfico 41
Personas según el acceso a espectáculos escénicos o musicales por Internet
 (En porcentaje)

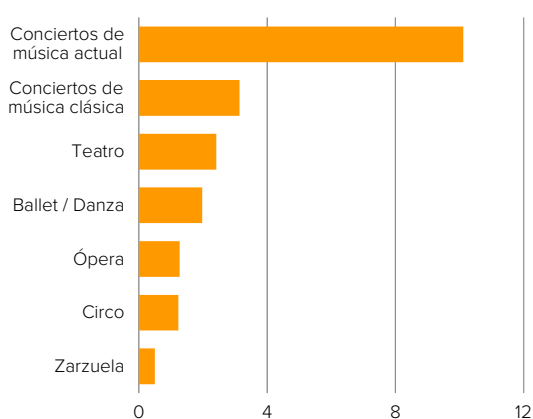


Gráfico 42
Personas según la frecuencia del hábito de escuchar música
 (En porcentaje)

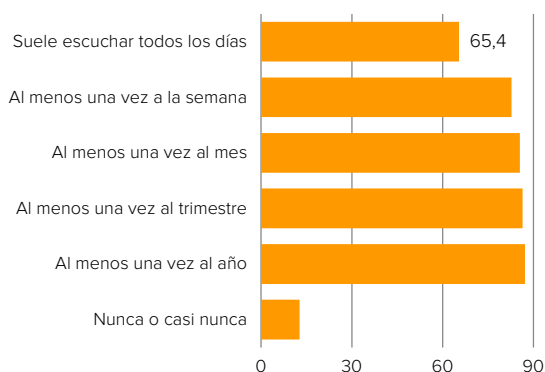
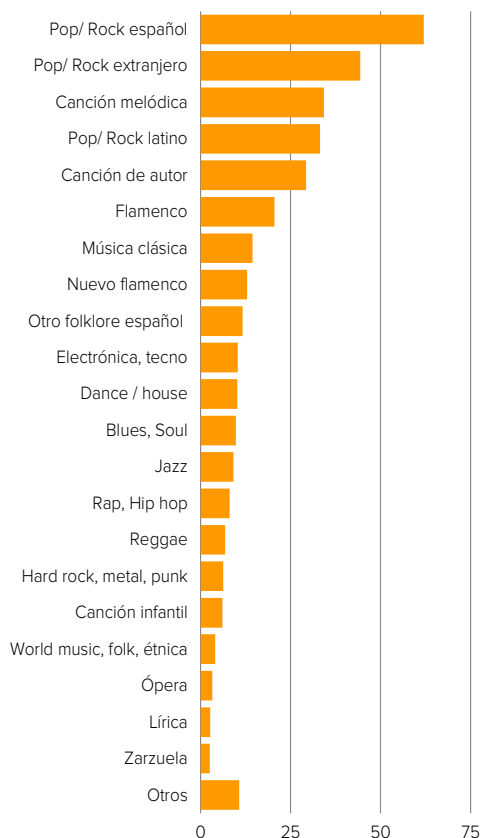


Gráfico 43
Personas que han escuchado música grabada en un trimestre según el género musical
 (En porcentaje)



Música

El 65,4% de la población suele escuchar música diariamente, el 82,8% al menos una vez a la semana y el 87,2% al menos una vez al año. Los hombres escuchan música con más frecuencia, y las diferencias más significativas se observan por edad, tomándose los valores más altos en la población de menor edad.

El medio o soporte más utilizado para escuchar música sigue siendo la emisora de radio, 78,2%, seguido de soportes físicos como CD o DVD, 36,4%, y de soportes digitales, 32,9%. Un 29,4% suele escuchar música en el ordenador o en aparatos conectados al ordenador y el 30,3% lo hace a través del móvil, cifra que supone un notable ascenso en relación a la última edición de la encuesta, que estimó un 9,8%.

En conjunto, el 22,7% de la población escucha música directamente en Internet, el 7,1% a través de emisoras de radio en Internet y el 19,6% mediante otro tipo de soportes.

Por lo que respecta al tiempo medio diario de audición de música, para aquellos que escuchan música al menos una vez por semana, el 82,8% de la población, este tiempo se sitúa en 137,9 minutos diarios, siendo más alto en días laborales, 147,2 que en fin de semana 133,9. Respecto al lugar en el que suelen escuchar música, un 83,7% lo hace en casa, un 51,1% en el coche, un 16,4% en el trabajo, y el 9% en el transporte público.

Entre los géneros musicales preferidos de los que suelen escuchar música al menos una vez al trimestre destacan el pop-rock español, 62%, el pop-rock extranjero con el 44,4%, la canción melódica con el 34,2%, el pop-rock latino, 33,2%, la canción de autor, 29,4%, el flamenco, con el 20,5% y la música clásica, con el 14,4%.

Gráfico 44
Personas que suelen escuchar música al menos una vez por semana
 (En porcentaje)

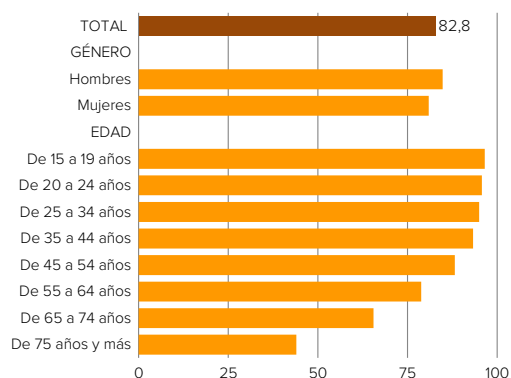


Gráfico 45
Personas según la asistencia al cine en el último año
(En porcentaje)

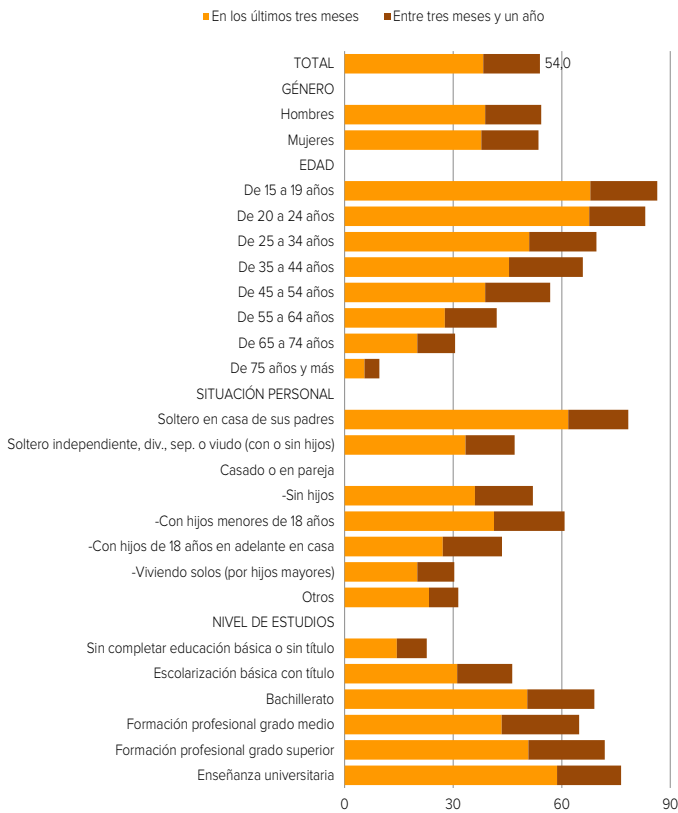
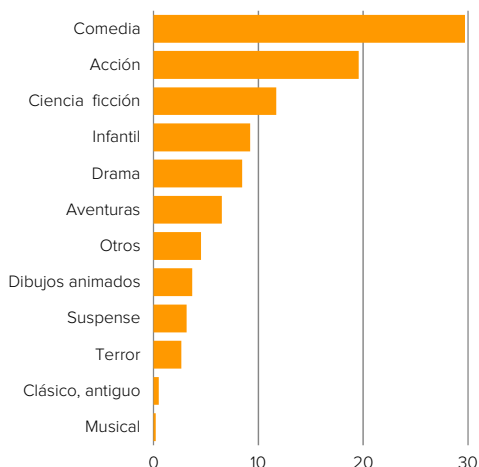


Gráfico 46
Personas que han ido al cine en un año según el tipo de película de la última vez que asistieron
(En porcentaje)



Cine y vídeo

Entre los espectáculos culturales el cine continúa siendo, con gran diferencia, el que tiene más adeptos. Más de la mitad de la población, el 54%, asiste cada año a este espectáculo, cifra que se sitúa para los hombres en el 54,4%, y en el 53,6% mujeres. Por edades continúan observándose notables diferencias, desde el 86,3% observado en los más jóvenes, al 9,6% registrado de la población de más edad. Los solteros en casa de sus padres, 78,4%, y las parejas con hijos menores, 60,9%, también destacan en esta actividad.

La mayor parte de los que acudieron al cine en el último año lo hicieron en fin de semana, el 58,9% y el 41,1% restante en días laborales, destacando entre ellos la población más joven y la de mayor edad. Tres de cada cuatro asistentes al cine, el 73,9%, pagaron su entrada a precio normal, concentrándose aquellos que la obtuvieron con algún tipo de descuento en la población más joven, de menos de 25 años, y en la de mayor edad, de más de 54. Un 7% de los que adquirieron entradas no gratuitas lo hicieron a través de Internet.

Las preferencias se inclinan por las comedias y por películas de acción 29,7% y 19,6%, respectivamente. La última película vista fue de ciencia ficción en el 11,7% de los casos, drama en el 8,5%, y de aventuras en un 6,5%. Es notable la población que opta por películas infantiles, 9,2%, o de dibujos animados, 3,7%.

Gráfico 47
Personas que han ido al cine en un año según el tipo de entrada de la última vez que asistieron
(En porcentaje de la población que ha asistido)

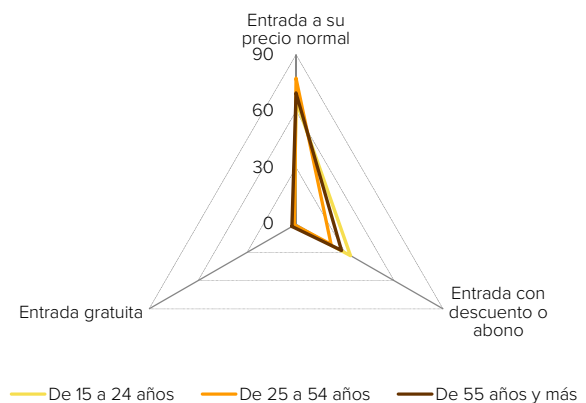


Gráfico 48
Personas que han ido al cine en un año según los motivos para elegir la película de la última vez que asistieron
(En porcentaje)

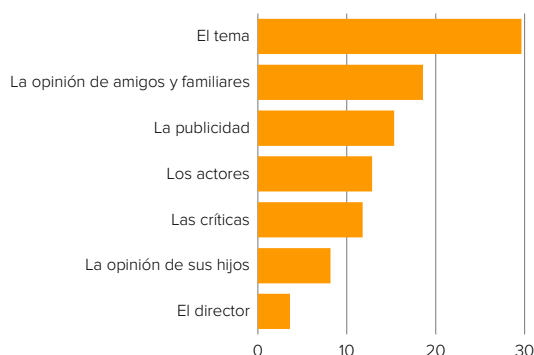


Gráfico 49
Personas que han ido a una sala de cine en el último año para ver otro tipo de espectáculos
(En porcentaje)

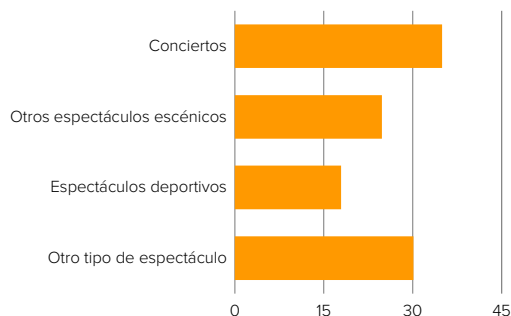
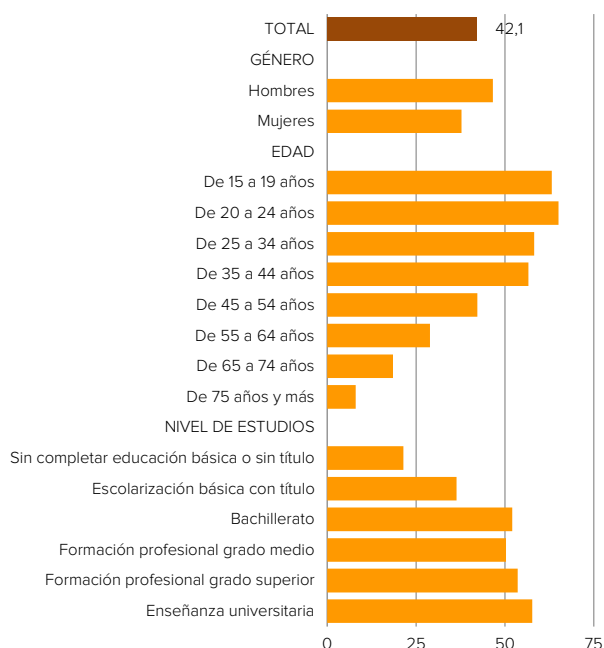


Gráfico 50
Personas que suelen ver vídeo al menos una vez al mes
(En porcentaje)



El tema y la opinión de familiares y amigos son determinantes para elegir una película, 29,6% y el 18,6% de los casos respectivamente. Con menor intensidad, destacan la publicidad, 15,3%, los actores, 12,8%, o las críticas, 11,8%

En el último año un 2,5% de la población declara haber ido a una sala de cine para ver otro tipo de espectáculos. De ellos, el más frecuente es un concierto, 35%, seguido de otros espectáculos escénicos, 24,8%, o de un espectáculo deportivo, 17,9%.

El 27,6% de los investigados suele ver vídeos al menos una vez a la semana, el 42,1% al menos una vez al mes y el 55,6% al menos una vez al año. Un 37,6% suele verlos en el ordenador o en aparatos conectados a él, un 25,1% directamente en Internet (streaming), cifras que representan ascensos notables desde la última edición de la encuesta, período en el que se estimaron en el 25,2% y el 12,6%, respectivamente.

El 75% utiliza soportes físicos (CD, DVD, Blu-Ray) y el 29,4% soportes digitales. Un 5% suele ver vídeos mediante alquiler a través de canales digitales. La población que vio vídeos semanalmente utilizó en esta actividad una media de 271,5 minutos.

Gráfico 51
Personas que suelen ver vídeos según soporte utilizado
(En porcentaje)

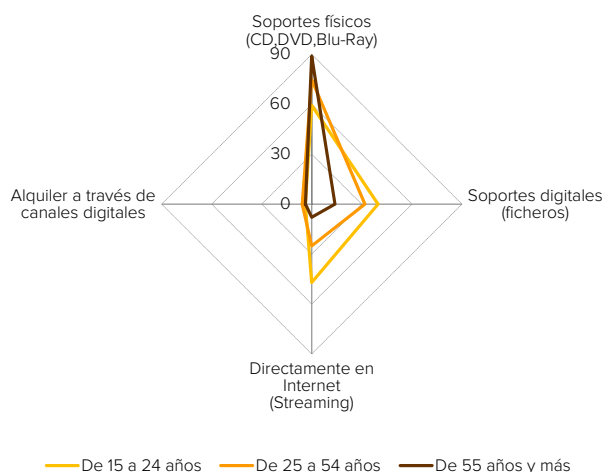


Gráfico 52
Personas según la frecuencia de ver televisión o escuchar la radio
(En porcentaje)

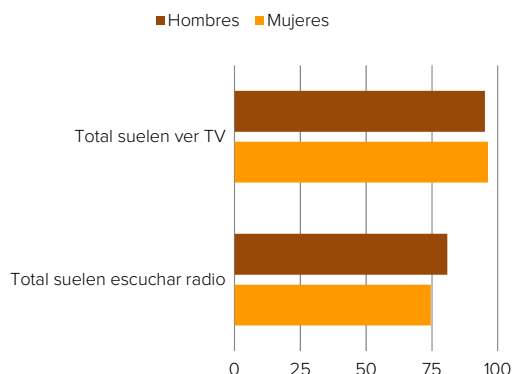
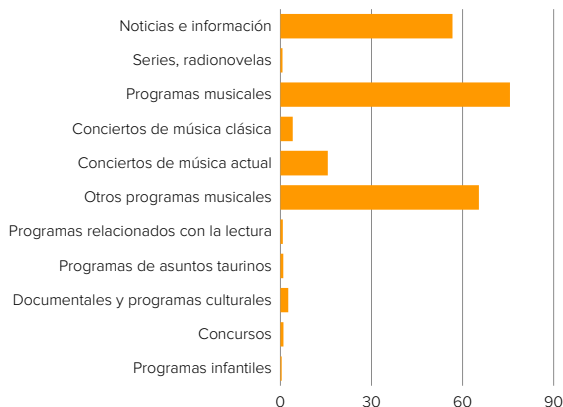


Gráfico 53
Personas que suelen ver televisión según el tipo de programa que suelen ver
(En porcentaje de la población que suele ver televisión)



Gráfico 54
Personas que suelen escuchar la radio según el tipo de programa que suelen oír
(En porcentaje de la población que suele escuchar la radio)



Audiovisual y nuevas tecnologías

Prácticamente toda la población, un 95,7%, suele ver la televisión. Este hábito se observa en todos los colectivos, sean cuales sean sus características personales o las de su municipio de residencia, con intensidades muy similares.

Por tipo de programa, un 81,9% de la población que ve la televisión suele ver noticias, y el 71,2%, ven películas y largometrajes. En tercer lugar figuran las series, 62,9% y los deportes, 34%. Un 31,6% ve documentales y programas culturales, y el 21,5% concursos de índole cultural.

Un 7,4% de aquellos que suelen ver la televisión declara que suele utilizar el ordenador para ello, un 1,9% el móvil y otros equipos y un 8,9% de la población ha visto en el último mes la televisión directamente en Internet, 3 puntos porcentuales más que en la última edición de la encuesta.

El 77,6% de los investigados suele escuchar la radio. En relación con el tipo de programas, entre los que suelen escuchar la radio, existe una clara preferencia por programas musicales, 75,6%, y las noticias, 56,7%, siendo muy inferior la preferencia por las tertulias, 18,9%, los programas deportivos, 18,8%, y muy escasa la incidencia de documentales y programas culturales, 2,6%.

Un 9,2% de aquellos que suelen escuchar la radio declara que suele utilizar el ordenador para ello y un 10,4% de la población ha escuchado en el último mes la radio directamente en Internet, 2 puntos porcentuales más que en la última edición de la encuesta.

Gráfico 55
Personas que en el último mes han visto televisión o escuchado la radio directamente en Internet
(En porcentaje)

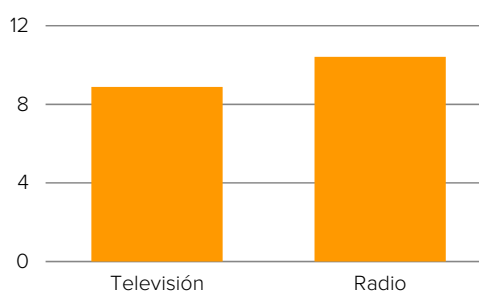


Gráfico 56
Personas que suelen utilizar el ordenador al menos una vez al mes según el tipo de uso
 (En porcentaje)

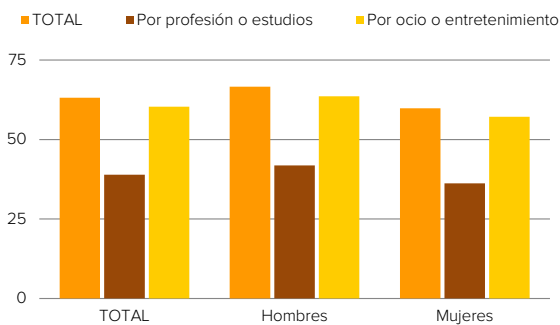


Gráfico 57
Personas que suelen acceder a Internet por ocio o entretenimiento al menos una vez al mes
 (En porcentaje)

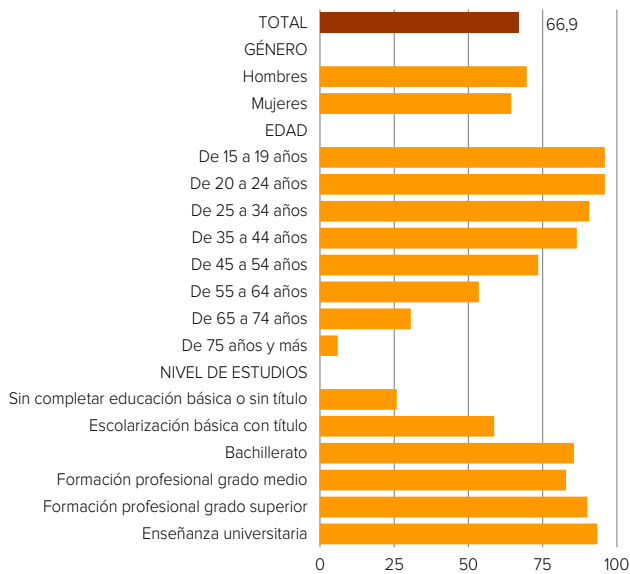
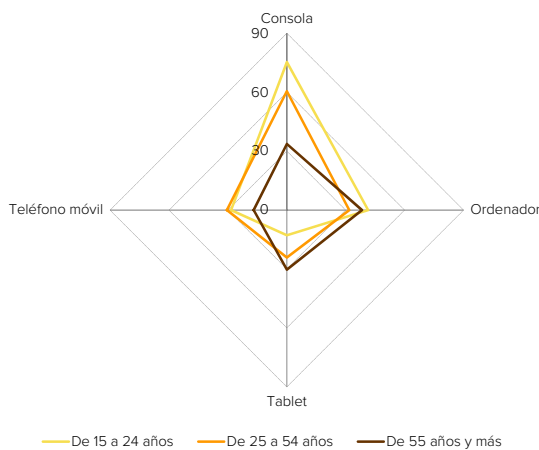


Gráfico 58
Personas que han utilizado videojuegos en un trimestre según el tipo de soporte utilizado para jugar
 (En porcentaje)



El 66,9% de la población suele utilizar Internet por ocio o tiempo libre al menos una vez al mes. Se trata de un hábito realizado con mayor intensidad por los hombres y por la población más joven.

Este indicador muestra la importancia de los motivos vinculados al ocio o tiempo libre como motor del uso de las nuevas tecnologías.

Videojuegos

El 13,8% de la población utiliza videojuegos al menos una vez al mes, cifra muy superior entre los hombres, 20,2% que en el colectivo de mujeres, 7,8%.

Por edades los máximos se alcanzan en los más jóvenes, 43,5%, observándose descensos al ascender la edad hasta situarse en el 2,3% registrado de la población de mayor edad. Los solteros en casa de sus padres, 36,1% y los estudiantes, 45,6%, también destacan en esta actividad.

Entre aquellos que jugaron en el último trimestre, la mitad, el 49,6%, prefieren videojuegos de acción o aventuras, el 47,4% suele utilizar videojuegos de estrategia y el 33,3% de deportes.

El soporte más utilizado sigue siendo la consola, 64,2%, seguido del ordenador, 35,5%, el teléfono móvil, 29% o la tablet, 20,6%.

Gráfico 59
Personas que suelen utilizar videojuegos al menos una vez al mes
 (En porcentaje)

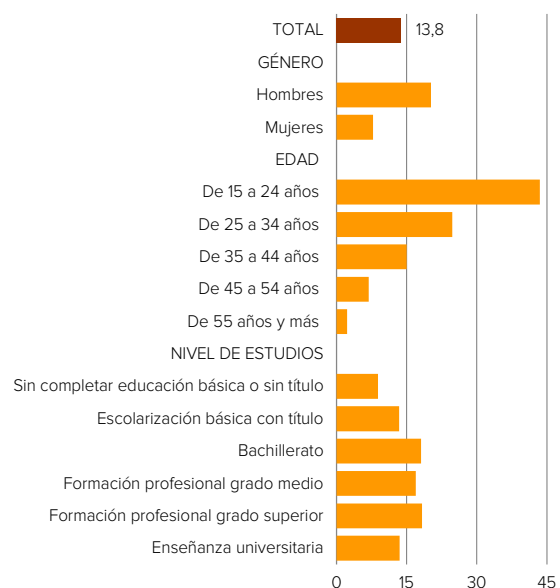


Gráfico 60
Personas que han realizado actividades artísticas en el último año
(En porcentaje del total de cada actividad)

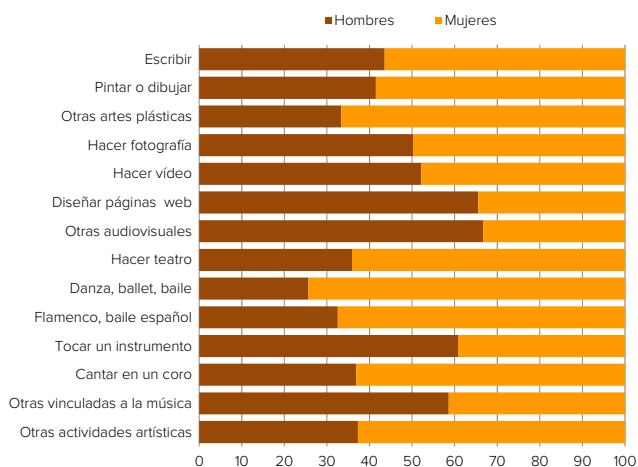


Gráfico 61
Personas que han realizado actividades artísticas en el último año por edad
(En porcentaje)

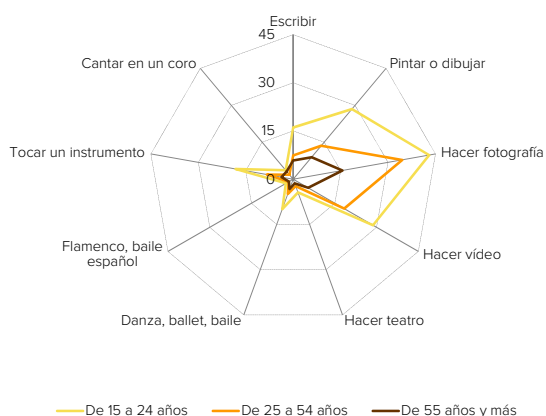


Gráfico 62
Personas que han asistido a otras actividades relacionadas con el ocio y la cultura en el último año
(En porcentaje)



Prácticas culturales activas y otras actividades relacionadas con el ocio

La encuesta investiga asimismo qué tipo de actividades artísticas son realizadas anualmente por las personas objeto de estudio, lo que podríamos denominar prácticas culturales activas. Destacan por su frecuencia las relacionadas con las artes plásticas tales como hacer fotografía con un 28,9% o vídeo, 15%, pintar o dibujar, 13,7%. La afición por escribir, 7,8%, es más frecuente entre las mujeres y en el colectivo más joven.

Por lo que respecta a las artes musicales o escénicas, un 7,8% toca algún instrumento y el 2,4% canta en un coro. El 2,2% de la población analizada hace teatro, y el 4,9% ballet o danza, concretamente el 1,7% flamenco o baile español.

Por término medio un 13,5% del colectivo investigado asistió a conferencias o mesas redondas en un año. Cada año un 19,9% de la población acude a centros culturales.

A lo largo de un año un 14,5% de los investigados visitó un zoológico o parque con animales, el 11,5% un jardín botánico y el 13,7% parques temáticos.

En el último año un 5,9% de la población realizó algún curso de formación complementaria vinculada a la cultura, destacando por materias la danza, 20,5%, el dibujo, 14,3% o tocar un instrumento musical, 13,1%.

Festejos taurinos

La tasa anual de asistencia a festejos taurinos se situó en el 9,5% de la población, el 6,9% acudió a una corrida de toros o rejones.

Gráfico 63
Personas que han asistido a espectáculos taurinos en el último año
(En porcentaje)

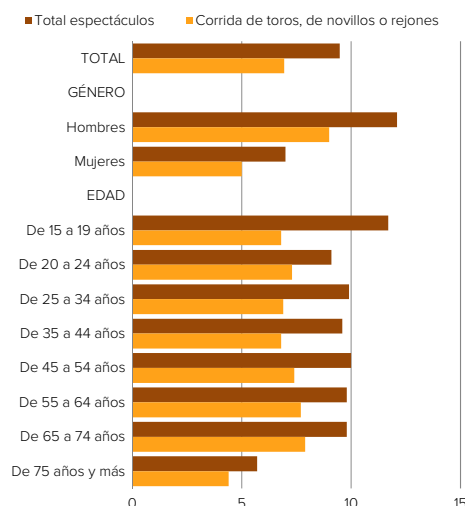


Gráfico 64
Personas que han comprado libros en el último trimestre por vías de adquisición
(En porcentaje)

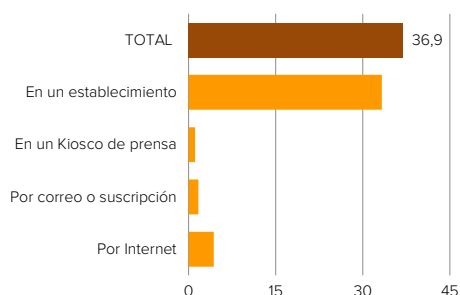


Gráfico 65
Personas según la compra de música grabada en el último trimestre por vías de adquisición
(En porcentaje)

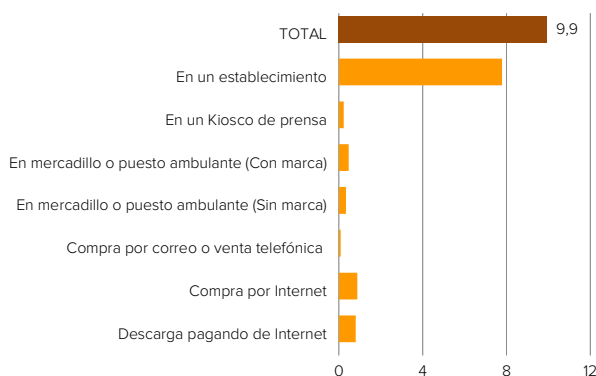
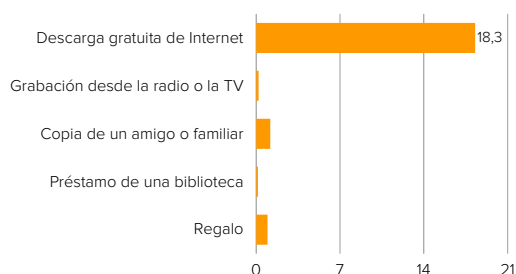


Gráfico 66
Personas que obtuvieron música grabada en el último trimestre por vías distintas de la compra
(En porcentaje)



Forma de adquisición de productos sujetos a propiedad intelectual

Por lo que respecta al sector libro, el porcentaje de personas que compran libros cada trimestre se sitúa en el 36,9% de los encuestados, la mayor parte adquiridos en un establecimiento, observándose porcentajes muy inferiores de compras en kioscos de prensa, por correo o suscripción y por Internet. La incidencia de otras vías de adquisición distintas a la compra, tales como la descarga gratuita por Internet o las fotocopias se estiman en el 2,5% y el 0,3% respectivamente de la población investigada.

En relación con la adquisición de música grabada, el 9,9% de los investigados ha realizado compras en el último trimestre, la mayor parte de ellos en un establecimiento. Los estimadores obtenidos indican que la compra de música sin marca en mercadillos o puestos ambulantes se sitúa en el 0,3% de la población investigada. La incidencia de las descargas gratuitas de música por Internet, realizadas cada trimestre por el 18,3% de la población, es ligeramente superior a la registrada en el periodo anteriormente investigado.

Aquellos que realizan compras de música sin marca en mercadillos o puestos ambulantes manifiestan como motivo principal el ahorro económico, 91,6%, a gran distancia de otros como la comodidad, 31,2%, y la rapidez e inmediatez, 18,9%. Entre los que realizan descargas gratuitas, el motivo principal es el ahorro económico, 77,5%, cifra similar a motivos como la comodidad, 75,1%, y la rapidez e inmediatez, 59,8%.

Gráfico 67
Personas que han comprado música sin marca o han descargado gratuitamente de Internet en un trimestre según el motivo
(En porcentaje)

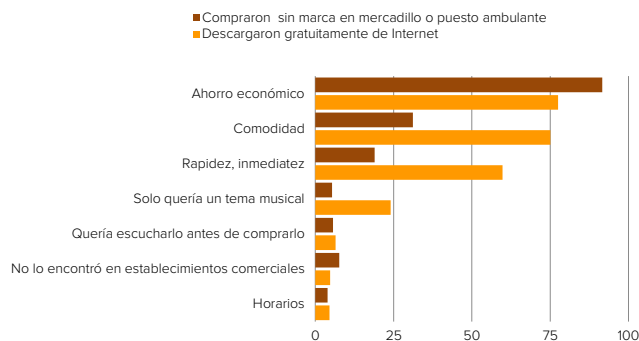


Gráfico 68
Personas según la compra de vídeos en el último trimestre por vías de adquisición
(En porcentaje)

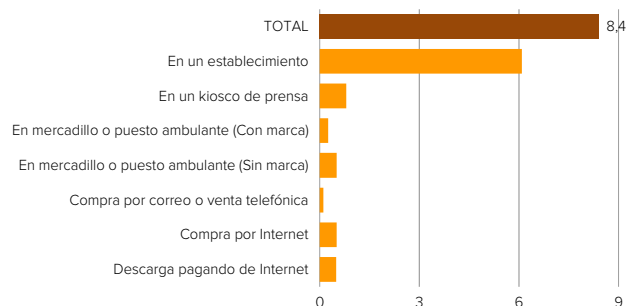


Gráfico 69
Personas que obtuvieron vídeos en el último trimestre por vías distintas de la compra
(En porcentaje)

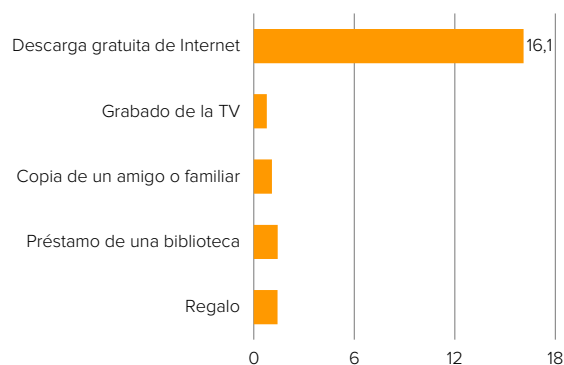
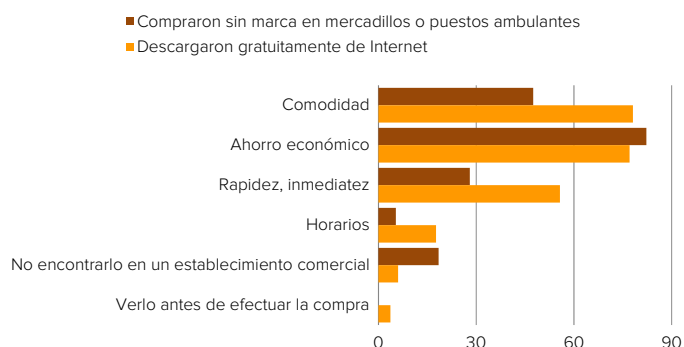


Gráfico 70
Personas que han comprado vídeos sin marca o han descargado gratuitamente de Internet en un trimestre según el motivo
(En porcentaje)

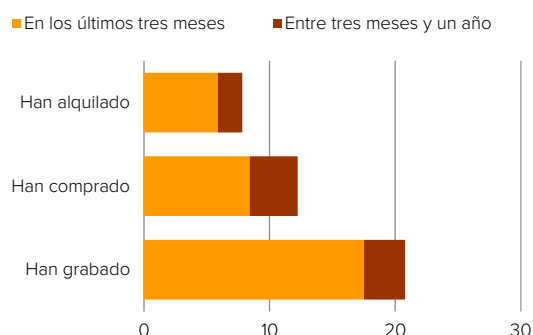


Por término medio cada trimestre un 8,4% de los investigados compra vídeos. Los resultados relativos a este ámbito indican un ligero descenso en los niveles de uso de canales que pueden vulnerar derechos de propiedad intelectual en relación a 2011. El 0,5% de la población compra vídeos sin marca en un mercadillo o puesto ambulante, y el porcentaje de personas que trimestralmente realiza descargas de vídeos gratuitamente de Internet es del 16,1% de la población.

Por lo que se refiere a los motivos manifestados por aquellos que realizan compras de vídeos sin marca en mercadillos o puestos ambulantes destacan, al igual que sucedía en música, el ahorro económico, un 82,2% y la comodidad, 47,5%, a gran distancia de los siguientes como la rapidez e inmediatez, 28%, y teniendo escasa incidencia los restantes motivos. Entre los que realizan descargas gratuitas de vídeo la comodidad pasa a ser el principal motivo, 78%, seguido a corta distancia del ahorro económico, 77%, o la rapidez e inmediatez, 55,7%. Un 17,6% señala los horarios y un 6% las dificultades para encontrarlo en un establecimiento comercial.

Por lo que se refiere a las vías de adquisición utilizadas por los que obtuvieron software, incluido software de videojuegos, si se consideran aquellos que no conservan copias originales de los programas, junto a los que declaran haberlo obtenido mediante copias de un amigo y a los que descargan gratuitamente de Internet programas que no sean de libre acceso (software libre, en prueba, etc.), resulta en su conjunto un 11,9% de la población que obtuvo software en el último año por alguna de las vías irregulares señaladas.

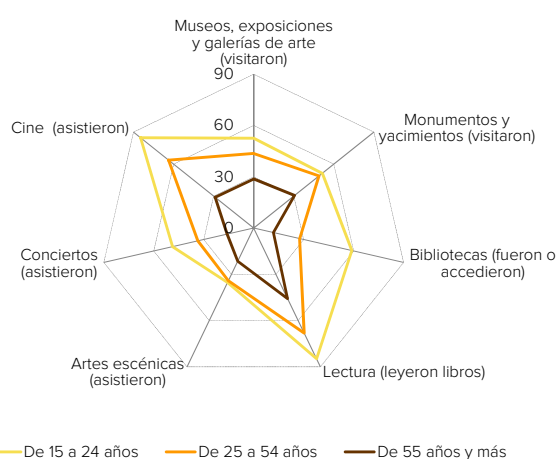
Gráfico 71
Personas según la grabación, compra o alquiler de vídeos en el último año
(En porcentaje)



Cuadro 1
Personas que realizaron determinadas actividades culturales según género
(En porcentaje)

	Total	Hombres	Mujeres
Visitaron museos (año)	33,2	32,3	34,2
Visitaron exposiciones (año)	23,8	23,5	24,1
Visitaron galerías de arte (año)	12,7	12,0	13,4
Pintaron o dibujaron (año)	13,7	11,6	15,6
Visitaron monumentos (año)	41,4	41,9	41,0
Visitaron yacimientos arqueológicos (año)	16,6	16,9	16,3
Fueron a un archivo (año)	5,6	6,3	4,9
Fueron a una biblioteca (año)	22,7	20,2	25,2
Accedieron por Internet a una biblioteca (año)	7,9	7,5	8,3
Leyeron libros (año)	62,2	57,6	66,5
- Relacionados con la profesión o estudios	29,0	30,9	27,3
- No relacionados con la profesión o estudios	56,0	49,4	62,3
Leyeron libros en formato digital (año)	17,7	17,2	18,2
Escribieron (año)	7,8	7,0	8,6
Asistieron al teatro (año)	23,2	20,6	25,7
Hicieron teatro (año)	2,2	1,6	2,8
Asistieron a la ópera (año)	2,6	2,2	3,1
Asistieron a la zarzuela (año)	1,8	1,3	2,2
Asistieron a espectáculos de ballet o danza (año)	7,0	5,3	8,6
Hicieron danza o baile (año)	4,9	2,6	7,1
Escucharon música (mes)	85,5	87,4	83,8
Asistieron a conciertos de música clásica (año)	8,6	7,9	9,2
Asistieron a conciertos de música actual (año)	24,5	25,9	23,2
Tocaron un instrumento musical (año)	7,8	9,7	6,0
Cantaron en un coro (año)	2,4	1,8	3,0
Asistieron al cine (año)	54,0	54,4	53,6
Vieron videos (mes)	42,1	46,6	37,8
Hicieron fotografía (año)	28,9	29,7	28,1
Hicieron videos (año)	15,0	16,0	14,0
Descargaron música gratuitamente (trimestre)	18,3	20,4	16,2
Descargaron videos gratuitamente (trimestre)	16,1	18,8	13,6
Utilizaron videojuegos (mes)	13,8	20,2	7,8
Utilizaron ordenador por ocio (mes)	62,5	65,7	59,5
Utilizaron Internet por ocio (mes)	66,9	69,6	64,4

Gráfico 72
Personas que realizaron determinadas actividades culturales según edad y estudios
(En porcentaje)



Resultados por género, edad y estudios

Los indicadores ofrecen diferencias significativas por género. Entre las mujeres es mayor la afición por la escritura, 8,6% frente al 7% observado en hombres, y por la lectura, 66,5% frente al 57,6%, con excepción de la lectura profesional y la prensa, actividades a las que son más asiduos los hombres.

Ellas asisten con más frecuencia a bibliotecas tanto de forma presencial, 25,2% frente al 20,2%, como a través de Internet, 8,3% y 7,5% respectivamente. Realizan con más intensidad actividades artísticas como pintar o dibujar y presentan tasas superiores a la media en visitas a museos, exposiciones o galerías de arte, observándose en los hombres mayor intensidad en visitas a monumentos y a yacimientos arqueológicos.

Tocar un instrumento musical, hacer fotografía o vídeo son aficiones artísticas más frecuentes entre los hombres, que presentan asimismo mayores tasas de asistencia anual a conciertos de música actual y al cine. Si nos centramos en el colectivo de los que hacen teatro, baile o danza, son más altas las tasas observadas entre las mujeres, siendo también ellas las más asiduas a este tipo de espectáculos.

Los jóvenes presentan las tasas de participación cultural más altas prácticamente en todos los ámbitos culturales: visitan más museos, monumentos, asisten más a espectáculos escénicos o musicales, leen más, van más a bibliotecas, realizan más prácticas culturales activas. Esta altísima participación va decreciendo, con mayor o menor intensidad, al aumentar la edad de forma sistemática. Sin duda el nivel de estudios es la variable más determinante en la participación cultural, ascendiendo ésta de forma sistemática con él.

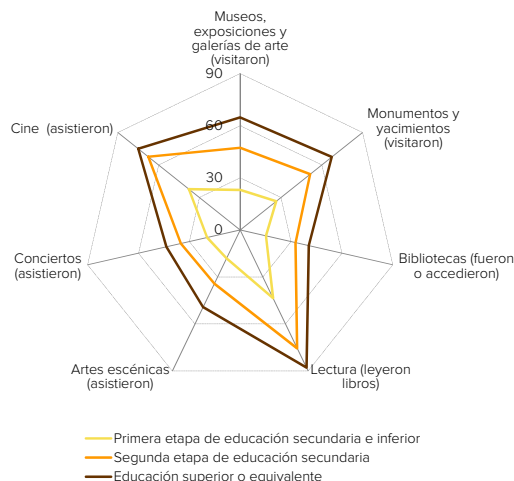
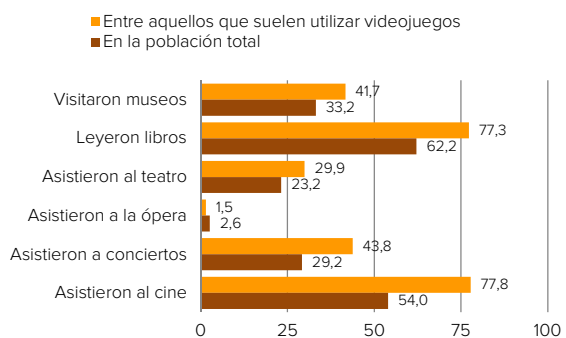
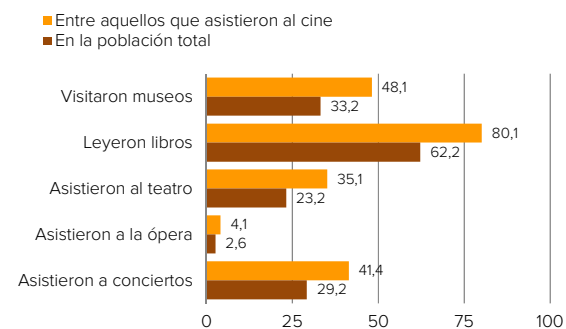
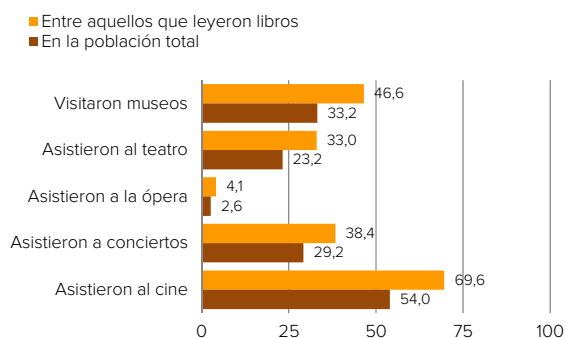
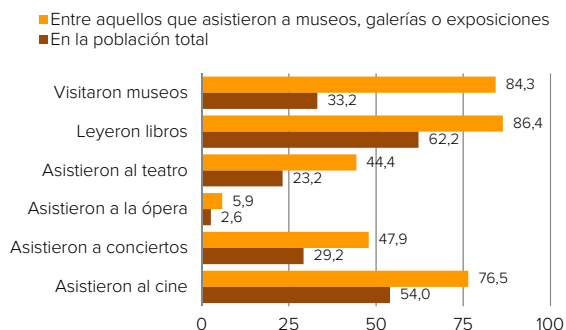


Gráfico 73
Indicadores de participación cultural anual en la población total analizada y en diversos colectivos
(En porcentaje)



Indicadores de participación cultural interrelacionados

La encuesta ofrece asimismo indicadores de participación cultural evaluados en colectivos de personas en los que se observa un comportamiento cultural determinado, que ponen de manifiesto las fuertes interrelaciones entre ellos.

Si nos centramos en el colectivo de los que asistieron a museos, galerías o exposiciones en el último año se observa un fuerte incremento en sus tasas de lectura, 86,4%, frente al 62,2% del conjunto de la población analizada. En ellos se duplica la tasa anual de asistencia al teatro, 44,4% y se alcanza una tasa de asistencia al cine del 76,5%. Entre aquellos que leyeron un libro en el último año la tasa de asistencia a museos alcanza el 46,6%, un 33% asiste al teatro cada año y un 32,2% a conciertos de música actual.

Los que asistieron a algún espectáculo de artes escénicas duplican la tasa de asistencia a museos, 62,3%, y alcanzan los máximos de lectura y de asistencia anual al cine, con porcentajes del 85,8% y del 79,3%, respectivamente. Si se centra el análisis en aquellos que asistieron en el último año a algún tipo de concierto se observa en ellos una alta tasa de lectores, el 81,8% en términos anuales, y de asistencia al cine, el 76,5%. Prácticamente todos ellos suelen escuchar música al menos una vez al mes, 95,7%.

Los que asisten al cine cada año superan en 15 puntos porcentuales la tasa media de asistencia a museos, en casi 20 puntos la de lectores anuales, y en ellos se alcanza una tasa del 35,1% de asistencia anual al teatro.

Entre aquellos que suelen utilizar videojuegos es mucho más frecuente la asistencia al cine y la afición por la música o la lectura, con tasas anuales del 77,8%, 97,4% y 77,3%, respectivamente.

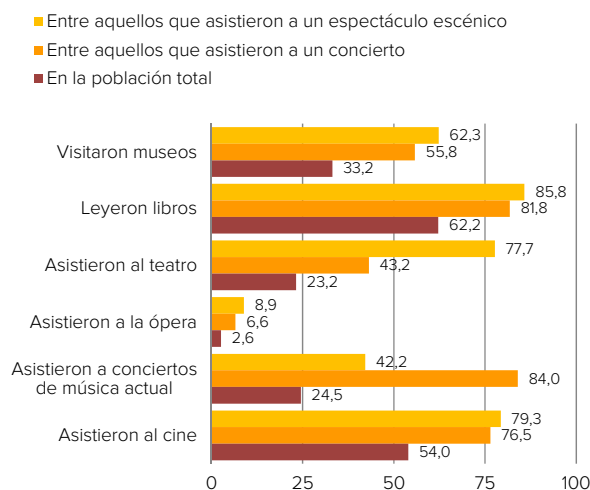
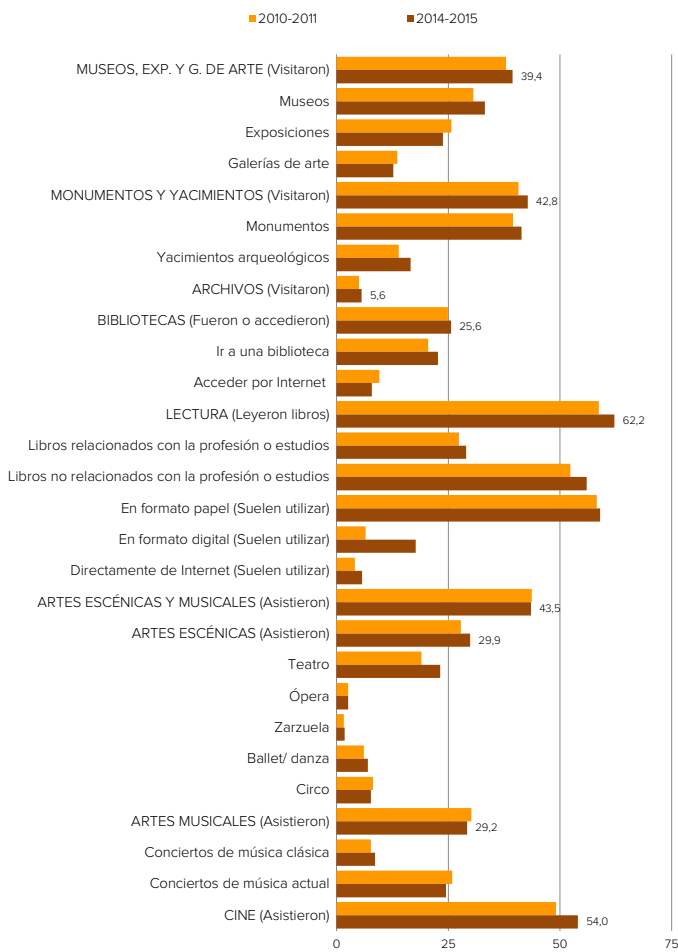
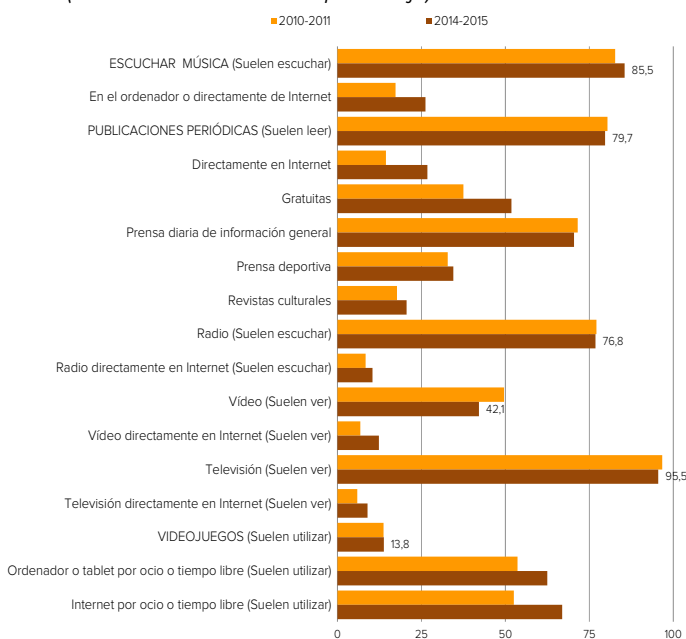


Gráfico 74
Evolución de los principales indicadores de participación cultural
(Indicadores anuales en porcentaje)



(Indicadores mensuales en porcentaje)

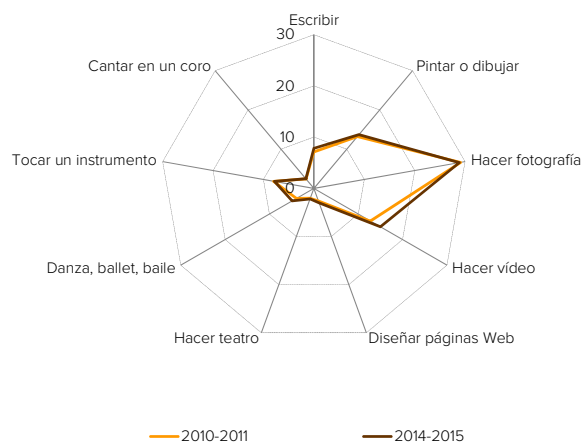


Evolución de los principales indicadores de participación cultural

Resulta importante destacar que, desde la última encuesta realizada, con referencia a 2010-2011, se observa un crecimiento en las tasas de la asistencia anual a museos, monumentos, yacimientos y archivos. De forma análoga se registran incrementos en la asistencia a bibliotecas y en las tasas anuales de lectura, muy especialmente en lectura en formato digital. Por lo que respecta a la asistencia a espectáculos en directo, en conjunto estable, destaca la favorable evolución de la asistencia al teatro, zarzuela, ballet o danza o a conciertos de música clásica. Frente a ello se observan ligeros descensos en las tasas anuales de asistencia a conciertos de música actual. El cine continúa siendo sin duda el espectáculo cultural con más adeptos y presenta en este periodo una favorable evolución.

Si se comparan los resultados de la encuesta con los disponibles para el periodo 2006-2007, se observa un crecimiento en las tasas de la asistencia anual a museos, monumentos, yacimientos y archivos. De forma análoga se observa un crecimiento de la asistencia o acceso a bibliotecas, y un incremento en las tasas anuales de lectura. Por lo que se refiere a las artes escénicas y musicales, aún con la favorable evolución de la asistencia al teatro, ballet o danza, en conjunto se observa un descenso en las tasas anuales de asistencia a espectáculos en directo.

Gráfico 75
Evolución de los principales indicadores de prácticas activas culturales
(En porcentaje)



R1. Personas que realizaron o suelen realizar determinadas actividades culturales*(En porcentaje de la población de cada colectivo)*

EN EL ÚLTIMO AÑO	TOTAL			Hombres			Mujeres		
	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2006-2007	2010-2011	2014-2015
	MUSEOS, EXPOSICIONES Y GALERÍAS DE ARTE (Visitaron)	38,2	37,9	39,4	38,1	38,1	38,8	38,2	37,6
Museos	31,2	30,6	33,2	31,0	30,7	32,3	31,3	30,5	34,2
Exposiciones	24,7	25,7	23,8	24,2	25,2	23,5	25,2	26,2	24,1
Galerías de arte	13,7	13,6	12,7	13,5	13,5	12,0	13,9	13,7	13,4
MONUMENTOS Y YACIMIENTOS (Visitaron)	35,6	40,7	42,8	36,7	42,7	43,2	34,4	38,8	42,3
Monumentos	34,1	39,5	41,4	35,1	41,2	41,9	33,2	37,8	41,0
Yacimientos arqueológicos	13,0	13,9	16,6	14,2	15,6	16,9	11,9	12,3	16,3
ARCHIVOS (Visitaron)	3,9	5,0	5,6	4,3	5,3	6,3	3,5	4,6	4,9
BIBLIOTECAS (Fueron o accedieron)	19,2	24,9	25,6	17,7	23,7	23,4	20,7	26,0	27,7
Ir a una biblioteca	17,6	20,5	22,7	15,6	18,6	20,2	19,5	22,3	25,2
Acceder por Internet	4,6	9,6	7,9	5,0	10,2	7,5	4,2	9,1	8,3
LECTURA (Leyeron libros)	57,7	58,7	62,2	55,4	56,0	57,6	60,0	61,2	66,5
Libros relacionados con la profesión o estudios	25,1	27,4	29,0	27,9	30,3	30,9	22,5	24,5	27,3
Libros no relacionados con la profesión o estudios	52,5	52,3	56,0	48,1	47,2	49,4	56,7	57,2	62,3
En formato papel (Suelen utilizar)	-	58,3	59,0	-	55,5	54,4	-	60,9	63,3
En formato digital (Suelen utilizar)	-	6,5	17,7	-	8,2	17,2	-	4,8	18,2
Directamente de Internet (Suelen utilizar)	-	4,1	5,7	-	5,0	6,6	-	3,2	4,9
ARTES ESCÉNICAS Y MUSICALES (Asistieron)	45,5	43,7	43,5	46,3	44,4	42,5	44,8	43,0	44,4
ARTES ESCÉNICAS (Asistieron)	29,0	27,8	29,9	26,6	25,0	26,8	31,4	30,5	32,9
Teatro	19,1	19,0	23,2	17,0	17,0	20,6	21,0	21,0	25,7
Ópera	2,7	2,6	2,6	2,6	2,7	2,2	2,8	2,5	3,1
Zarzuela	1,9	1,6	1,8	1,7	1,5	1,3	2,1	1,6	2,2
Ballet / danza	5,1	6,1	7,0	4,0	4,8	5,3	6,2	7,4	8,6
Circo	10,6	8,2	7,7	10,6	7,7	7,6	10,6	8,6	7,8
ARTES MUSICALES (Asistieron)	31,2	30,2	29,2	33,9	32,9	30,0	28,7	27,6	28,4
Conciertos de música clásica	8,4	7,7	8,6	8,7	7,6	7,9	8,0	7,8	9,2
Conciertos de música actual	26,4	25,9	24,5	28,9	29,0	25,9	24,0	22,9	23,2
CINE (Asistieron)	52,1	49,1	54,0	54,3	50,5	54,4	50,1	47,7	53,6

AL MENOS UNA VEZ AL MES	TOTAL			Hombres			Mujeres		
	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2006-2007	2010-2011	2014-2015
	ESCUCHAR MÚSICA (Suelen escuchar)	86,9	82,7	85,5	88,6	84,7	87,4	85,3	80,7
En el ordenador o directamente de Internet	-	17,3	26,2	-	19,6	29,1	-	15,0	23,5
PUBLICACIONES PERIÓDICAS (Suelen leer)	81,4	80,4	79,7	85,7	85,9	84,8	77,2	75,1	74,8
Directamente en Internet	14,1	14,4	26,8	18,7	19,0	33,2	9,7	10,0	20,7
Gratuitas	41,5	37,5	51,8	42,8	41,6	58,9	40,2	33,6	45,0
Prensa diaria de información general	73,8	71,5	70,4	79,8	78,3	77,8	68,1	64,9	63,4
Prensa deportiva	25,1	32,8	34,5	43,9	57,0	60,1	7,1	9,6	10,1
Revistas culturales	15,2	17,7	20,6	14,9	19,1	21,2	15,5	16,3	19,9
AUDIOVISUALES (Suelen ver o escuchar)									
Radio	81,6	77,1	76,8	84,3	79,6	80,1	78,9	74,7	73,6
Directamente en Internet	-	8,4	10,4	-	10,2	12,2	-	6,7	8,8
Vídeo	51,9	49,6	42,1	56,5	53,5	46,6	47,5	46,0	37,8
Directamente en Internet	-	6,8	12,3	-	8,1	14,9	-	5,6	9,9
Televisión	98,2	96,7	95,5	98,1	96,8	94,9	98,3	96,7	96,1
Directamente en Internet	-	5,9	8,9	-	7,1	10,1	-	4,7	7,7
VIDEOJUEGOS (Suelen utilizar)	-	13,7	13,8	-	20,6	20,2	-	7,1	7,8
NUEVAS TECNOLOGÍAS (Suelen utilizar)									
Ordenador o tablet por ocio o tiempo libre	37,7	53,6	62,5	43,1	58,5	65,7	32,4	49,0	59,5
Internet por ocio o tiempo libre	33,1	52,5	66,9	37,8	56,9	69,6	28,6	48,3	64,4

R2. Personas que han realizado en el último año determinadas prácticas culturales activas*(En porcentaje de la población de cada colectivo)*

	TOTAL			Hombres			Mujeres		
	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2006-2007	2010-2011	2014-2015
Escribir	7,5	7,1	7,8	6,8	6,1	7,0	8,1	8,1	8,6
Pintar o dibujar	9,2	13,2	13,7	7,5	11,2	11,6	10,8	15,1	15,6
Otras artes plásticas	4,5	7,7	8,3	3,0	5,4	5,7	6,0	9,9	10,8
Hacer fotografía	16,6	29,1	28,9	18,0	30,9	29,7	15,3	27,3	28,1
Hacer vídeo	5,7	12,8	15,0	6,6	14,5	16,0	4,9	11,1	14,0
Diseño de páginas web	2,2	2,6	3,0	2,8	3,9	4,1	1,7	1,4	2,0
Hacer teatro	2,1	2,1	2,2	1,7	1,7	1,6	2,4	2,4	2,8
Danza, ballet, baile	3,8	3,9	4,9	2,0	2,1	2,6	5,4	5,7	7,1
Flamenco, baile español	-	-	1,7	-	-	1,1	-	-	2,2
Tocar un instrumento musical	5,9	8,0	7,8	7,5	10,2	9,7	4,4	5,9	6,0
Cantar en un coro	2,8	2,4	2,4	2,3	1,8	1,8	3,2	2,9	3,0

R3. Personas que han asistido en el último año a otras actividades culturales o relacionadas con el ocio*(En porcentaje de la población de cada colectivo)*

	Total			Hombres			Mujeres		
	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2006-2007	2010-2011	2014-2015
Centro cultural	22,9	19,2	19,9	23,1	19,2	18,8	22,7	19,2	21,0
Conferencia o mesa redonda	13,8	13,1	13,5	13,9	13,9	14,1	13,8	12,3	12,9
Circo	10,6	8,2	7,7	10,6	7,7	7,6	10,6	8,6	7,8
Otros espectáculos escénicos	-	3,4	3,0	-	3,5	3,0	-	3,2	3,0
Zoo o un parque con animales	20,2	16,5	14,5	20,2	16,4	14,0	20,2	16,6	14,9
Jardín botánico	13,8	12,1	11,5	14,5	12,8	10,9	13,2	11,5	12,0
Parque temático	17,7	15,1	13,7	18,9	15,9	14,0	16,5	14,3	13,4
Parque acuático	16,6	14,8	12,8	17,5	15,5	12,3	15,8	14,1	13,2
Parque de atracciones	19,4	17,5	15,0	21,1	18,2	15,2	17,7	16,9	14,8
Feria	47,8	51,0	45,4	49,6	53,4	46,7	46,0	48,7	44,1
Espectáculos deportivos	28,0	28,0	27,5	39,2	39,5	37,0	17,1	16,9	18,5
Espectáculos taurinos	9,8	8,5	9,5	11,5	10,6	12,1	8,2	6,4	7,0

R4. Personas que han recibido cursos de formación complementaria vinculados a la cultura según tipo*(En porcentaje de la población de cada colectivo)*

	Total		Hombres		Mujeres	
	2010-2011	2014-2015	2010-2011	2014-2015	2010-2011	2014-2015
Curso o taller de escritura	4,5	4,0	4,0	2,5	4,8	4,7
Pintura o dibujo	11,4	14,3	9,8	12,5	12,4	15,2
Otras artes plásticas	7,7	10,5	3,3	3,2	10,4	14,3
Fotografía no profesional	7,8	9,4	12,6	12,1	5,0	8,0
Otras audiovisuales	4,0	4,9	6,0	6,6	2,8	4,0
Diseño	4,5	4,0	5,6	7,2	3,8	2,3
Teatro	4,0	6,7	3,0	8,3	4,5	5,9
Danza	16,4	20,5	8,6	8,3	21,0	26,8
Otras artes escénicas	0,4	1,2	0,6	1,1	0,3	1,2
Tocar un instrumento musical	10,8	13,1	15,2	21,8	8,2	8,6
Otra formación musical	4,3	3,8	5,5	5,2	3,6	3,0
Otras materias vinculadas a la cultura	33,6	28,3	36,2	29,3	32,1	27,7

R5. Personas que han realizado compras de diversos equipamientos culturales en el último trimestre*(En porcentaje de la población de cada colectivo)*

	Total			Hombres			Mujeres		
	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2006-2007	2010-2011	2014-2015
Libros	34,5	34,9	36,9	31,6	32,3	34,3	33,7	37,4	39,4
Relacionados con la profesión o estudios	11,8	11,1	12,3	12,0	11,5	12,1	11,5	10,7	12,4
No relacionados con la profesión o estudios	29,2	29,1	31,5	25,8	25,8	28,8	32,4	32,2	34,1
Música grabada	22,5	11,7	9,9	24,8	13,2	11,0	20,2	10,3	8,9
Vídeos	14,1	10,7	8,4	16,3	12,3	9,3	12,1	9,1	7,5

R6. Personas que han obtenido libros, música o vídeos en el último trimestre según vías de adquisición*(En porcentaje de la población total)*

	Libros			Música			Vídeo		
	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2006-2007	2010-2011	2014-2015
COMPRA									
En un establecimiento	30,4	32,1	33,3	19,7	10,0	7,8	11,3	7,7	6,1
En un kiosco de prensa	2,2	1,5	1,1	0,6	0,3	0,2	1,9	2,2	0,8
Por correo, teléfono o suscripción	4,1	1,9	1,7	0,4	0,1	0,1	0,3	0,1	0,1
En un mercadillo o puesto ambulante (CON marca)	-	-	-	0,5	0,3	0,5	0,4	0,3	0,3
En un mercadillo o puesto ambulante (SIN marca)	-	-	-	1,5	0,4	0,3	1,0	0,6	0,5
Por Internet	0,6	1,0	2,0	0,8	0,8	0,9	0,1	0,2	0,5
Descarga pagando de Internet	0,0	0,1	2,5	0,5	0,5	0,8	0,1	0,2	0,5
POR VÍAS DISTINTAS A LA COMPRA									
Descarga gratuita de Internet	0,3	0,6	2,5	13,1	17,7	18,3	10,3	17,4	16,1
Fotocopia	0,2	0,6	0,3	-	-	-	-	-	-
Fotocopia de un libro completo	0,1	0,3	0,2	-	-	-	-	-	-
Fotocopia de parte de un libro	0,1	0,3	0,2	-	-	-	-	-	-
Grabación desde TV o radio	-	-	-	0,4	0,2	0,2	2,7	0,9	0,8
Copia (de un ebook) de un amigo o familiar	-	-	0,3	5,1	1,7	1,2	2,0	1,3	1,1
Préstamo de biblioteca o amigo	1,4	4,5	4,5	-	-	0,1	-	-	1,4
Regalo	1,7	5,9	2,6	0,6	0,2	1,0	0,3	0,5	1,4

SÍNTESIS DE RESULTADOS

R7. Personas según la disponibilidad de diversos equipamientos culturales en su hogar

(En porcentaje de la población de cada colectivo)

	TOTAL			Hombres			Mujeres		
	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2006-2007	2010-2011	2014-2015
LECTURA									
Equipos de lectura digital	-	0,8	40,4	-	0,9	40,8	-	0,7	39,9
Lectores de libros digital	-	0,8	28,3	-	0,9	28,3	-	0,7	28,2
Otros dispositivos móviles con lector	-	-	27,3	-	-	28,6	-	-	26,1
Libros	94,9	93,7	93,2	95,2	93,9	92,7	94,6	93,5	93,6
En formato papel	94,9	93,7	93,0	95,2	93,9	92,6	94,6	93,5	93,4
En formato digital	-	4,6	23,8	-	5,3	23,9	-	3,9	23,6
Más de 25 libros	71,5	68,4	69,3	71,6	66,8	67,4	71,6	70,0	71,2
MÚSICA									
Equipos en los que escuchar música	98,3	97,1	97,0	98,8	97,5	97,7	97,8	96,8	96,3
Radio	97,3	91,3	88,9	97,7	92,1	89,9	97,0	90,6	87,9
CD, Blu-Ray	81,6	83,8	77,9	83,8	85,6	80,0	79,5	82,2	75,9
Discos de vinilo	30,7	26,4	23,4	31,3	26,4	23,7	30,2	26,3	23,0
Reproductor de música digital (MP3, Ipad y otros)	38,3	52,2	49,7	41,1	54,3	51,3	35,6	50,2	48,1
Móvil con reproductor de música	28,9	55,2	72,2	31,1	56,8	74,1	26,7	53,8	70,3
Soportes de sonido	84,9	87,2	81,8	86,9	88,5	83,5	82,8	85,9	80,1
Instrumentos musicales	33,6	39,7	37,1	34,0	39,6	37,3	33,3	39,7	36,9
AUDIOVISUALES									
Equipos en los que ver TV	99,7	99,7	99,3	99,7	99,8	99,2	99,6	99,7	99,3
Aparato de televisión	99,7	99,7	99,0	99,7	99,7	99,0	99,6	99,7	99,1
Otros equipos	-	20,4	17,2	-	20,3	18,1	-	20,5	16,3
Equipos en los que ver vídeo	85,4	87,3	78,0	87,8	88,7	79,6	83,2	85,8	76,4
Vídeo DVD, Blu-Ray	85,4	81,4	73,5	87,8	83,5	74,6	83,2	79,4	72,4
Reproductor de vídeo digital	-	13,3	23,3	-	14,3	25,3	-	12,3	21,3
Otros equipos	-	10,6	11,2	-	11,1	12,7	-	10,2	9,7
Equipos en los que pueden hacer fotografías o vídeos	-	83,8	87,6	-	84,8	88,7	-	82,9	86,5
Cámara fotográfica	73,2	68,4	62,2	75,0	68,5	62,2	71,6	68,2	62,1
Cámara de vídeo	30,6	30,4	25,5	32,5	31,7	25,4	28,8	29,2	25,5
Cámara de fotografía y vídeo	-	36,1	41,3	-	37,3	41,8	-	35,1	40,8
Móvil con reproductor de vídeo	-	38,8	69,0	-	40,7	71,0	-	36,9	67,2
Soportes de vídeo	83,1	84,1	73,1	85,8	85,4	75,0	80,5	82,8	71,2
Soportes de vídeo (VHS, DVD, Blu-Ray)	83,1	83,8	71,3	85,8	85,0	72,9	80,5	82,6	69,6
Otros soportes de vídeo digital	-	15,6	21,7	-	17,4	23,9	-	13,9	19,5
CONSOLAS, ORDENADOR E INTERNET									
Disponen de software									
Software de juegos (*)	30,0	37,5	30,9	32,5	39,9	34,2	27,6	35,1	27,8
Software educativos	-	29,7	20,0	-	30,7	20,8	-	28,7	19,2
Programas de reproducción de audio o vídeo	35,4	43,7	38,7	39,0	46,2	41,3	31,8	41,2	36,2
Consola de videojuegos	22,6	39,7	38,1	25,9	42,6	41,5	19,4	37,0	35,0
Ordenador o tablet	60,6	72,2	78,3	63,2	74,1	79,7	58,2	70,4	76,9
Acceso a Internet	43,3	64,0	77,7	46,2	65,6	79,7	40,5	62,5	75,8
Móvil con acceso a Internet	-	36,4	72,7	-	38,6	74,6	-	34,3	70,8

(*) En 2007 incluye software educativo



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE EDUCACIÓN, CULTURA
Y DEPORTE