

ESTADÍSTICA

18

19

**ENCUESTA
DE HÁBITOS
Y PRÁCTICAS
CULTURALES
EN ESPAÑA**

2018-2019

SÍNTESIS DE RESULTADOS

SÍNTESIS DE RESULTADOS

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

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

Septiembre 2019



MINISTERIO
DE CULTURA
Y DEPORTE

Edita:

© SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA
Subdirección General de Atención al ciudadano,
Documentación y Publicaciones

NIPO papel: 822-19-061-0
NIPO en línea 822-19-062-6

**Encuesta de Hábitos y Prácticas
Culturales en España
2018 – 2019***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 2018-2019, estadística oficial de periodicidad cuatrienal incluida en el Plan Estadístico Nacional, es una investigación por muestreo realizada por la División de Estadística y Estudios de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Cultura y Deporte 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.

De forma análoga a otras ediciones cuatrienales de la encuesta 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 principales 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 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.culturaydeporte.gob.es junto a los resultados completos de la encuesta.

Breve referencia metodológica

La recogida de información individual comenzó en junio de 2018 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 2018 y febrero de 2019, 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)

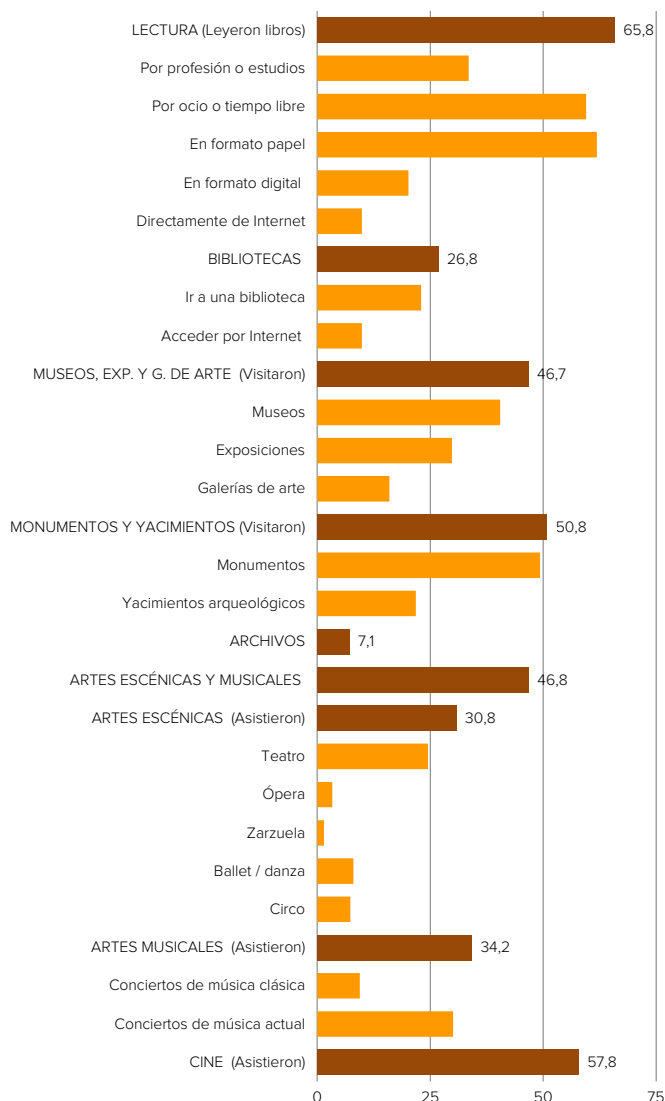
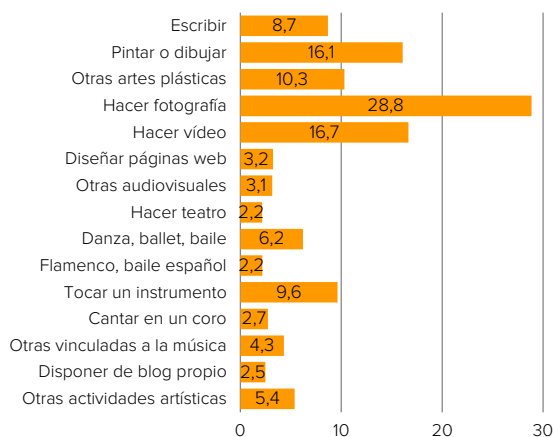


Gráfico 2
Principales indicadores anuales de actividades artísticas
(En porcentaje)



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 65,8% y el 57,8%, respectivamente.

Estas actividades son seguidas en intensidad por la visita a monumentos o yacimientos, en conjunto el 50,8% de la población investigada, un 49,3% monumentos y un 21,8%, yacimientos arqueológicos. Por lo que respecta a la asistencia a museos, exposiciones o galerías de arte, las tasas anuales se sitúan en el 46,7% de la población analizada.

Cada año el 46,8% de los investigados asiste a espectáculos en directo, destacando entre ellos los conciertos de música actual, 30,1% y el teatro, 24,5%. Con menor frecuencia se encuentran la asistencia a conciertos de música clásica, 9,4%, ballet o danza, 8%, espectáculos de circo, 7,3%, ópera, 3,3%, o zarzuela, 1,5%.

El 26,8% de la población acude cada año a una biblioteca o accede virtualmente a ella. Las visitas a archivos son realizadas anualmente por el 7,1% 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 28,8%, vídeo, un 16,7% o pintura o dibujo 16,1%. Son seguidas por la afición por escribir 8,7%, las vinculadas a las artes musicales -un 9,6% toca algún instrumento y el 2,7% canta en un coro- y por las relacionadas con las artes escénicas, el 6,2% ballet o danza y el 2,2% hace teatro.

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

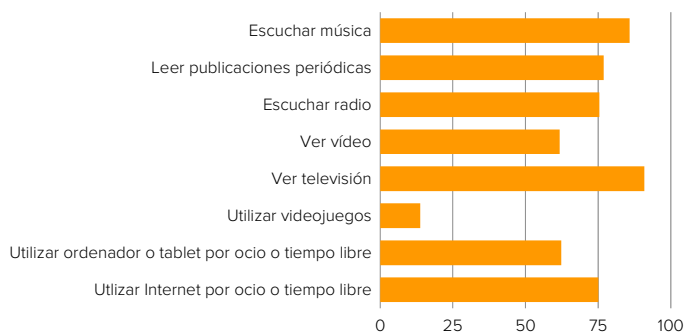


Gráfico 4
Personas según la visita a museos
(En porcentaje)

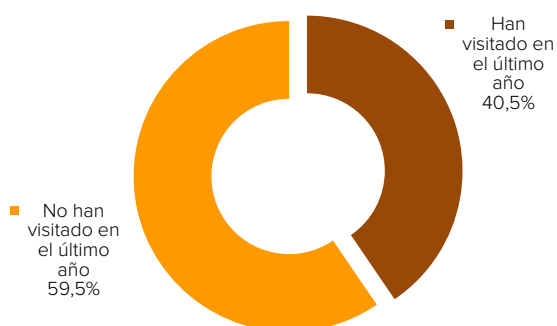


Gráfico 5
Personas que visitaron museos en el último año según características
(En porcentaje)

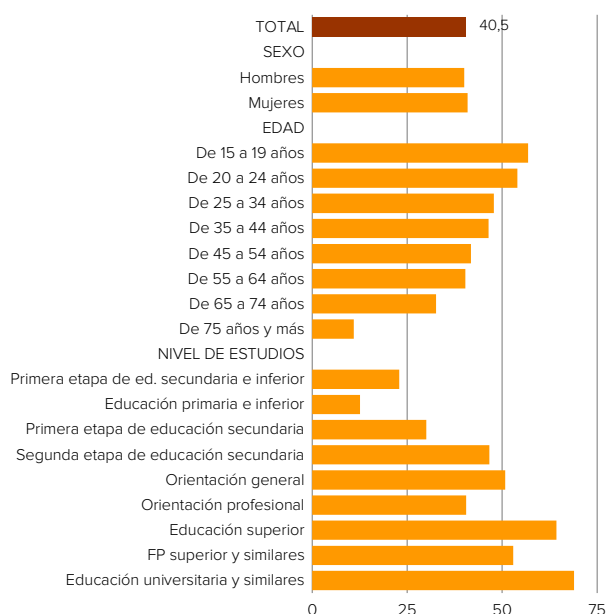
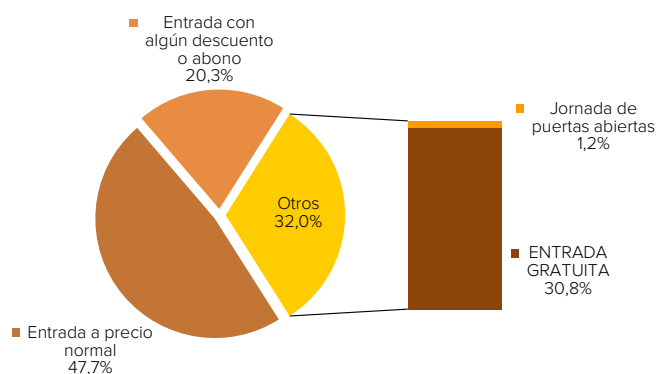


Gráfico 6
Personas que han visitado museos en un año según el tipo de entrada de la última vez que han ido
(En porcentaje)



Museos, exposiciones y galerías de arte

En conjunto, el 46,7% de la población analizada realizó en el último año una visita a un museo, exposición o galería de arte.

Un 40,5% 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 8,2 puntos.

El 92,8% de las personas que visitaron un museo en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 7,2% que declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios. El 98,7% de los que acuden a un museo visitan su exposición permanente o temporal, y el 14,2% realizan alguna otra actividad.

Más de la mitad, un 51,7% de las visitas a los museos se realizaron en fin de semana o festivo. Un 26,2% de los que visitaron museos en el último año lo hicieron en su ciudad, el 22,5% en su comunidad autónoma, el 30,6% en el resto de España y el 20,7% en el extranjero.

Un 47,7%, pagan la entrada a su precio normal, mientras el 20,3% utilizó entrada con descuento o abono y el 32,0% accedió mediante entrada gratuita. La entrada en jornada de puertas abiertas ha supuesto, en el periodo analizado, el 1,2% del total de entradas analizadas. Entre aquellos que accedieron con entrada no gratuita, un 16,8% adquirieron su entrada por Internet.

Destaca el incremento de la población que realiza visitas virtuales a museos a través de Internet, un 8,3% de la población objeto de estudio 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)

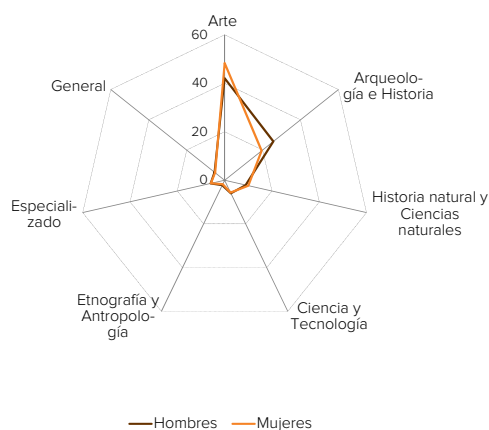


Gráfico 8
Personas según la visita a exposiciones
 (En porcentaje)

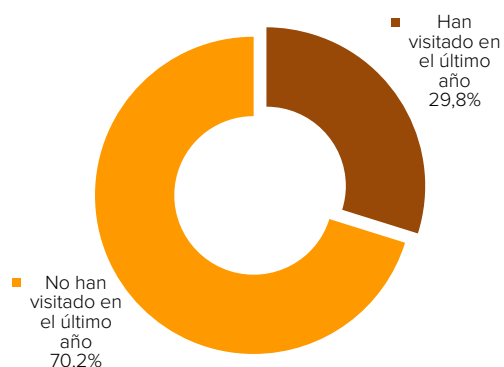


Gráfico 9
Personas según la visita a galerías de arte
 (En porcentaje)

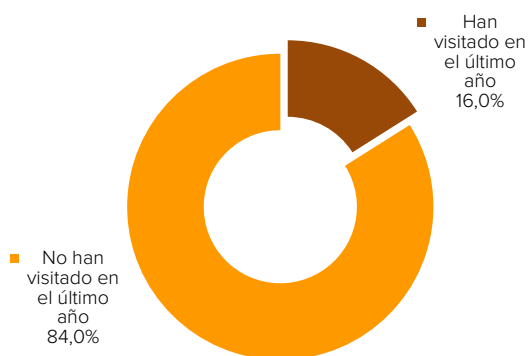
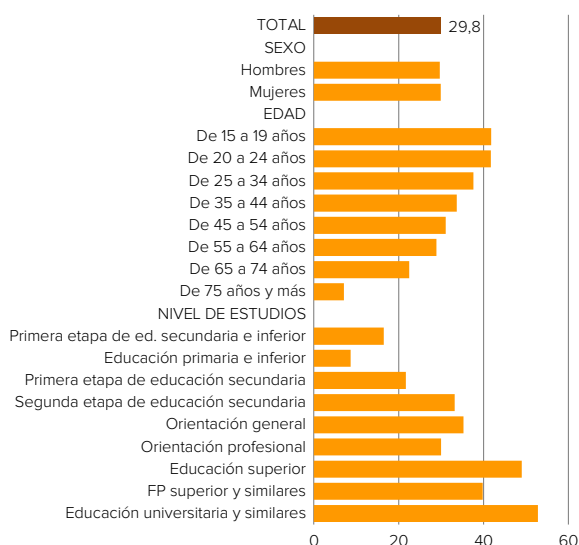


Gráfico 10
Personas que visitaron exposiciones en el último año según características
 (En porcentaje)



Un 29,8% 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, 2,3 veces cada uno.

El 92,1% de las personas que visitaron una exposición en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 7,9% 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, 50,9%.

Los niveles de asistencia a galerías de arte son muy inferiores a los observados en museos y exposiciones. Un 16,0% de la población investigada ha visitado una galería de arte en el último año.

El 90,6% de las personas que visitaron una galería de arte en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 9,4% que declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios.

El 47,7% de las visitas se realizaron en fin de semana o festivo, frente al 52,3% que se desarrollaron en un día laboral.

Mercado del arte

En relación al mercado del arte, el 1,6% de la población ha asistido el último año a una subasta o feria de arte, el 1,2% ha realizado alguna compra y un 0,6% se clasifica como coleccionista de arte.

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

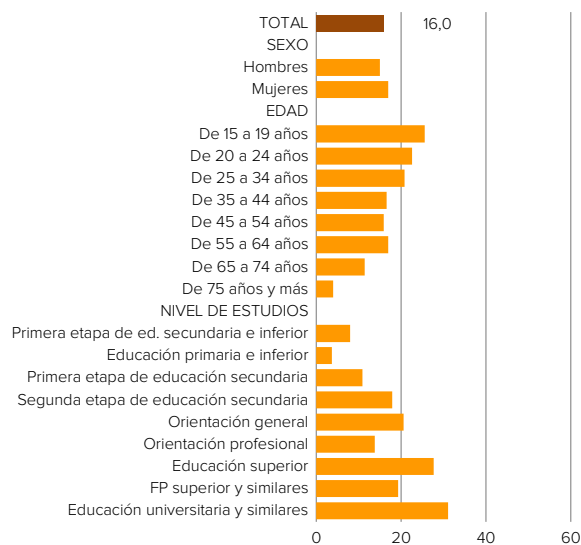


Gráfico 12
Personas según la visita a monumentos
 (En porcentaje)

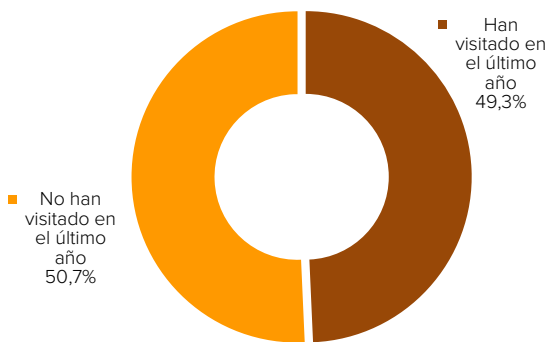


Gráfico 13
Personas según la visita a yacimientos arqueológicos
 (En porcentaje)

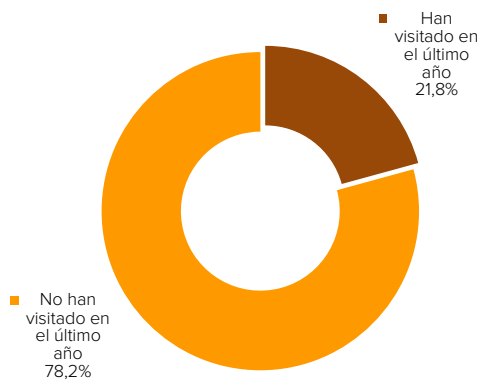
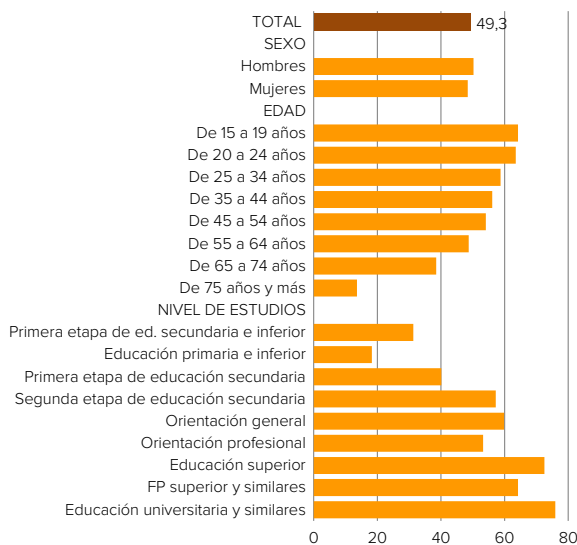


Gráfico 14
Personas que visitaron monumentos en el último año según características
 (En porcentaje)



Monumentos y yacimientos arqueológicos

En conjunto, el 50,8% de la población analizada realizó en el último año una visita a un monumento o yacimiento arqueológico.

El 49,3% 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 frecuencia, 4,2 veces de media.

El 94,1% de las personas que visitaron un monumento en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 5,9% 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, 53,1%.

El 36,9% de la población tiene un elevado interés por los yacimientos arqueológicos. El 21,8% los visitó en el último año y el 9,8% en el trimestre, una media de 2,2 veces. El 92,4% de las personas que visitaron un yacimiento en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 7,6% 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, 51,1%.

Se analizan por primera vez las visitas virtuales a través de Internet a monumentos y yacimientos arqueológicos, con tasas del 9,9% y 4,9% respectivamente.

Se trata de un público satisfecho con índices medios de satisfacción de 8,3 puntos sobre 10 para monumentos y 8,2 para yacimientos.

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

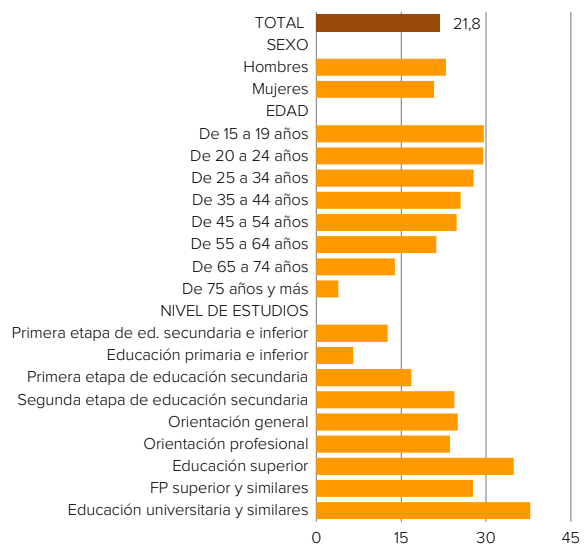


Gráfico 16
Personas según la asistencia o acceso a bibliotecas en el último año
(En porcentaje)

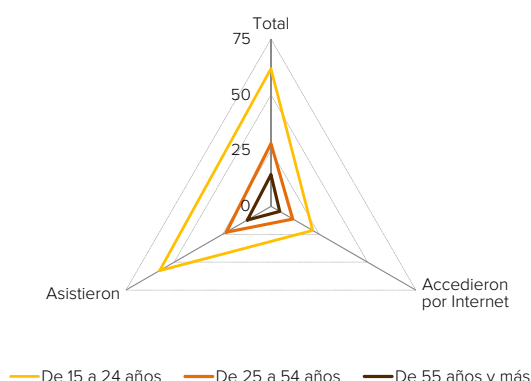


Gráfico 17
Personas según la asistencia presencial a bibliotecas en el último año
(En porcentaje)

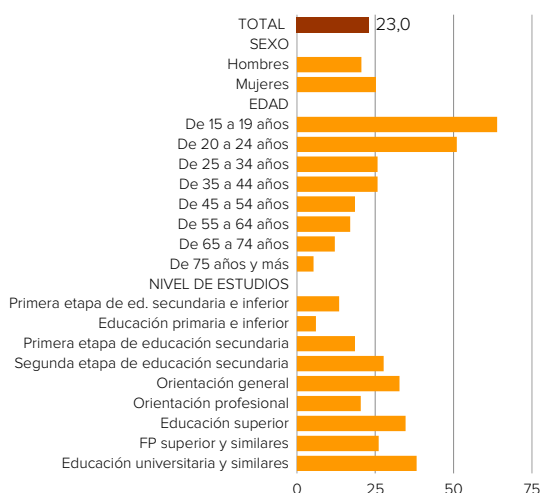
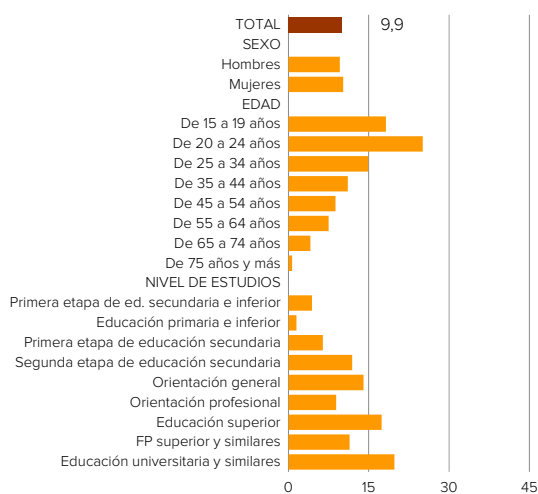


Gráfico 18
Personas según el acceso a bibliotecas a través de Internet en el último año
(En porcentaje)



Bibliotecas y archivos

Cada año una de cada cuatro personas, 26,8% de la población analizada, asiste a una biblioteca o accede a ella por Internet.

La asistencia presencial se estima, en términos anuales, en el 23,0% frente al acceso a las mismas a través de Internet que realiza el 9,9%.

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, 10,2 veces cada uno y los que accedieron por Internet 18,7 veces. Un 89,1% de los que acudieron a la biblioteca, lo hicieron de lunes a jueves, teniendo una incidencia muy inferior la visita en viernes, 5,0%, y en fines de semana, 5,9%. El 55,3% no llevó libros propios.

Los principales motivos para acudir a una biblioteca, entre los que acuden al trimestre, son estudiar, 29,4% o el préstamo de libros. Entre aquellos que van o acceden electrónicamente a una biblioteca un 8,8% ha utilizado el servicio de préstamo online de libros digitales.

Si bien la visita a los archivos no es una de las actividades más frecuentes entre la población investigada, un 7,1% realizó visitas de este tipo en el último año, cifra que asciende al 15,5% de la población estudiante.

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

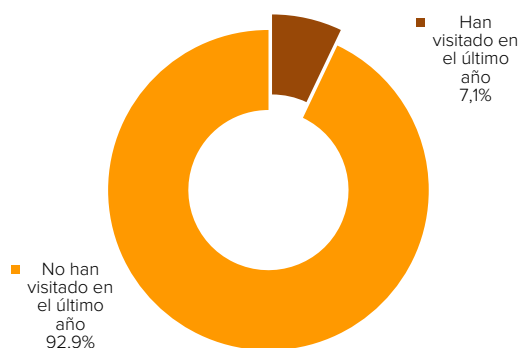


Gráfico 20
Personas según la lectura de libros en el último año
(En porcentaje)

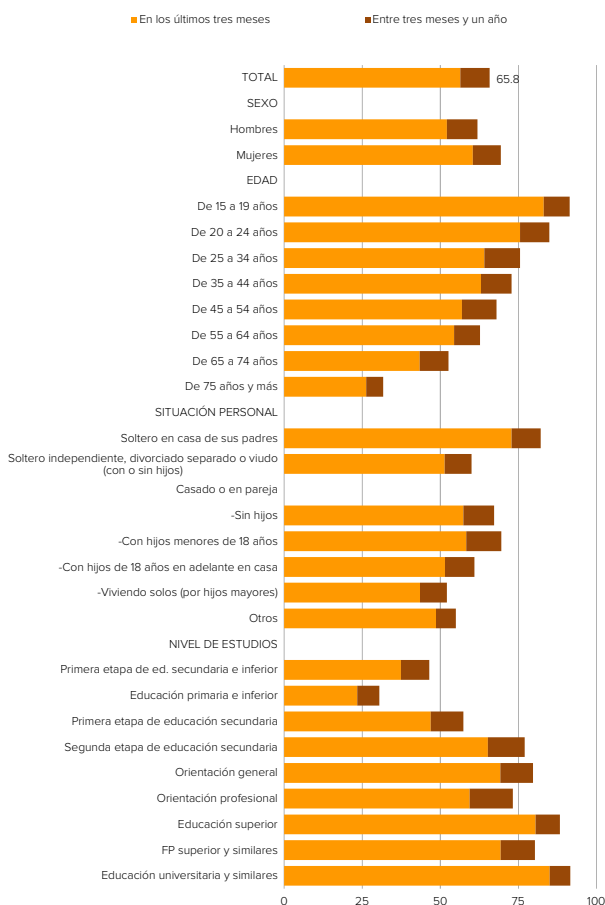
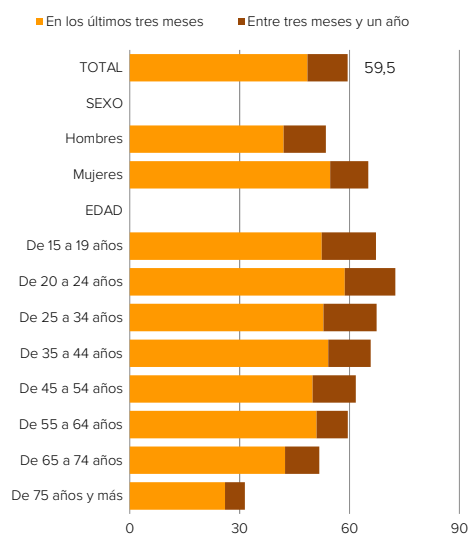


Gráfico 21
Personas según la lectura de libros no relacionados con la profesión o estudios en el último año
(En porcentaje)



Lectura

El 65,8% de la población analizada lee al menos un libro al año.

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 59,5% de los investigados, frente al 33,5% 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 91,6% en el último año y el 85,0% en el último trimestre. Las tasas de lectores anuales son superiores en las mujeres, 69,4%, frente al 62,0% 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, 82,2%, y en las parejas con hijos menores, 69,5%. Por situación laboral, los mayores valores se observan en los estudiantes, y en los económicamente activos. La encuesta investiga el formato de libro utilizado: el 61,9% de la población total analizada lee al menos un libro al año en soporte papel y el 20,2% soporte digital. Un 9,9% de la población manifiesta leer libros directamente en Internet, el 8,5% a través de un lector de libros digitales y el 7,3% a través de otros soportes móviles y un 1,2% a través de plataformas digitales.

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

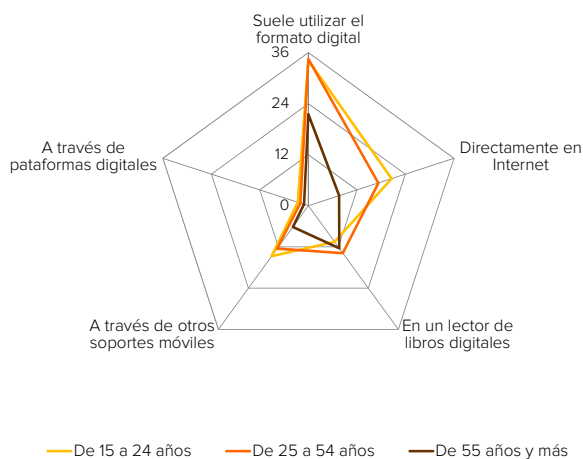


Gráfico 23
Personas que han leído libros por ocio en un trimestre según los temas que suelen leer
(En porcentaje)

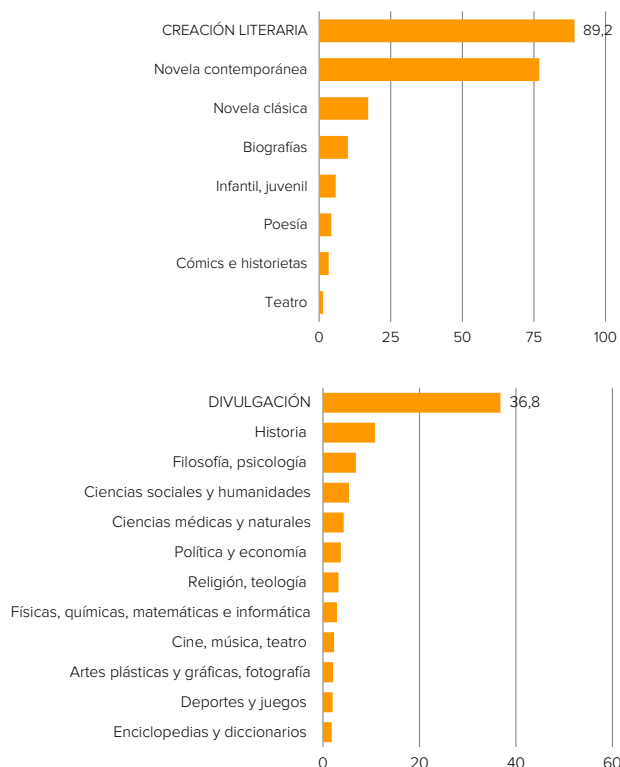
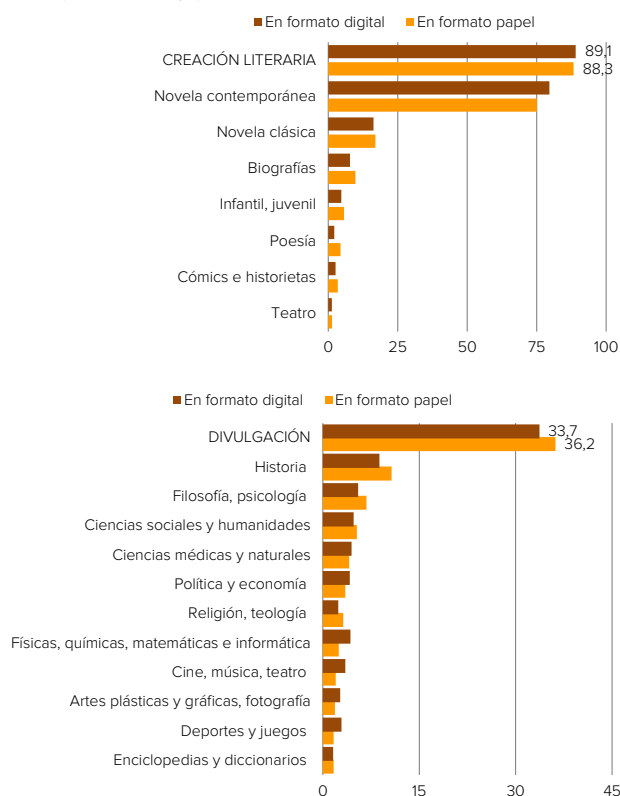


Gráfico 24
Personas que han leído libros por ocio en un trimestre según los temas que suelen leer y formato
(En porcentaje)



Por lo que respecta al tema escogido por los lectores por ocio en un trimestre un 89,2% escogió obras de creación literaria y el 36,8% obras de divulgación y no profesionales. Destaca entre los primeros el peso de la novela contemporánea, 76,9%, seguido de la novela clásica, 17,1%, y de biografías o libros de memorias, 10,0%. 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.

Los lectores de libro digital presentan tasas ligeramente superiores de lectura de novela contemporánea especialmente de aventura o policíaca y en libros divulgativos que versan sobre ciencias físicas, químicas, matemáticas o informática.

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 62,2% de ellos muestra indiferencia, el 19,7% prefiere la lectura de lunes a viernes y un 18% restante en fin de semana o festivo. Un 21,4% de ellos prefiere realizar esta actividad en vacaciones y el 10,7% en periodos laborales, siendo el 67,9% restante lectores en toda temporada.

Por lo que respecta al lugar en el que suele desarrollarse esta actividad, un 97,3% muestra preferencia por su casa, y, aunque con una importancia numérica muy inferior, en segundo lugar se sitúa el transporte como lugar de lectura, 9,8%.

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

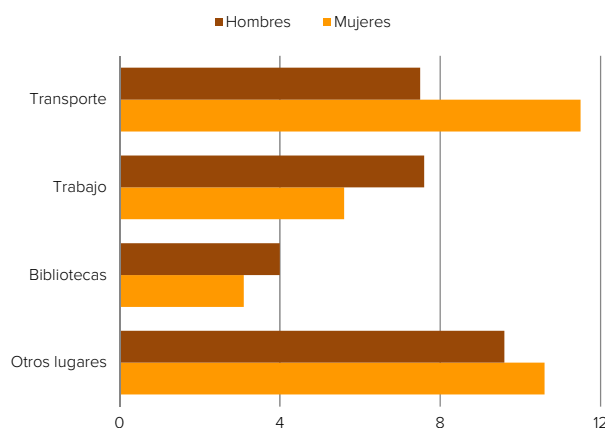


Gráfico 26
Personas que suelen leer prensa o publicaciones periódicas al menos una vez al mes según tipo
(En porcentaje)

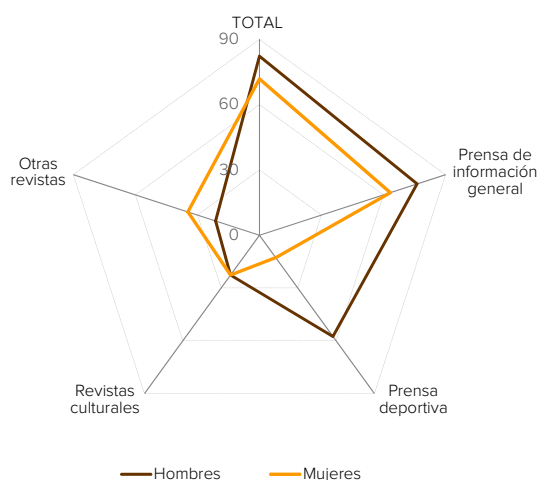


Gráfico 27
Personas que suelen leer prensa de información general al menos una vez al mes según formato
(En porcentaje)

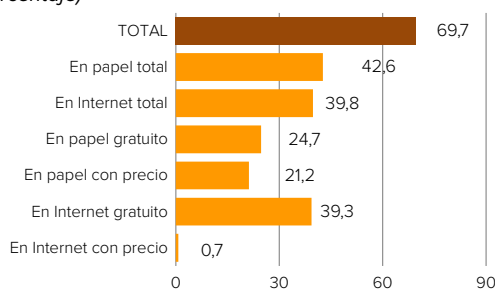
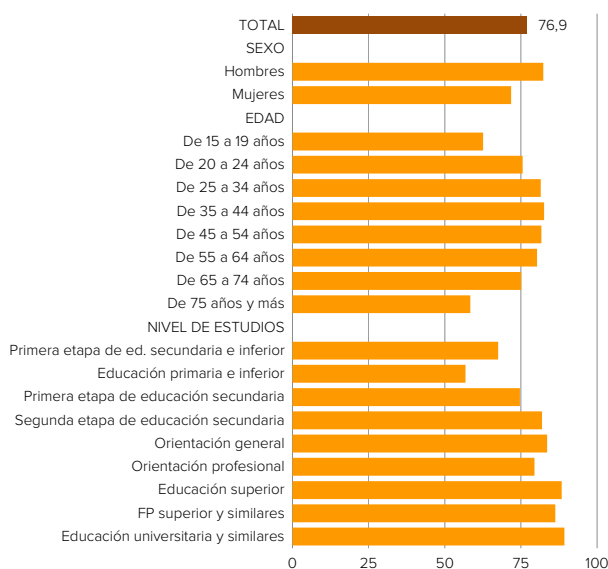


Gráfico 28
Personas que suelen leer prensa o publicaciones periódicas al menos una vez al mes según características
(En porcentaje)



Un 76,9% de la población suele leer al menos una vez al mes prensa o publicaciones periódicas. El 42,9% de los investigados utiliza para ello Internet, pero continúa siendo preferible la prensa o las publicaciones periódicas en papel, con un 52,4% de lectores al menos una vez al mes. La prensa gratuita es consultada mensualmente por el 29,7% de los investigados.

Por lo que respecta a la prensa de información general, un 44,4% de la población suele leerla diariamente, el 65,8% al menos una vez por semana o en fin de semana y el 69,7% de la población al menos una vez al mes. El hábito mensual es muy superior en los hombres, 76,3%, que en las mujeres, 63,3%, en las edades centrales, tomando su máximo en el grupo de 35 a 44 años, 78,2%, y en los ocupados, 79,4%. El nivel de estudios es, de nuevo, determinante, alcanzando este indicador el 85,6% entre aquellos con formación universitaria.

Entre los lectores mensuales de prensa general un 30,2% lee siempre la sección de cultura, el 20,3% la de ciencia y tecnología, el 16,6% crítica de cine, el 12,6% crítica de televisión, el 11,9% crítica de música, el 7,8% crítica de teatro, el 8,1% crítica de arte y exposiciones y el 3,9% críticas taurinas.

Un 36,9% de la población suele leer revistas al menos una vez al mes, un 22,7% si se trata de revistas culturales.

La lectura de blogs al menos una vez al mes es realizada por el 17,9% de la población investigada. Esta tasa, se sitúa en el 8,5% si el motivo es la profesión o estudios y alcanza el 12,9% cuando se trata de motivos no profesionales.

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

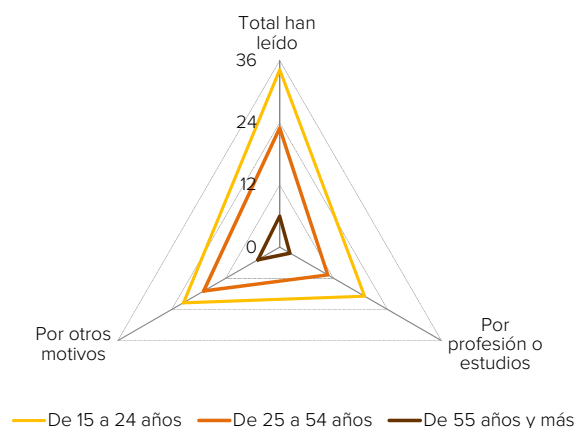


Gráfico 30
Personas según la asistencia a espectáculos escénicos
(En porcentaje)

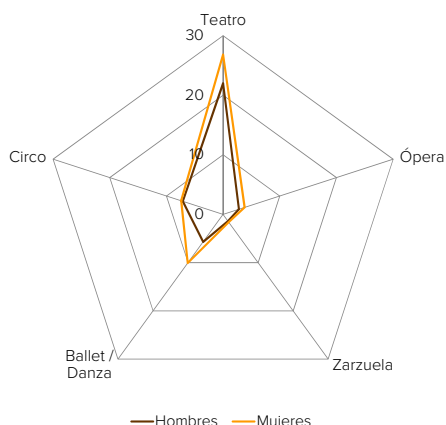


Gráfico 31
Personas según la asistencia al teatro
(En porcentaje)

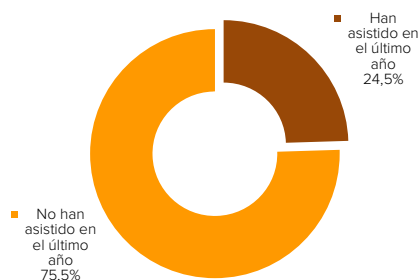
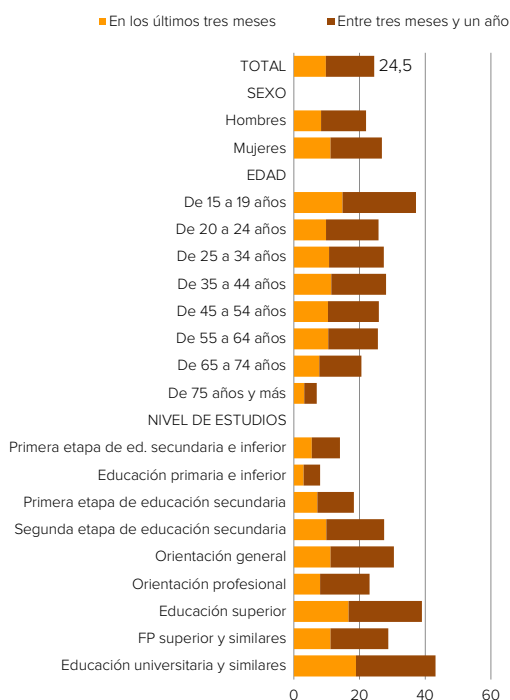


Gráfico 32
Personas que asistieron al teatro en el último año según características
(En porcentaje)



Espectáculos escénicos y musicales en directo

Cada año, el 46,8% de la población acude a espectáculos culturales en directo. Estas actividades son más frecuentes en las mujeres y en la población más joven.

El 24,5% de la población investigada asistió al teatro en el último año, actividad más frecuente en las mujeres, un 26,8% frente al 22,0% de hombres, y en la población más joven, alcanzando su máximo, 37,2%, en el colectivo de 15 a 19 años.

Entre los que asistieron en el último año, el 31,0% lo hicieron a una modalidad de teatro actual, el 25,0% a teatros musicales, el 16,6% a teatro clásico, el 11,5% de vanguardia y el 7,4% a teatros infantiles.

El 58,5% acudieron en fin de semana, el 13,0% de los asistentes lo hicieron con entrada gratuita, el 14,3% con abono o algún tipo de descuento, y el 72,5% pagó su entrada a precio normal, 3,6 puntos porcentuales más que en la última edición de la encuesta. Entre aquellos que obtuvieron entrada no gratuita el 41,8% utilizó Internet para su adquisición.

Entre los motivos para escoger una obra destacan los artistas, el tema y la opinión directa de familiares y amigos, con porcentajes del 23,3%, 34,7% y 20,4% respectivamente. A gran distancia se sitúan el director, 3,1%, el autor, 5,7%, la publicidad, 7,6%, las opiniones en redes sociales, 2,1%, las críticas profesionales, 2,6%, o los premios recibidos, 0,5%.

El 27,6% de los investigados considera que el principal motivo para no ir o no ir más veces al teatro es por falta de interés, seguido de no disponer de tiempo, 25,4%, el precio con un 14,7% y la poca oferta existente con un 15,2%. Solo un 1,7% 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)

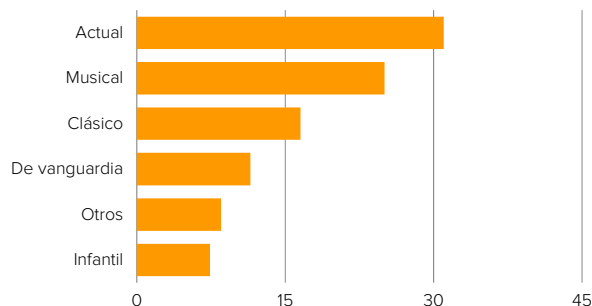


Gráfico 34
Personas según la asistencia al circo en el último año
(En porcentaje)

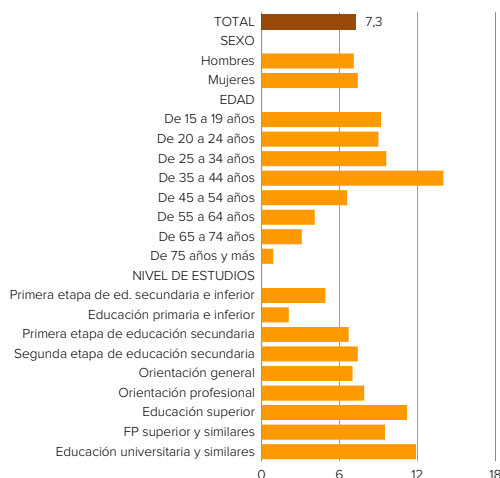


Gráfico 35
Personas según la asistencia a la ópera en el último año
(En porcentaje)

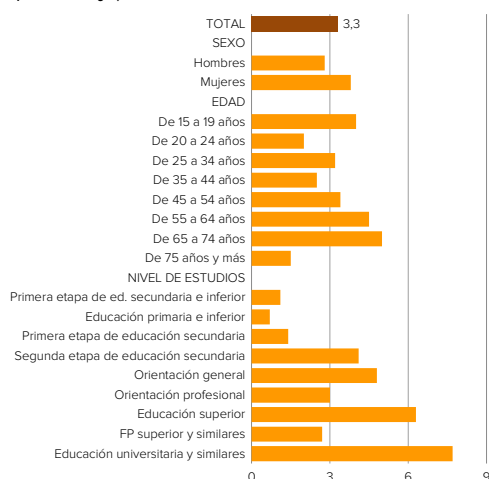
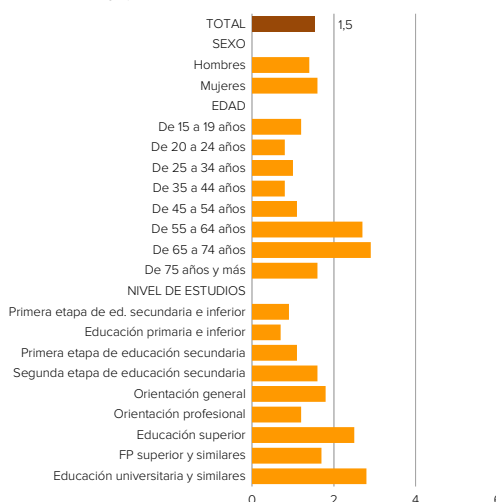


Gráfico 36
Personas según la asistencia a la zarzuela en el último año
(En porcentaje)



Después del teatro se sitúa la danza con una tasa anual de asistentes del 8%. También en esta actividad las tasas observadas son superiores en las mujeres, 10,1%, frente al 5,7% registrado en los hombres. Destacan por tipo los espectáculos de ballet clásico, 38,6%, seguidos de danza contemporánea, 26%, danza española o flamenco, 16,4%, o danza folklórica o étnica, 8,8%.

Más de la mitad acudieron en fin de semana, el 58,6%. El 30,5% lo hicieron con entrada gratuita, el 10,8% con abono o algún tipo de descuento y el 84,2% en instalaciones dedicadas a esta finalidad. Entre aquellos que obtuvieron entrada no gratuita, el 33,0% utilizó Internet para su adquisición.

Con tasas muy cercanas se sitúa el circo, con un 7,3%. 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, 56,2%, seguido del circo contemporáneo, 32,5%. El 71,9% de los asistentes a este espectáculo lo hicieron en fin de semana o festivo. Un 8% utilizó entrada gratuita, el 16,3% con algún descuento y el 75,3% con entrada a su precio normal, adquirida en taquilla, 65,7%, o mediante Internet, 30,7%.

Con indicadores de asistencia muy inferiores se encuentran la ópera y la zarzuela, que registran un 3,3% y un 1,5%, respectivamente, de asistentes en el último año.

En todos los casos destacan entre los motivos para escoger el espectáculo los artistas, el tema o la opinión de familiares y amigos, a gran distancia se sitúan el director, las críticas profesionales o los premios recibidos.

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

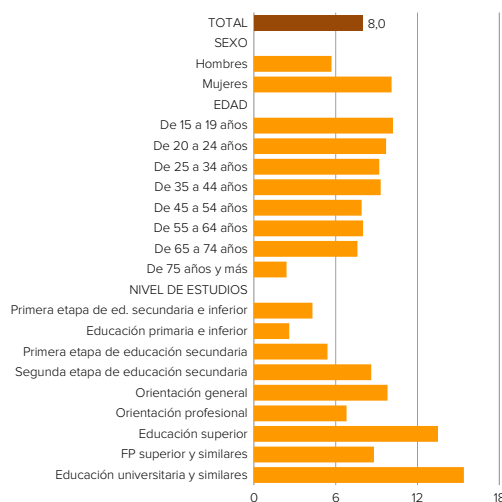


Gráfico 38
Personas según la asistencia a conciertos
(En porcentaje)

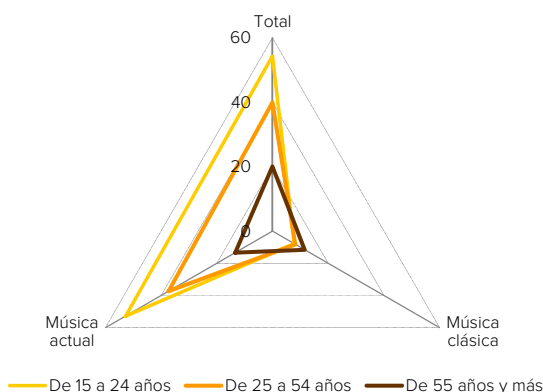


Gráfico 39
Personas según la asistencia a conciertos de música actual en el último año
(En porcentaje)

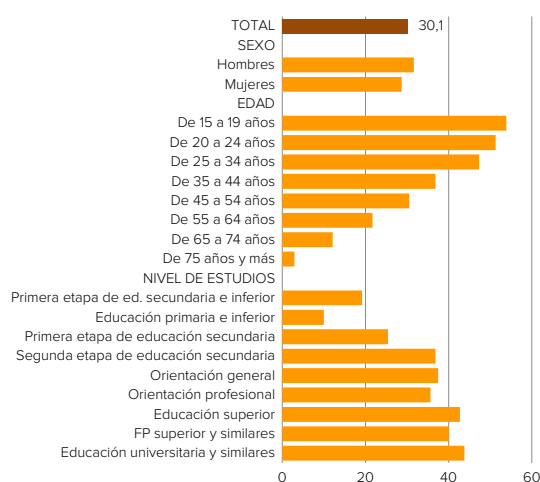
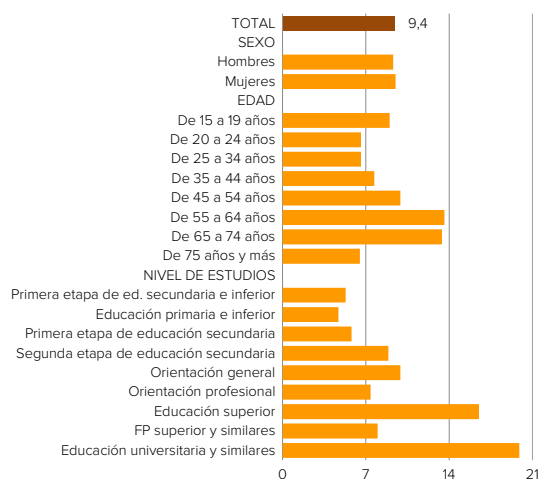


Gráfico 40
Personas según la asistencia a conciertos de música clásica en el último año
(En porcentaje)



Una de cada tres personas asistieron en el último año a conciertos de música actual, el 30,1% de la población investigada. Las tasas son más altas en los hombres, 31,6%, 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 46,6%, seguido muy de lejos por el pop-rock extranjero, 9,6%, la canción de autor 7,0% y el flamenco con el 4,7%.

El 53,1% de estos conciertos se realizó en instalaciones temporales o dedicadas a otros fines y se celebró en fin de semana, 70,4%. El porcentaje de los que asistieron con entrada gratuita se situó en el 34,9%. Entre los que pagaron un precio por su entrada, el 58,6% la adquirió por Internet. Las principales barreras a la asistencia a este espectáculo son la falta de tiempo, 26,8%, la falta de interés, 22,9% y el precio, 17,8%.

El 9,4% de la población asistió en el último año a un concierto de música clásica. Las tasas son similares en las mujeres, 9,5%, y en los hombres, 9,3%, y superiores en las personas de 55 a 74 años. En el 60% de los casos se trató de una orquesta sinfónica, en el 15,5% de un grupo de cámara, en el 13% de un coro o grupo vocal, y en el 7% de un solista.

Se observan tasas elevadas de personas que han visto un concierto de música actual por Internet, 13,5% frente al 4,8% que accede por esta vía a conciertos de música clásica o a los porcentajes observados en teatro, 3,6% danza, 3,8%, ópera, 2,4%, circo, 1,5%, o zarzuela, 0,9%.

Prácticamente ninguna de las personas que asistieron en el último año a espectáculos escénicos obtuvo su entrada por reventa la última vez que asistió.

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

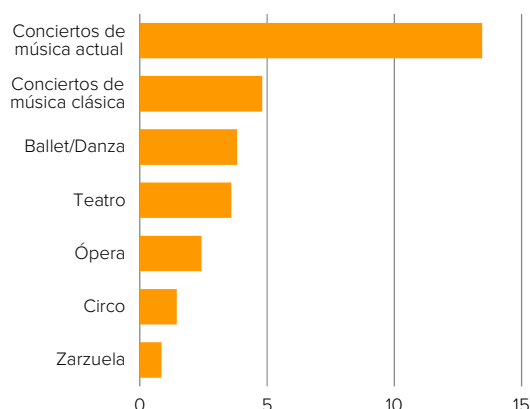


Gráfico 42
Personas según la frecuencia del hábito de escuchar música
 (En porcentaje)

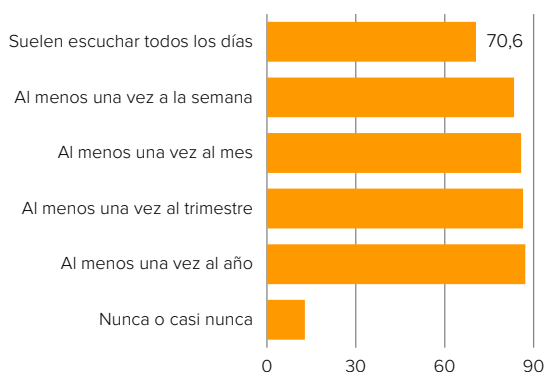
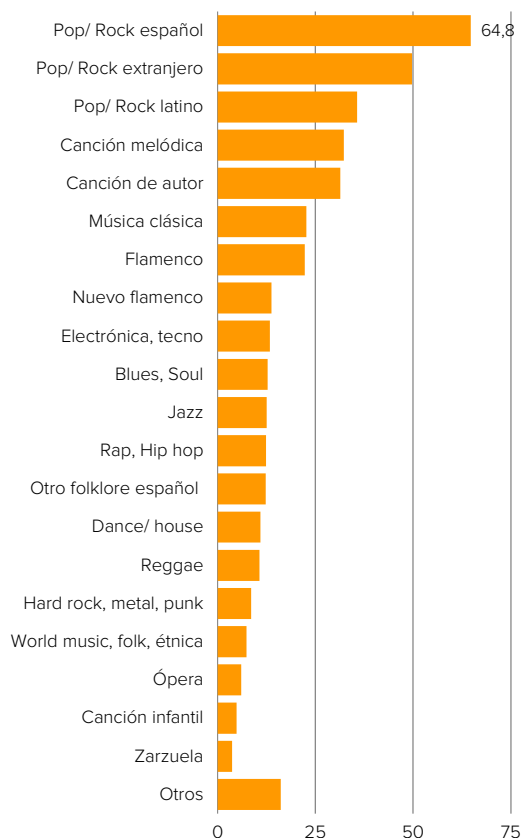


Gráfico 43
Personas que han escuchado música grabada en un trimestre según el género musical
 (En porcentaje)



Música

El 70,6% de la población suele escuchar música diariamente, el 83,5% 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 entre los más jóvenes.

El 53,2% de la población suele escuchar música directamente en Internet y el 48,5% en su móvil. La población analizada muestra preferencia por escuchar música procedente de emisoras de radio, 67,9%, seguida de soportes digitales, 47,4%, y situándose los soportes físicos como CD, DVD o vinilos en el 33,9%.

Por lo que respecta al tiempo medio diario de audición de música, para aquellos que escuchan música al menos una vez por semana, el 83,5% de la población, este tiempo se sitúa en 146,7 minutos diarios, siendo más alto en días laborales, 156,4 que en fin de semana 137,6. Respecto al lugar en el que suelen escuchar música, un 88,4% lo hace en casa, un 55,3% en el coche, un 20,6% en el trabajo, y el 11,6% 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, 64,8%, el pop-rock extranjero con el 49,7%, la canción melódica con el 32,3%, el pop-rock latino, 35,7%, la canción de autor, 31,4%, el flamenco, con el 22,3% y la música clásica, con el 22,7%.

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

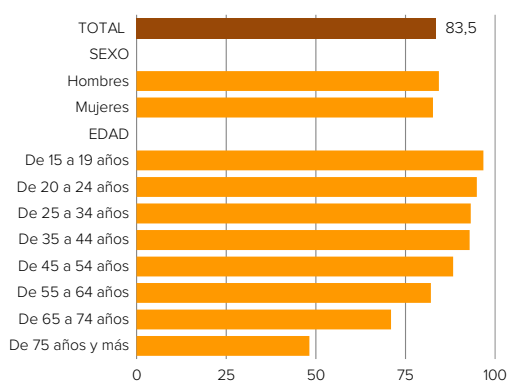


Gráfico 45
Personas según la asistencia al cine en el último año
(En porcentaje)

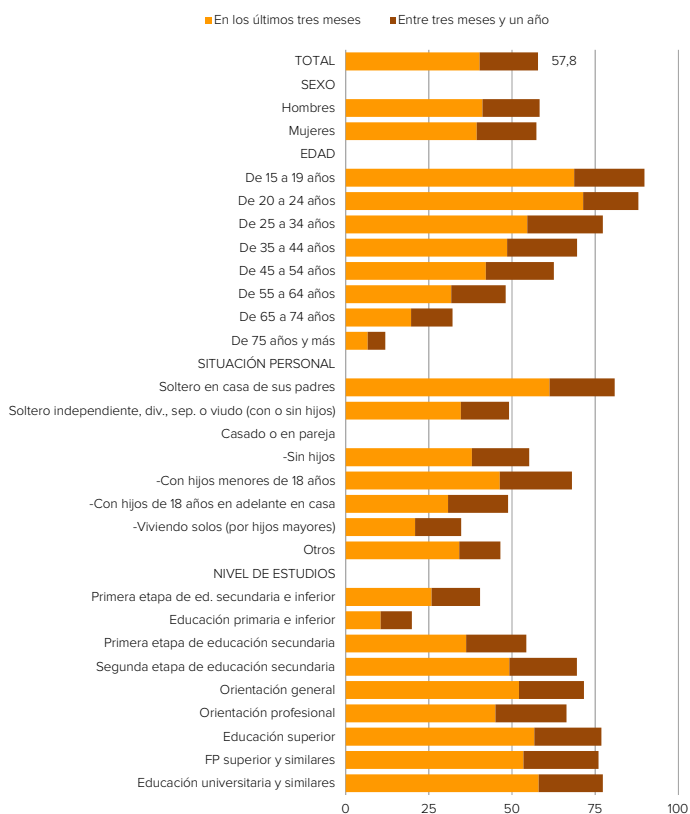
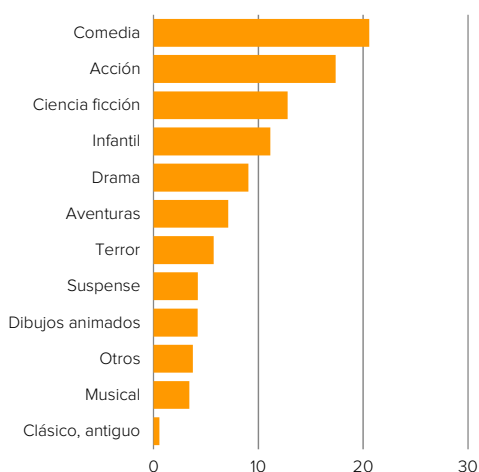


Gráfico 46
Personas que han ido al cine en un año según el tipo de película de la última vez que asistieron
(En porcentaje)



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 57,8%, asiste cada año a este espectáculo, cifra que se sitúa para los hombres en el 58,4%, y en el 57,3% mujeres.

Por edades continúan observándose notables diferencias, desde el 89,7% observado en los más jóvenes, al 11,8% registrado de la población de más edad. Los solteros en casa de sus padres, 81,0%, y las parejas con hijos menores, 67,9%, 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 54,7% y el 45,3% restante en días laborales, destacando entre ellos la población más joven y la de mayor edad. Dos de cada tres asistentes al cine, el 68,1%, pagaron su entrada a precio normal, concentrándose aquellos que la obtuvieron con algún tipo de descuento en la población más joven, de menos de 35 años, y en la de mayor edad, de más de 54. Un 15,4% 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 20,6% y 17,4%, respectivamente. La última película vista fue de ciencia ficción en el 12,8% de los casos, drama en el 9%, y de aventuras en un 7,1%. Es notable la población que opta por películas infantiles, 11,1%, o de dibujos animados, 4,2%.

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)

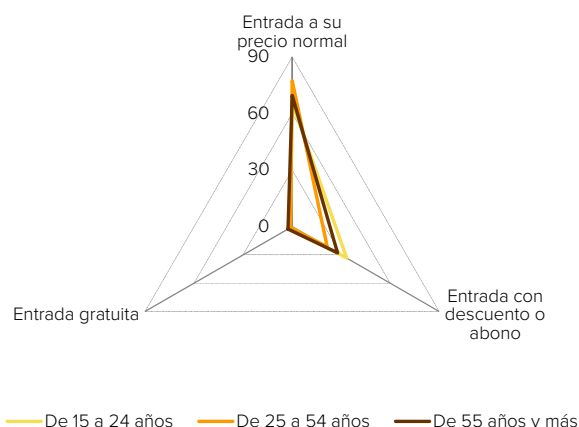


Gráfico 48
Personas que han ido al cine en un año según los motivos para elegir la película de la última vez que asistieron
(En porcentaje)



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

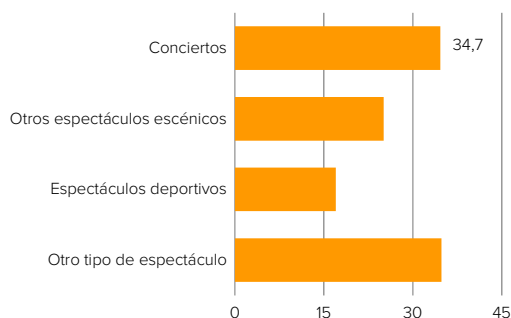
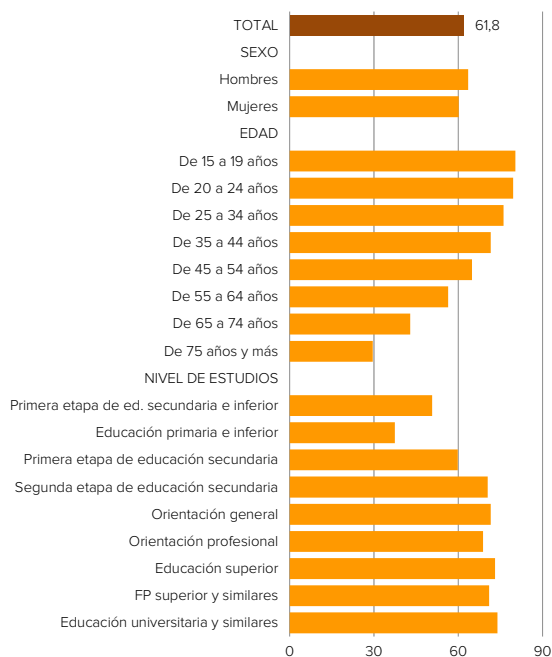


Gráfico 50
Personas que suelen ver vídeo al menos una vez al mes
(En porcentaje)



El tema y la opinión de familiares y amigos son determinantes para elegir una película, 38,8% y el 16% de los casos respectivamente. Con menor intensidad, destacan la publicidad, 11,1% o los actores, 15,9%. La incidencia de la opinión en redes sociales, las críticas profesionales o los premios recibidos es muy escasa.

En el último año un 3,9% 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, 34,7%, seguido de otros espectáculos escénicos, 25,1%, o de un espectáculo deportivo, 17,0%.

El 56,4% de los investigados suele ver vídeos al menos una vez a la semana, el 61,8% al menos una vez al mes y el 65,1% al menos una vez al año, el 63% si se trata de películas y 54,5% de series.

Entre los que suelen ver vídeos un 57,9% de la población suele ver vídeos directamente en Internet, el 47,4% muestra preferencia por soportes físicos (CD, DVD o Blu-Ray), el 64,9% suele utilizar soportes digitales.

Un 33,6% suele ver videos a través de plataformas digitales. Si bien la televisión continua siendo el equipo más frecuente, 84,3%, un 17,8% utiliza el móvil, el 25,5% el ordenador y el 11% una tablet.

La población que vio vídeos semanalmente utilizó en esta actividad una media de 398 minutos.

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

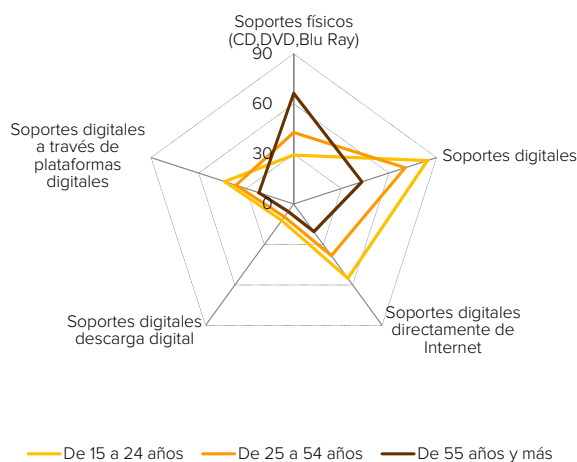


Gráfico 52
Personas según la frecuencia de ver televisión o escuchar la radio
(En porcentaje)

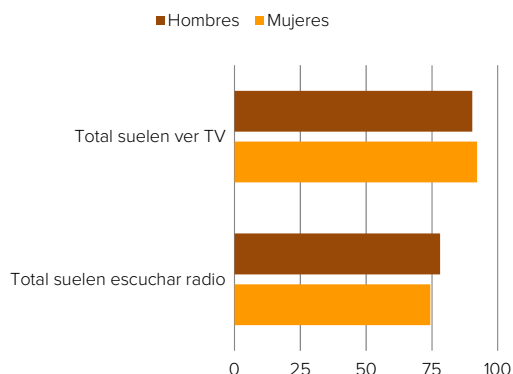


Gráfico 53
Personas que suelen ver televisión según el tipo de programa que suelen ver
(En porcentaje de la población que suele ver televisión)

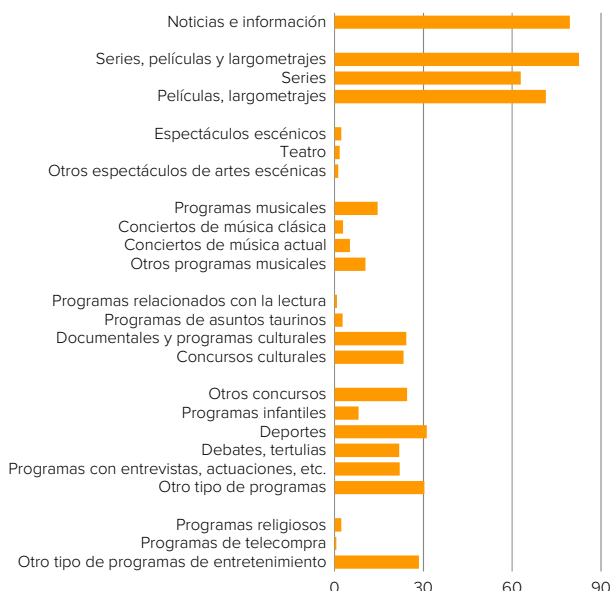
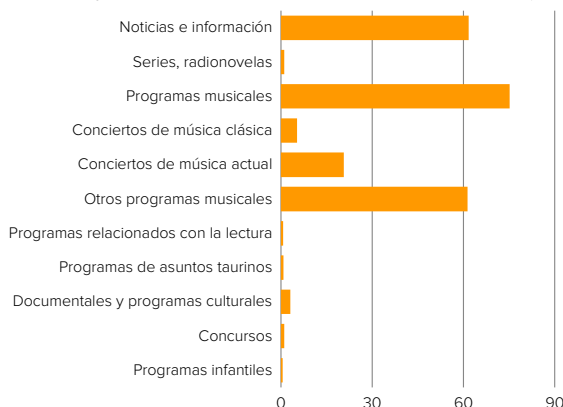


Gráfico 54
Personas que suelen escuchar la radio según el tipo de programa que suelen oír
(En porcentaje de la población que suele escuchar la radio)



Audiovisual y nuevas tecnologías

Prácticamente toda la población, un 91,2% 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 siendo superior el colectivo que suele verla en día laboral, 90,8%, al que lo hace en fin de semana, 88,1%. Por tipo de programa, un 79,5% de la población que ve la televisión suele ver noticias y el 71,4% películas y largometrajes. En tercer lugar figuran las series, 62,9% y los deportes, 31,1%. Un 24,2% ve documentales y programas culturales, y el 23,3% concursos de índole cultural.

Un 7,8% de aquellos que suelen ver la televisión declara que suele utilizar el ordenador o una tablet para ello, un 4,3% utiliza el móvil y otros equipos y un 13,5 % de la población que ha visto en el último mes ha utilizado directamente en Internet.

El 76,2% de los investigados suelen escuchar la radio. Un 64,0% lo hace diariamente, un 74,3% al menos una vez a la semana y el 75,4% al menos una vez al mes. El hábito es más intenso en los hombres y en la población de 35 a 64 años. Por lo que se refiere al tiempo medio diario que suelen dedicar a escuchar la radio, este se sitúa en 125 minutos. Se trata de una afición más frecuente en días laborales, 75,4%, que en fin de semana 67%.

Aquellos que suelen escuchar la radio, muestran preferencia por programas musicales, 75,2%, y noticias, 61,7%, siendo muy inferior la preferencia por las tertulias, 15,4%, los programas deportivos, 16,6%, y muy escasa la incidencia de documentales y programas culturales, 3,1%.

Un 19% de aquellos que suelen escuchar la radio declara que suele utilizar el móvil para ello, el 7,4% el ordenador o tablet y un 13,3% de la población que ha escuchado en el último mes la radio ha utilizado directamente en Internet.

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

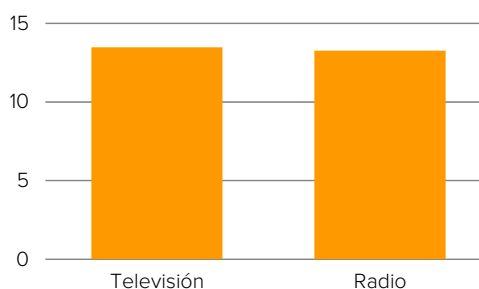


Gráfico 56
Personas que suelen utilizar el ordenador al menos una vez al mes según el tipo de uso
 (En porcentaje)

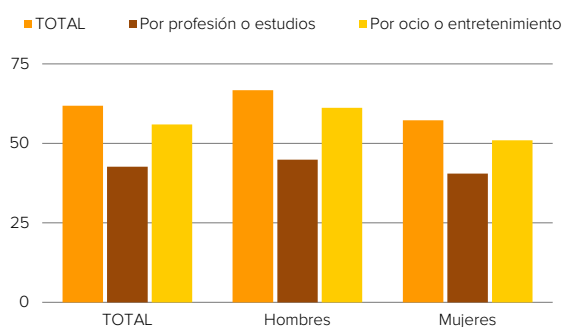


Gráfico 57
Personas que suelen acceder a Internet por ocio o entretenimiento al menos una vez al mes
 (En porcentaje)

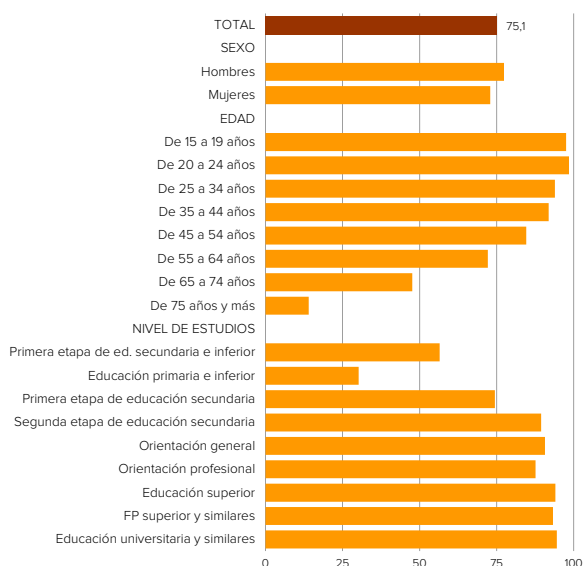
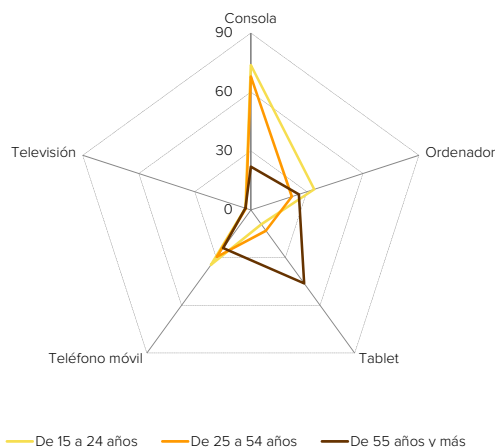


Gráfico 58
Personas que han utilizado videojuegos en un trimestre según el tipo de soporte utilizado para jugar
 (En porcentaje)



El 75,1% 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, 20,8% que en el colectivo de mujeres, 7,1%.

Por edades los máximos se alcanzan en los más jóvenes, 45,2%, observándose descensos al ascender la edad hasta situarse en el 2,4% registrado de la población de mayor edad. Los solteros en casa de sus padres, 37,5% y los estudiantes, 42,7%, también destacan en esta actividad.

Entre aquellos que jugaron en el último trimestre, más de la mitad, el 53,2%, prefieren videojuegos de acción o aventuras, el 51,7% suele utilizar videojuegos de estrategia y el 32,7% de deportes.

El soporte más utilizado sigue siendo la consola, 67,2%, seguido del ordenador, 26,7%, el teléfono móvil, 31,1% o la tablet, 13,6%.

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

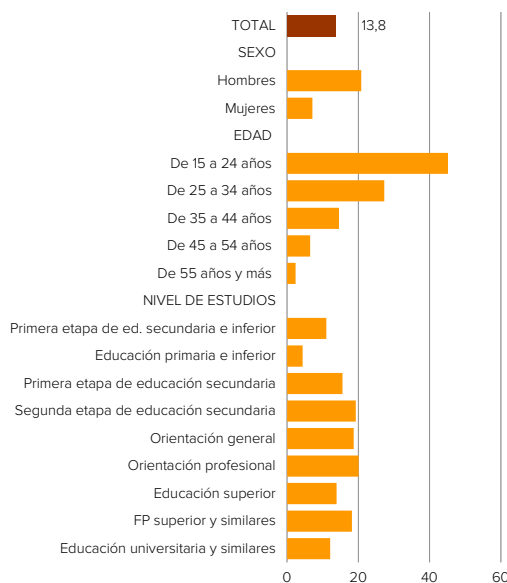


Gráfico 60
Personas que han realizado actividades artísticas en el último año
(En porcentaje del total de cada actividad)

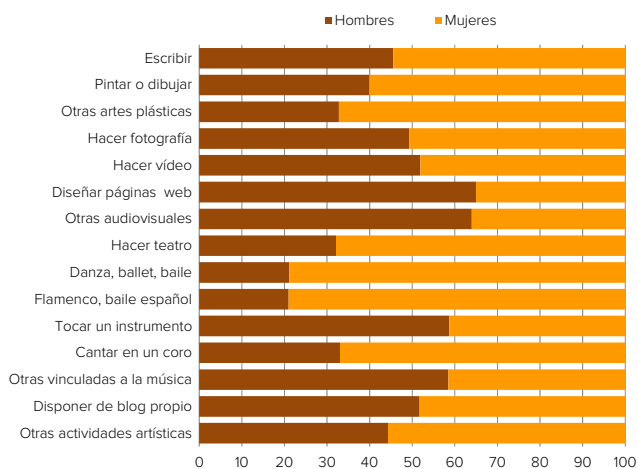


Gráfico 61
Personas que han realizado actividades artísticas en el último año por edad
(En porcentaje)

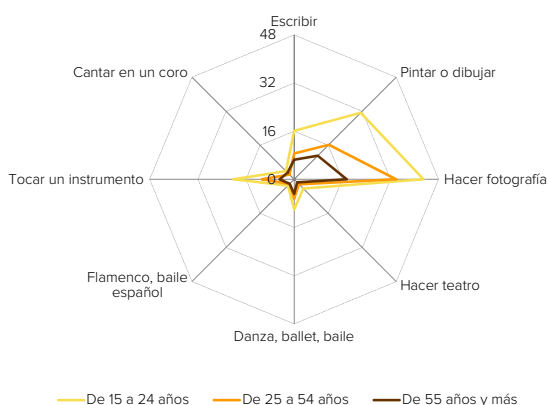


Gráfico 62
Personas que han asistido a otras actividades relacionadas con el ocio y la cultura en el último año
(En porcentaje)



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 28,8% o vídeo, 16,7%, pintar o dibujar, 16,1%. La afición por escribir, 8,7%, es más frecuente entre las mujeres y en el colectivo más joven. Por lo que respecta a las artes musicales o escénicas, un 9,6% toca algún instrumento y el 2,7% canta en un coro. El 2,2% de la población analizada hace teatro, y el 6,2% ballet o danza, el 2,2% flamenco o baile español.

Por término medio anual un 15,4% del colectivo investigado asistió a conferencias o mesas y un 24,3% a centros culturales, un 22,8% asistió a ferias vinculadas al libro y el 4,1% participó en clubs de lectura o escritura o en otras actividades literarias tales como cuentacuentos.

El 57% de la población investigada asistió a manifestaciones de la cultura tradicional o patrimonio inmaterial tales como fiestas populares, carnavales etc.

En el último año un 5,4% de la población realizó algún curso de formación complementaria vinculada a la cultura, destacando por materias la danza el dibujo o tocar un instrumento musical.

Festejos taurinos

La tasa anual de asistencia a festejos taurinos se situó en el 8,0% de la población, el 5,9% acudió a una corrida de toros, novillos o rejones.

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

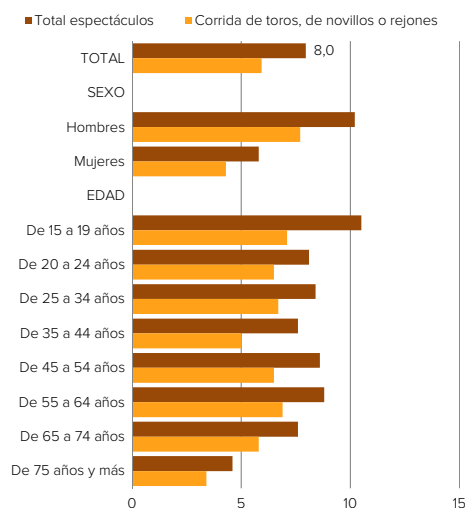
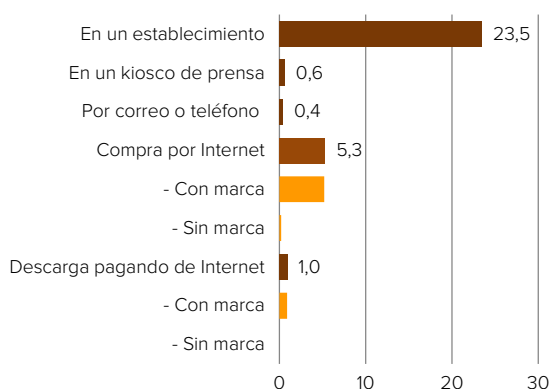


Gráfico 64
Personas que han comprado libros en el último trimestre por vías de adquisición
(En porcentaje)



Forma de adquisición de productos sujetos a propiedad intelectual

El porcentaje de personas que compra libros cada trimestre se sitúa en el 27,6%, la mayor parte adquiridos en un establecimiento o a través de 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 2,1% y el 0,4% respectivamente. En conjunto el 1,1% de los investigados manifiesta haber obtenido libros sin marca o licencia de autor por medios digitales y manifiestan como principales motivos la comodidad, 56,8%, la inmediatez, 49,6%, o el ahorro económico, 58,7%.

El 7,3% ha realizado compras en el último trimestre, la mayor parte de ellos en un establecimiento o a través de Internet. La compra de música sin marca en mercadillos o puestos ambulantes se sitúa en el 0,1% de la población investigada. La incidencia de las descargas gratuitas de música por Internet, realizadas cada trimestre por el 5,1% de la población, es muy inferior a la registrada en el periodo anteriormente investigado. Se estiman por primera vez otras vías tales como el uso de suscripciones a plataformas digitales de música, 7,4%.

En conjunto el 3,6% de los investigados manifiesta haber obtenido música sin marca o licencia de autor por medios digitales y el 0,1% por medios presenciales. Entre los principales motivos para utilizar estas vías digitales se encuentran la comodidad, 58,6%, la inmediatez, 48,9%, o el ahorro económico, 75,4%.

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

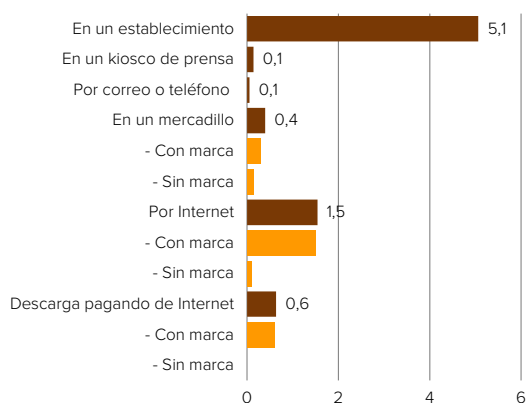


Gráfico 66
Personas que obtuvieron música grabada en el último trimestre por vías distintas de la compra
(En porcentaje)

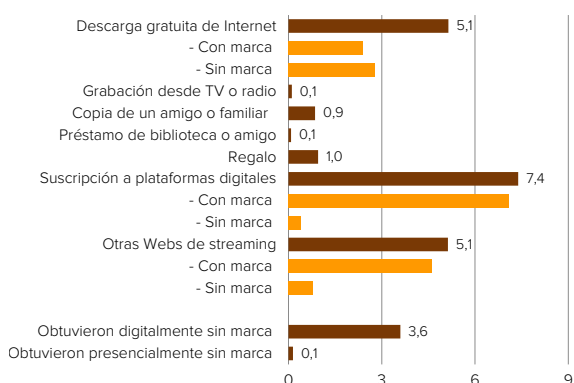


Gráfico 67
Personas que han obtenido libros, música o vídeos sin marca o licencia de autor
(En porcentaje)

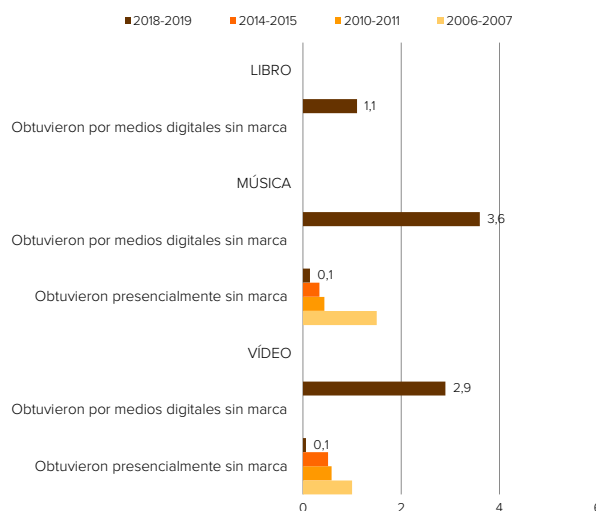


Gráfico 68
Personas según la compra de vídeos en el último trimestre por vías de adquisición
(En porcentaje)

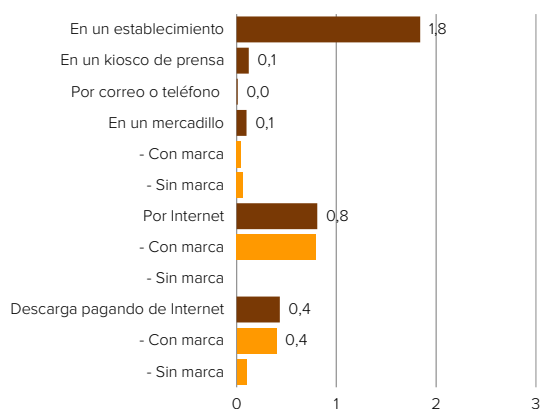


Gráfico 69
Personas que obtuvieron vídeos en el último trimestre por vías distintas de la compra
(En porcentaje)

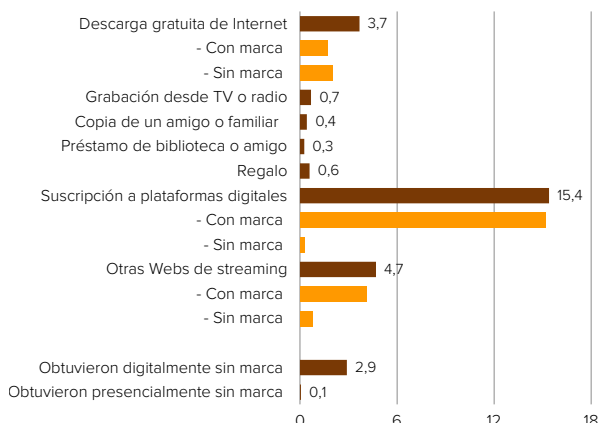
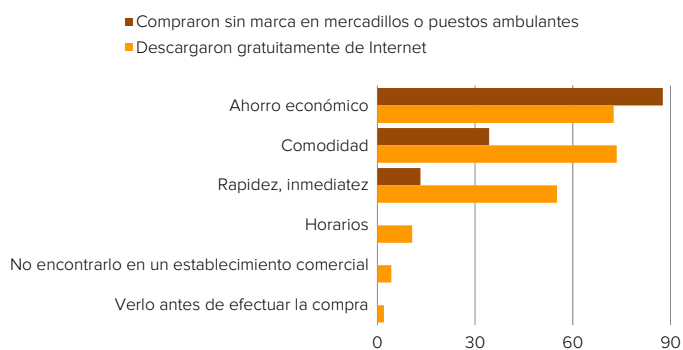


Gráfico 70
Personas que han comprado vídeos sin marca o han descargado gratuitamente de Internet en un trimestre según el motivo
(En porcentaje)



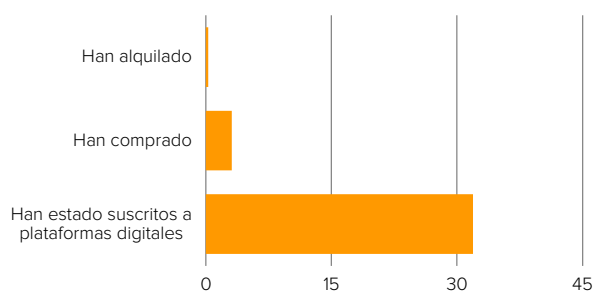
Por término medio cada trimestre un 3,1% de los investigados compra vídeos. El 0,1% de la población compra vídeos sin marca en un mercadillo o puesto ambulante, y el porcentaje de personas que trimestralmente realiza descargas de vídeos gratuitamente de Internet es del 3,7% de la población. Destaca el uso de suscripciones a plataformas digitales, 15,4%, para obtenerlos.

En conjunto el 2,9% de los investigados manifiesta haber obtenido vídeos sin marca o licencia de autor por medios digitales y el 0,1% por medios presenciales.

Entre los principales motivos para utilizar estas vías digitales se encuentran la comodidad, 67,2%, la inmediatez, 51% o el ahorro económico.

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 3,8% de la población que obtuvo software en el último año por alguna de las vías irregulares señaladas.

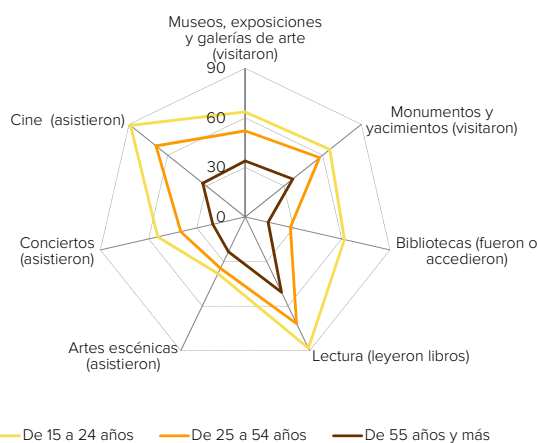
Gráfico 71
Personas según la suscripción a plataformas digitales, la compra o el alquiler de vídeos en el último trimestre
(En porcentaje)



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

	Total	Hombres	Mujeres
Visitaron museos <i>(año)</i>	40,5	40,0	40,9
Visitaron exposiciones <i>(año)</i>	29,8	29,7	29,9
Visitaron galerías de arte <i>(año)</i>	16,0	15,0	17,0
Pintaron o dibujaron <i>(año)</i>	16,1	13,2	18,8
Visitaron monumentos <i>(año)</i>	49,3	50,2	48,4
Visitaron yacimientos arqueológicos <i>(año)</i>	21,8	22,9	20,8
Fueron a un archivo <i>(año)</i>	7,1	7,6	6,6
Fueron a una biblioteca <i>(año)</i>	23,0	20,6	25,2
Accedieron por Internet a una biblioteca <i>(año)</i>	9,9	9,6	10,2
Leyeron libros <i>(año)</i>	65,8	62,0	69,4
- Relacionados con la profesión o estudios	33,5	35,2	31,9
- No relacionados con la profesión o estudios	59,5	53,5	65,1
Leyeron libros en formato digital <i>(año)</i>	20,2	19,8	20,6
Escribieron <i>(año)</i>	8,7	8,1	9,2
Asistieron al teatro <i>(año)</i>	24,5	22,0	26,8
Hicieron teatro <i>(año)</i>	2,2	1,4	2,9
Asistieron a la ópera <i>(año)</i>	3,3	2,8	3,8
Asistieron a la zarzuela <i>(año)</i>	1,5	1,4	1,6
Asistieron a espectáculos de ballet o danza <i>(año)</i>	8,0	5,7	10,1
Asistieron al circo <i>(año)</i>	7,3	7,1	7,4
Hicieron danza o baile <i>(año)</i>	6,2	2,7	9,5
Escucharon música <i>(mes)</i>	85,8	86,7	84,9
Asistieron a conciertos de música clásica <i>(año)</i>	9,4	9,3	9,5
Asistieron a conciertos de música actual <i>(año)</i>	30,1	31,6	28,7
Tocaron un instrumento musical <i>(año)</i>	9,6	11,6	7,7
Cantaron en un coro <i>(año)</i>	2,7	1,9	3,6
Asistieron al cine <i>(año)</i>	57,8	58,4	57,3
Vieron vídeos <i>(mes)</i>	61,8	63,5	60,2
Hicieron fotografía <i>(año)</i>	28,8	29,2	28,5
Hicieron vídeos <i>(año)</i>	16,7	17,8	15,6
Jugaron videojuegos <i>(mes)</i>	13,8	20,8	7,1
Obtuvieron libro sin marca por medios digitales <i>(trimestre)</i>	1,1	1,2	1,0
Obtuvieron música sin marca por medios digitales <i>(trimestre)</i>	3,6	4,0	3,3
Obtuvieron vídeo sin marca por medios digitales <i>(trimestre)</i>	2,9	3,1	2,6
Utilizaron ordenador por ocio <i>(mes)</i>	56,0	61,2	51,0
Utilizaron Internet por ocio <i>(mes)</i>	75,1	77,4	72,9

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



Resultados por sexo, edad y estudios

Los indicadores ofrecen diferencias significativas por sexo. Entre las mujeres es mayor la afición por la escritura, 9,2% frente al 8,1% observado en hombres, y por la lectura, 69,4% frente al 62,0%, 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 20,6%, como a través de Internet, 10,2% y 9,6% 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. Las tasas de asistencia al cine son inferiores, en las mujeres, 57,3%, situándose en el 58,4% en los hombres.

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 estos 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.

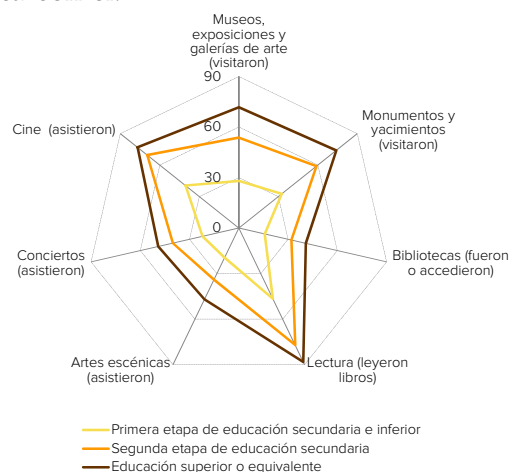
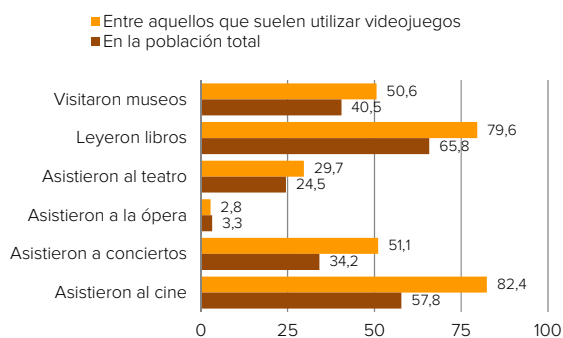
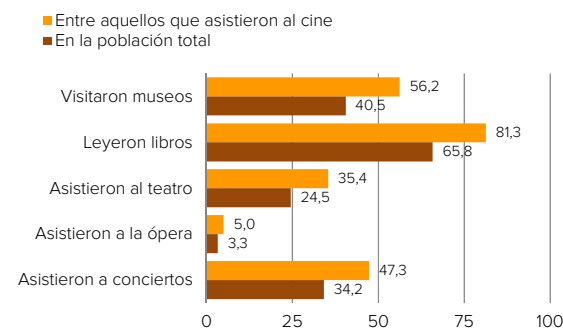
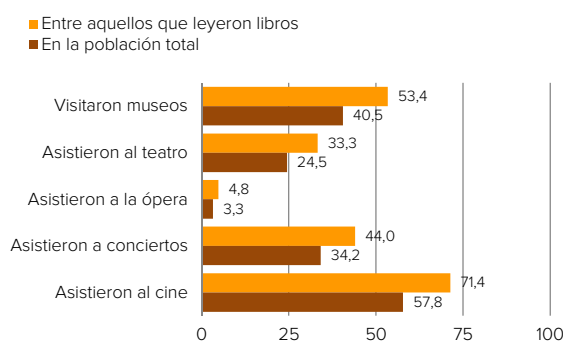
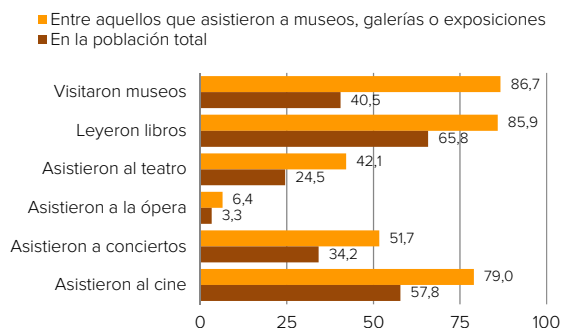


Gráfico 73
Indicadores de participación cultural anual en la población total analizada y en diversos colectivos
(En porcentaje)



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, 85,9%, frente al 65,8% del conjunto de la población analizada. En ellos se duplica la tasa anual de asistencia al teatro, 42,1% y se alcanza una tasa de asistencia al cine del 79,0%. Entre aquellos que leyeron un libro en el último año la tasa de asistencia a museos alcanza el 53,4, un 33,3% asiste al teatro cada año y un 38,7% a conciertos de música actual.

Los que asistieron a algún espectáculo de artes escénicas duplican la tasa de asistencia a museos, 67,8%, y alcanzan los máximos de lectura y de asistencia anual al cine, con porcentajes del 87,1% y del 81,2%, 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 84,7% en términos anuales, y de asistencia al cine, el 80%. Prácticamente todos ellos suelen escuchar música al menos una vez al mes, 95,8%.

Los que asisten al cine cada año superan en 15,7 puntos porcentuales la tasa media de asistencia a museos, en 15,5 puntos la de lectores anuales, y en ellos se alcanza una tasa del 35,4% 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 82,4%, 96,6% y 79,6%, respectivamente.

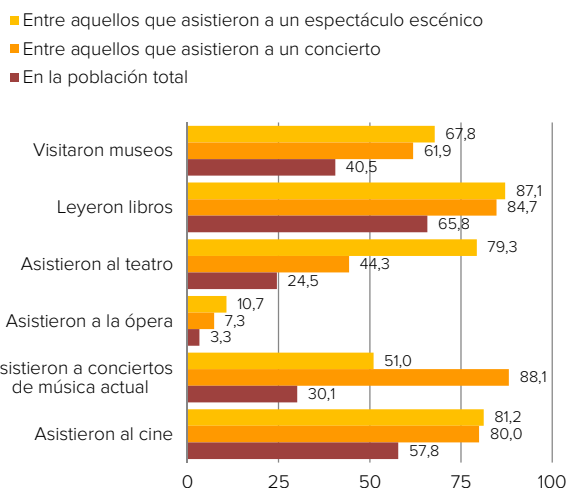
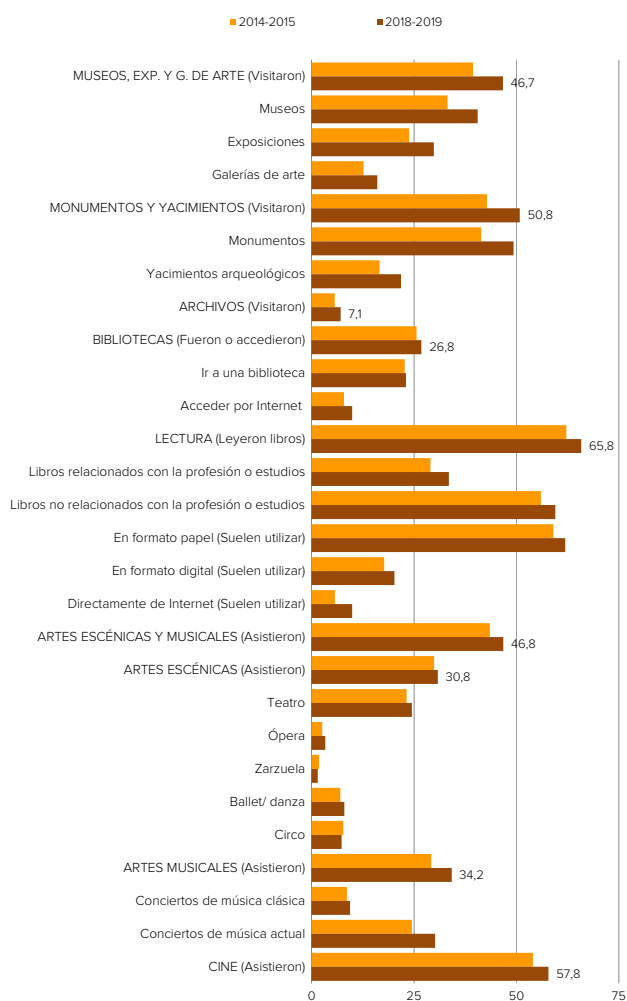
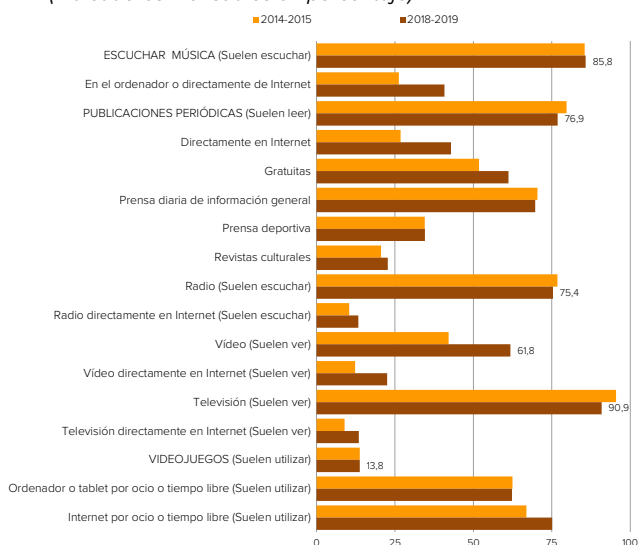


Gráfico 74
Evolución de los principales indicadores de participación cultural
(Indicadores anuales en porcentaje)



(Indicadores mensuales en porcentaje)



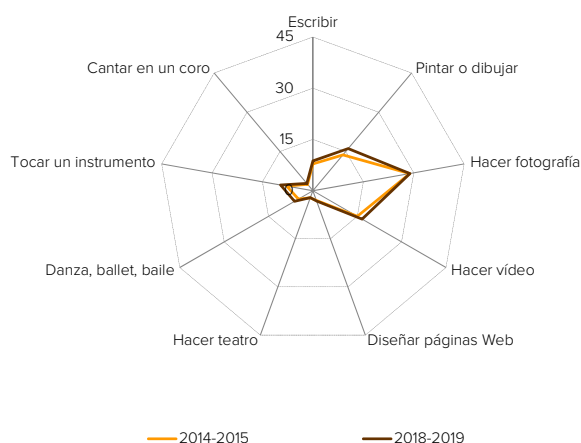
Evolución de los principales indicadores de participación cultural

Resulta importante destacar que, desde la última encuesta realizada, con referencia a 2014-2015, se observa un crecimiento generalizado en las tasas de participación cultural. Son muy destacables los observadas en monumentos o yacimientos, en museos, exposiciones o galerías de arte. De forma análoga se observa un notable crecimiento de la asistencia a bibliotecas y un incremento en las tasas anuales de lectura, tanto en formato papel como en formato digital. Se observa asimismo un crecimiento de los accesos a bibliotecas.

Por lo que se refiere a las artes escénicas y musicales, en conjunto se registran mayores tasas anuales de asistencia a este tipo de espectáculos. Destaca entre las escénicas el favorable comportamiento en teatro y en ballet o danza. Frente a ello se observan estabilidad en las tasas anuales de asistencia al circo. Se produce un ascenso notable en la asistencia a conciertos derivado especialmente del comportamiento de los conciertos de música actual. Las tasas de asistentes al cine aumentan considerablemente siendo sin duda el espectáculo cultural con más adeptos.

Con muy pocas excepciones, como el circo o la zarzuela, se observan también incrementos generalizados en relación al periodo 2010-2011 y al periodo 2006-2007.

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	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019
MUSEOS, EXPOSICIONES Y GALERÍAS DE ARTE (Visitaron)	38,2	37,9	39,4	46,7	38,1	38,1	38,8	46,5	38,2	37,6	40,1	46,9
Museos	31,2	30,6	33,2	40,5	31,0	30,7	32,3	40,0	31,3	30,5	34,2	40,9
Exposiciones	24,7	25,7	23,8	29,8	24,2	25,2	23,5	29,7	25,2	26,2	24,1	29,9
Galerías de arte	13,7	13,6	12,7	16,0	13,5	13,5	12,0	15,0	13,9	13,7	13,4	17,0
MONUMENTOS Y YACIMIENTOS (Visitaron)	35,6	40,7	42,8	50,8	36,7	42,7	43,2	51,7	34,4	38,8	42,3	50,0
Monumentos	34,1	39,5	41,4	49,3	35,1	41,2	41,9	50,2	33,2	37,8	41,0	48,4
Yacimientos arqueológicos	13,0	13,9	16,6	21,8	14,2	15,6	16,9	22,9	11,9	12,3	16,3	20,8
ARCHIVOS (Visitaron)	3,9	5,0	5,6	7,1	4,3	5,3	6,3	7,6	3,5	4,6	4,9	6,6
BIBLIOTECAS (Fueron o accedieron)	19,2	24,9	25,6	26,8	17,7	23,7	23,4	24,8	20,7	26,0	27,7	28,8
Ir a una biblioteca	17,6	20,5	22,7	23,0	15,6	18,6	20,2	20,6	19,5	22,3	25,2	25,2
Acceder por Internet	4,6	9,6	7,9	9,9	5,0	10,2	7,5	9,6	4,2	9,1	8,3	10,2
LECTURA (Leyeron libros)	57,7	58,7	62,2	65,8	55,4	56,0	57,6	62,0	60,0	61,2	66,5	69,4
Libros relacionados con la profesión o estudios	25,1	27,4	29,0	33,5	27,9	30,3	30,9	35,2	22,5	24,5	27,3	31,9
Libros no relacionados con la profesión o estudios	52,5	52,3	56,0	59,5	48,1	47,2	49,4	53,5	56,7	57,2	62,3	65,1
En formato papel (Suelen utilizar)	-	58,3	59,0	61,9	-	55,5	54,4	57,9	-	60,9	63,3	65,7
En formato digital (Suelen utilizar)	-	6,5	17,7	20,2	-	8,2	17,2	19,8	-	4,8	18,2	20,6
Directamente de Internet (Suelen utilizar)	-	4,1	5,7	9,9	-	5,0	6,6	10,8	-	3,2	4,9	9,1
ARTES ESCÉNICAS Y MUSICALES (Asistieron)	45,5	43,7	43,5	46,8	46,3	44,4	42,5	46,1	44,8	43,0	44,4	47,5
ARTES ESCÉNICAS (Asistieron)	29,0	27,8	29,9	30,8	26,6	25,0	26,8	27,8	31,4	30,5	32,9	33,7
Teatro	19,1	19,0	23,2	24,5	17,0	17,0	20,6	22,0	21,0	21,0	25,7	26,8
Ópera	2,7	2,6	2,6	3,3	2,6	2,7	2,2	2,8	2,8	2,5	3,1	3,8
Zarzuela	1,9	1,6	1,8	1,5	1,7	1,5	1,3	1,4	2,1	1,6	2,2	1,6
Ballet / danza	5,1	6,1	7,0	8,0	4,0	4,8	5,3	5,7	6,2	7,4	8,6	10,1
Circo	10,6	8,2	7,7	7,3	10,6	7,7	7,6	7,1	10,6	8,6	7,8	7,4
ARTES MUSICALES (Asistieron)	31,2	30,2	29,2	34,2	33,9	32,9	30,0	35,2	28,7	27,6	28,4	33,2
Conciertos de música clásica	8,4	7,7	8,6	9,4	8,7	7,6	7,9	9,3	8,0	7,8	9,2	9,5
Conciertos de música actual	26,4	25,9	24,5	30,1	28,9	29,0	25,9	31,6	24,0	22,9	23,2	28,7
CINE (Asistieron)	52,1	49,1	54,0	57,8	54,3	50,5	54,4	58,4	50,1	47,7	53,6	57,3

AL MENOS UNA VEZ AL MES	TOTAL				Hombres				Mujeres			
	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019
ESCUCHAR MÚSICA (Suelen escuchar)	86,9	82,7	85,5	85,8	88,6	84,7	87,4	86,7	85,3	80,7	83,8	84,9
En el ordenador o directamente de Internet	-	17,3	26,2	40,8	-	19,6	29,1	42,8	-	15,0	23,5	38,9
PUBLICACIONES PERIÓDICAS (Suelen leer)	81,4	80,4	79,7	76,9	85,7	85,9	84,8	82,3	77,2	75,1	74,8	71,8
Directamente en Internet	14,1	14,4	26,8	42,9	18,7	19,0	33,2	48,1	9,7	10,0	20,7	37,9
Gratuitas	41,5	37,5	51,8	61,2	42,8	41,6	58,9	67,7	40,2	33,6	45,0	55,1
Prensa diaria de información general	73,8	71,5	70,4	69,7	79,8	78,3	77,8	76,3	68,1	64,9	63,4	63,3
Prensa deportiva	25,1	32,8	34,5	34,6	43,9	57,0	60,1	57,6	7,1	9,6	10,1	12,8
Revistas culturales	15,2	17,7	20,6	22,7	14,9	19,1	21,2	22,7	15,5	16,3	19,9	22,7
AUDIOVISUALES (Suelen ver o escuchar)												
Radio	81,6	77,1	76,8	75,4	84,3	79,6	80,1	77,3	78,9	74,7	73,6	73,6
Directamente en Internet	-	8,4	10,4	13,3	-	10,2	12,2	14,9	-	6,7	8,8	11,7
Vídeo	51,9	49,6	42,1	61,8	56,5	53,5	46,6	63,5	47,5	46,0	37,8	60,2
Directamente en Internet	-	6,8	12,3	22,5	-	8,1	14,9	24,6	-	5,6	9,9	20,5
Televisión	98,2	96,7	95,5	90,9	98,1	96,8	94,9	90,0	98,3	96,7	96,1	91,8
Directamente en Internet	-	5,9	8,9	13,5	-	7,1	10,1	14,8	-	4,7	7,7	12,2
VIDEOJUEGOS (Suelen utilizar)	-	13,7	13,8	13,8	-	20,6	20,2	20,8	-	7,1	7,8	7,1
NUEVAS TECNOLOGÍAS (Suelen utilizar)												
Ordenador o tablet por ocio o tiempo libre	37,7	53,6	62,5	62,3	43,1	58,5	65,7	65,9	32,4	49,0	59,5	58,8
Internet por ocio o tiempo libre	33,1	52,5	66,9	75,1	37,8	56,9	69,6	77,4	28,6	48,3	64,4	72,9

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	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019
Escribir	7,5	7,1	7,8	8,7	6,8	6,1	7,0	8,1	8,1	8,1	8,6	9,2
Pintar o dibujar	9,2	13,2	13,7	16,1	7,5	11,2	11,6	13,2	10,8	15,1	15,6	18,8
Otras artes plásticas	4,5	7,7	8,3	10,3	3,0	5,4	5,7	6,9	6,0	9,9	10,8	13,5
Hacer fotografía	16,6	29,1	28,9	28,8	18,0	30,9	29,7	29,2	15,3	27,3	28,1	28,5
Hacer vídeo	5,7	12,8	15,0	16,7	6,6	14,5	16,0	17,8	4,9	11,1	14,0	15,6
Diseño de páginas web	2,2	2,6	3,0	3,2	2,8	3,9	4,1	4,3	1,7	1,4	2,0	2,2
Hacer teatro	2,1	2,1	2,2	2,2	1,7	1,7	1,6	1,4	2,4	2,4	2,8	2,9
Danza, ballet, baile	3,8	3,9	4,9	6,2	2,0	2,1	2,6	2,7	5,4	5,7	7,1	9,5
Flamenco, baile español	-	-	1,7	2,2	-	-	1,1	0,9	-	-	2,2	3,4
Tocar un instrumento musical	5,9	8,0	7,8	9,6	7,5	10,2	9,7	11,6	4,4	5,9	6,0	7,7
Cantar en un coro	2,8	2,4	2,4	2,7	2,3	1,8	1,8	1,9	3,2	2,9	3,0	3,6
Dispone de blog propio	-	-	-	2,5	-	-	-	2,6	-	-	-	2,3

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	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019
Centro cultural	22,9	19,2	19,9	24,3	23,1	19,2	18,8	23,2	22,7	19,2	21,0	25,3
Conferencia o mesa redonda	13,8	13,1	13,5	15,4	13,9	13,9	14,1	15,2	13,8	12,3	12,9	15,6
Otros espectáculos escénicos	-	3,4	3,0	3,4	-	3,5	3,0	3,3	-	3,2	3,0	3,6
Ferias o festivales vinculados al libro	-	-	-	22,8	-	-	-	20,9	-	-	-	24,6
Clubs de lectura o escritura	-	-	-	4,1	-	-	-	3,0	-	-	-	5,1
Zoo o un parque con animales	20,2	16,5	14,5	15,9	20,2	16,4	14,0	16,7	20,2	16,6	14,9	15,1
Jardín botánico	13,8	12,1	11,5	15,9	14,5	12,8	10,9	16,5	13,2	11,5	12,0	15,3
Parque temático	17,7	15,1	13,7	17,2	18,9	15,9	14,0	18,5	16,5	14,3	13,4	16,0
Parque acuático	16,6	14,8	12,8	16,6	17,5	15,5	12,3	17,4	15,8	14,1	13,2	15,9
Parque de atracciones	19,4	17,5	15,0	19,7	21,1	18,2	15,2	21,0	17,7	16,9	14,8	18,5
Feria	47,8	51,0	45,4	49,3	49,6	53,4	46,7	50,7	46,0	48,7	44,1	48,1
Espectáculos deportivos	28,0	28,0	27,5	33,2	39,2	39,5	37,0	44,6	17,1	16,9	18,5	22,3
Espectáculos taurinos	9,8	8,5	9,5	8,0	11,5	10,6	12,1	10,2	8,2	6,4	7,0	5,8
Manifestaciones de cultura tradicional, patrimonio inmaterial	-	-	-	57,0	-	-	-	56,9	-	-	-	57,0

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

	Total			Hombres			Mujeres		
	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2010-2011	2014-2015	2018-2019
Curso o taller de escritura	4,5	4,0	6,1	4,0	2,5	6,6	4,8	4,7	5,9
Pintura o dibujo	11,4	14,3	15,0	9,8	12,5	9,9	12,4	15,2	17,9
Otras artes plásticas	7,7	10,5	7,7	3,3	3,2	2,8	10,4	14,3	10,4
Fotografía no profesional	7,8	9,4	8,6	12,6	12,1	14,5	5,0	8,0	5,4
Otras audiovisuales	4,0	4,9	2,7	6,0	6,6	4,1	2,8	4,0	2,0
Diseño	4,5	4,0	5,4	5,6	7,2	7,2	3,8	2,3	4,4
Teatro	4,0	6,7	5,4	3,0	8,3	4,9	4,5	5,9	5,7
Danza	16,4	20,5	17,7	8,6	8,3	5,7	21,0	26,8	24,4
Otras artes escénicas	0,4	1,2	0,8	0,6	1,1	0,5	0,3	1,2	1,0
Tocar un instrumento musical	10,8	13,1	13,5	15,2	21,8	17,9	8,2	8,6	11,1
Otra formación musical	4,3	3,8	4,6	5,5	5,2	5,9	3,6	3,0	3,8
Patrimonio cultural (restauración, etc.)	-	-	3,7	-	-	2,6	-	-	4,3
Otras materias vinculadas a la cultura	33,6	28,3	27,9	36,2	29,3	29,8	32,1	27,7	26,9

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	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019
Libros	34,5	34,9	36,9	27,6	31,6	32,3	34,3	25,2	37,3	37,4	39,4	30,0
Relacionados con la profesión o estudios	11,8	11,1	12,3	8,7	12,0	11,5	12,1	9,1	11,5	10,7	12,4	8,4
No relacionados con la profesión o estud.	29,2	29,1	31,5	23,8	25,8	25,8	28,8	20,9	32,4	32,2	34,1	26,6
Música grabada	22,5	11,7	9,9	7,3	24,8	13,2	11,0	8,2	20,2	10,3	8,9	6,5
Vídeos	14,1	10,7	8,4	3,1	16,3	12,3	9,3	3,6	12,1	9,1	7,5	2,6

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	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019

COMPRA

En un establecimiento	30,4	32,1	33,3	23,5	19,7	10,0	7,8	5,1	11,3	7,7	6,1	1,8
En un kiosco de prensa	2,2	1,5	1,1	0,6	0,6	0,3	0,2	0,1	1,9	2,2	0,8	0,1
Por correo o teléfono	4,1	1,9	1,7	0,4	0,4	0,1	0,1	0,1	0,3	0,1	0,1	0,0
En un mercadillo	-	-	-	-	-	-	-	0,4	-	-	-	0,1
Con marca o licencia de autor	-	-	-	-	0,5	0,3	0,5	0,3	0,4	0,3	0,3	0,0
Sin marca o licencia de autor	-	-	-	-	1,5	0,4	0,3	0,1	1,0	0,6	0,5	0,1
Por Internet	0,6	1,0	2,0	5,3	0,8	0,8	0,9	1,5	0,1	0,2	0,5	0,8
Con marca o licencia de autor	-	-	-	5,2	-	-	-	1,5	-	-	-	0,8
Sin marca o licencia de autor	-	-	-	0,2	-	-	-	0,1	-	-	-	0,0
Descarga pagando de Internet	0,0	0,1	2,5	1,0	0,5	0,5	0,8	0,6	0,1	0,2	0,5	0,4
Con marca o licencia de autor	-	-	-	0,9	-	-	-	0,6	-	-	-	0,4
Sin marca o licencia de autor	-	-	-	0,0	-	-	-	0,0	-	-	-	0,1

POR VÍAS DISTINTAS A LA COMPRA

Descarga gratuita de Internet	0,3	0,6	2,5	2,1	13,1	17,7	18,3	5,1	10,3	17,4	16,1	3,7
Con marca o licencia de autor	-	-	-	1,4	-	-	-	2,4	-	-	-	1,7
Sin marca o licencia de autor	-	-	-	0,8	-	-	-	2,8	-	-	-	2,0
Fotocopia	0,2	0,6	0,3	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-
Fotocopia de un libro completo	0,1	0,3	0,2	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Fotocopia de parte de un libro	0,1	0,3	0,2	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Grabación desde TV o radio	-	-	-	-	0,4	0,2	0,2	0,1	2,7	0,9	0,8	0,7
Copia (de un ebook) de un amigo o familia	-	-	0,3	0,6	5,1	1,7	1,2	0,9	2,0	1,3	1,1	0,4
Préstamo de biblioteca o amigo	1,4	4,5	4,5	3,0	-	-	0,1	0,1	-	-	1,4	0,3
Regalo	1,7	5,9	2,6	3,7	0,6	0,2	1,0	1,0	0,3	0,5	1,4	0,6
Suscripción a plataformas digitales	-	-	-	0,5	-	-	-	7,4	-	-	-	15,4
Con marca o licencia de autor	-	-	-	0,5	-	-	-	7,1	-	-	-	15,2
Sin marca o licencia de autor	-	-	-	0,1	-	-	-	0,4	-	-	-	0,3
Otras Webs de streaming	-	-	-	0,6	-	-	-	5,1	-	-	-	4,7
Con marca o licencia de autor	-	-	-	0,5	-	-	-	4,6	-	-	-	4,1
Sin marca o licencia de autor	-	-	-	0,1	-	-	-	0,8	-	-	-	0,8
Obtuvieron por medios digitales sin marca	-	-	-	1,1	-	-	-	3,6	-	-	-	2,9
Obtuvieron presencialmente sin marca	-	-	-	-	1,5	0,4	0,3	0,1	1,0	0,6	0,5	0,1

R7. Personas según la disponibilidad de diversos equipamientos culturales en su hogar*(En porcentaje de la población de cada colectivo)**(Continúa)*

	TOTAL				Hombres				Mujeres			
	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019
LECTURA												
Equipos de lectura digital	-	0,8	40,4	41,4	-	0,9	40,8	41,2	-	0,7	39,9	41,6
Lectores de libros digital	-	0,8	28,3	18,9	-	0,9	28,3	17,8	-	0,7	28,2	19,9
Otros dispositivos móviles con lector	-	-	27,3	35,6	-	-	28,6	36,0	-	-	26,1	35,3
Libros	94,9	93,7	93,2	91,2	95,2	93,9	92,7	90,6	94,6	93,5	93,6	91,9
En formato papel	94,9	93,7	93,0	90,8	95,2	93,9	92,6	90,1	94,6	93,5	93,4	91,4
En formato digital	-	4,6	23,8	21,9	-	5,3	23,9	21,4	-	3,9	23,6	22,5
Más de 25 libros	71,5	68,4	69,3	67,6	71,6	66,8	67,4	65,4	71,6	70,0	71,2	69,6
MÚSICA												
Equipos en los que escuchar música	98,3	97,1	97,0	94,9	98,8	97,5	97,7	95,1	97,8	96,8	96,3	94,7
Radio	97,3	91,3	88,9	78,1	97,7	92,1	89,9	78,6	97,0	90,6	87,9	77,5
CD, Blu-Ray	81,6	83,8	77,9	56,6	83,8	85,6	80,0	57,6	79,5	82,2	75,9	55,6
Discos de vinilo	30,7	26,4	23,4	16,6	31,3	26,4	23,7	17,7	30,2	26,3	23,0	15,6
Archivos digitales (MP3, WAV...)	38,3	52,2	49,7	33,4	41,1	54,3	51,3	35,0	35,6	50,2	48,1	31,9
Equipos con conexión a Internet	-	-	-	23,7	-	-	-	25,0	-	-	-	22,5
Móvil con reproductor de música	28,9	55,2	72,2	80,8	31,1	56,8	74,1	82,2	26,7	53,8	70,3	79,5
Otros (PC, Tablet) con reproductor de música	-	-	-	64,7	-	-	-	66,2	-	-	-	63,3
Soportes de sonido	84,9	87,2	81,8	73,3	86,9	88,5	83,5	74,9	82,8	85,9	80,1	71,8
Formato digital	-	-	-	34,7	-	-	-	36,6	-	-	-	33,0
Instrumentos musicales	33,6	39,7	37,1	34,2	34,0	39,6	37,3	34,7	33,3	39,7	36,9	33,8
TELEVISIÓN												
Equipos en los que ver TV	99,7	99,7	99,3	98,3	99,7	99,8	99,2	98,5	99,6	99,7	99,3	98,2
Específicos. Aparato de televisión	99,7	99,7	99,0	97,9	99,7	99,7	99,0	98,0	99,6	99,7	99,1	97,7
Con conexión a Internet	-	-	-	46,8	-	-	-	48,3	-	-	-	45,4
No específicos. (PC, tablet, móvil)	-	20,4	17,2	43,2	-	20,3	18,1	44,8	-	20,5	16,3	41,7
CONTENIDOS AUDIOVISUALES												
Equipos en los que ver vídeos (películas, series, etc.)	85,4	87,3	78,0	84,9	87,8	88,7	79,6	85,9	83,2	85,8	76,4	83,9
CD, DVD, Blu-Ray	85,4	81,4	73,5	51,4	87,8	83,5	74,6	52,3	83,2	79,4	72,4	50,5
Soportes de vídeo en formato digital	-	13,3	23,3	22,5	-	14,3	25,3	23,9	-	12,3	21,3	21,2
Equipos con conexión a Internet	-	-	-	19,5	-	-	-	20,7	-	-	-	18,4
Móvil con reproductor de vídeo	-	-	-	72,8	-	-	-	74,0	-	-	-	71,8
Smart TV	-	-	-	43,7	-	-	-	45,6	-	-	-	41,9
Otros dispositivos (PC, Tablet) con reproductor de vídeo	-	-	-	59,7	-	-	-	61,3	-	-	-	58,3
Soportes de vídeo	83,1	84,1	73,1	61,8	85,8	85,4	75,0	62,9	80,5	82,8	71,2	60,7
Soportes de vídeo (VHS, DVD, Blu-Ray)	83,1	83,8	71,3	58,3	85,8	85,0	72,9	59,1	80,5	82,6	69,6	57,6
Soportes de vídeo en formato digital	-	15,6	21,7	21,3	-	17,4	23,9	23,2	-	13,9	19,5	19,4
FOTOGRAFÍA												
Equipos en los que pueden hacer fotografías o vídeos	-	83,8	87,6	91,2	-	84,8	88,7	92,1	-	82,9	86,5	90,3
Cámara fotográfica	73,2	68,4	62,2	52,2	75,0	68,5	62,2	51,2	71,6	68,2	62,1	53,2
Cámara de vídeo	30,6	30,4	25,5	19,7	32,5	31,7	25,4	19,6	28,8	29,2	25,5	19,8
Cámara de fotografía y vídeo	-	36,1	41,3	26,6	-	37,3	41,8	27,5	-	35,1	40,8	25,8
Equipos con conexión a Internet	-	-	-	11,5	-	-	-	11,9	-	-	-	11,2
Móvil con reproductor de vídeo	-	38,8	69,0	87,1	-	40,7	71,0	88,2	-	36,9	67,2	86,2
Otros dispositivos (PC, Tablet) con cámara de foto y vídeo	-	-	-	54,3	-	-	-	55,2	-	-	-	53,4

R7. Personas según la disponibilidad de diversos equipamientos culturales en su hogar*(En porcentaje de la población de cada colectivo)**(Conclusión)*

	TOTAL				Hombres				Mujeres			
	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019
CONSOLAS, ORDENADOR E INTERNET												
Disponen de software												
Software de juegos (*)	30,0	37,5	30,9	18,5	32,5	39,9	34,2	21,3	27,6	35,1	27,8	15,9
Software educativos	-	29,7	20,0	8,1	-	30,7	20,8	8,9	-	28,7	19,2	7,3
Programas de reproducción de audio o vídeo	35,4	43,7	38,7	28,7	39,0	46,2	41,3	30,8	31,8	41,2	36,2	26,7
Consola de videojuegos	22,6	39,7	38,1	35,0	25,9	42,6	41,5	38,0	19,4	37,0	35,0	32,2
Ordenador o tablet	60,6	72,2	78,3	80,3	63,2	74,1	79,7	81,6	58,2	70,4	76,9	79,1
Acceso a Internet	43,3	64,0	77,7	80,5	46,2	65,6	79,7	82,0	40,5	62,5	75,8	79,0
Móvil con acceso a Internet	-	36,4	72,7	82,5	-	38,6	74,6	83,7	-	34,3	70,8	81,3
SUSCRIPCIONES A PLATAFORMAS DIGITALES												
De contenidos musicales	-	-	-	52,2	-	-	-	53,9	-	-	-	50,6
De películas o series	-	-	-	26,8	-	-	-	28,1	-	-	-	25,7
De canales de televisión	-	-	-	38,9	-	-	-	40,7	-	-	-	37,1
De libros	-	-	-	28,8	-	-	-	30,2	-	-	-	27,3
De libros	-	-	-	3,4	-	-	-	3,4	-	-	-	3,5
De videojuegos	-	-	-	4,1	-	-	-	5,9	-	-	-	2,4

() En 2007 incluye software educativo*

