

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

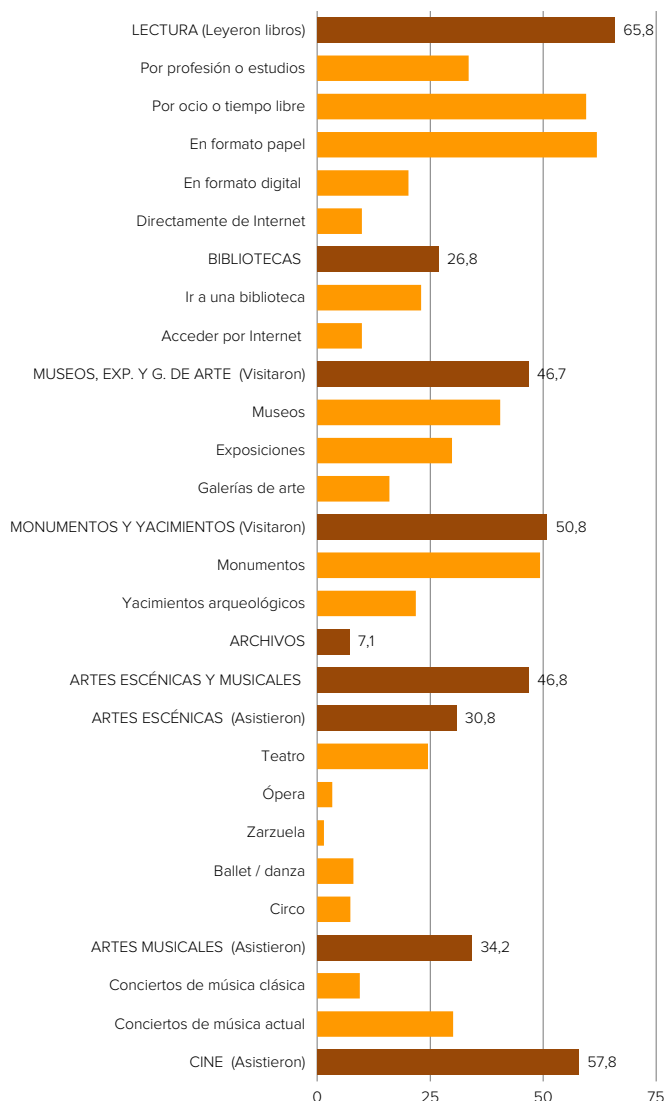
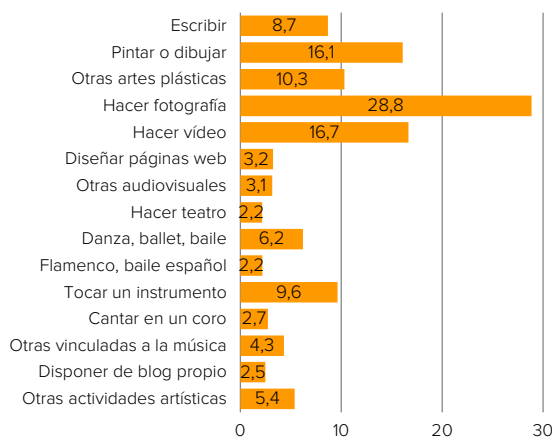


Gráfico 2
Principales indicadores anuales de actividades artísticas
(En porcentaje)



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)

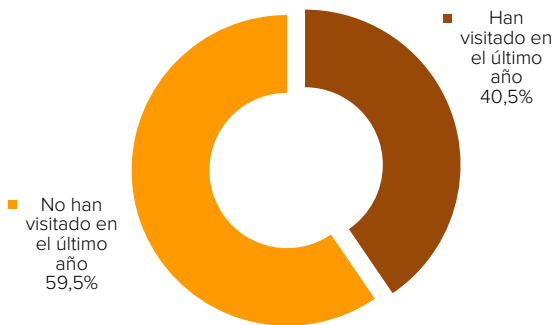


Gráfico 5
Personas que visitaron museos en el último año según características
(En porcentaje)

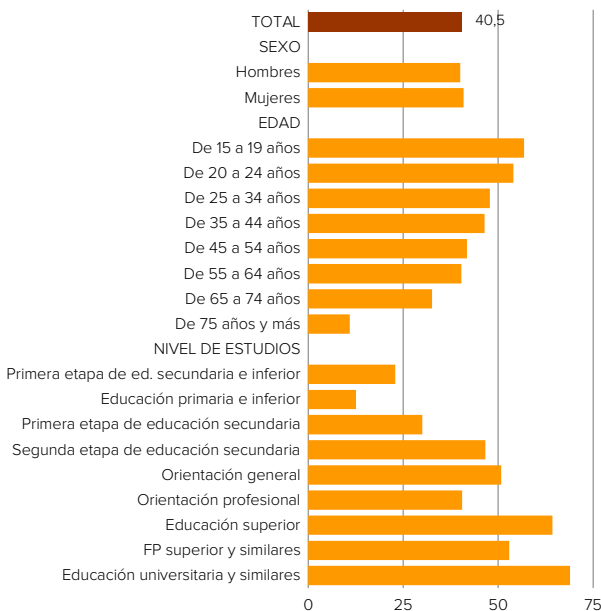
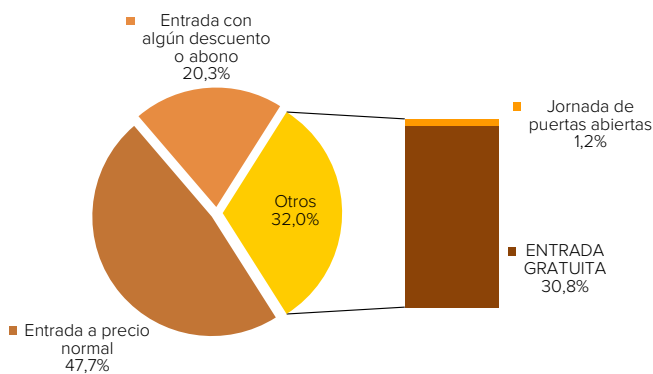


Gráfico 6
Personas que han visitado museos en un año según el tipo de entrada de la última vez que han ido
(En porcentaje)



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)

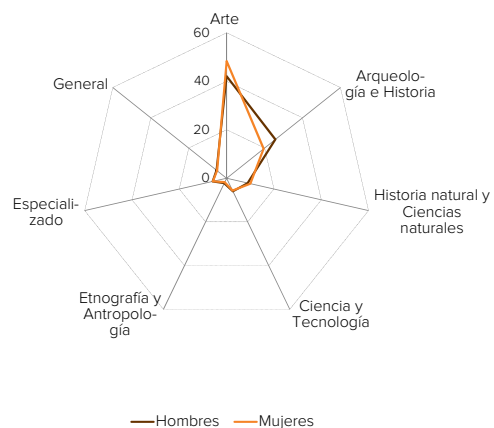


Gráfico 8
Personas según la visita a exposiciones
(En porcentaje)

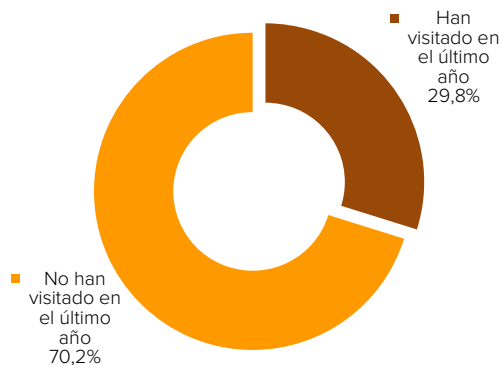


Gráfico 9
Personas según la visita a galerías de arte
(En porcentaje)

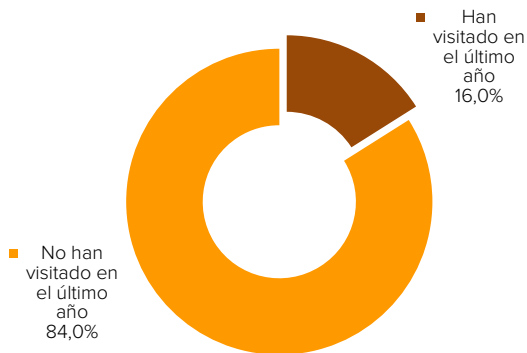
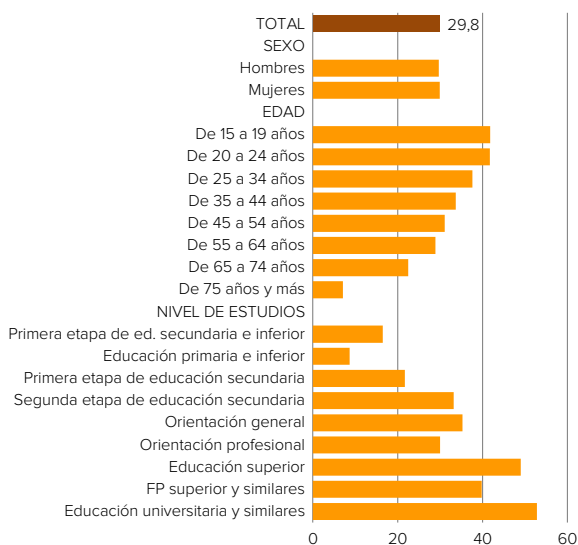


Gráfico 10
Personas que visitaron exposiciones en el último año según características
(En porcentaje)



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)

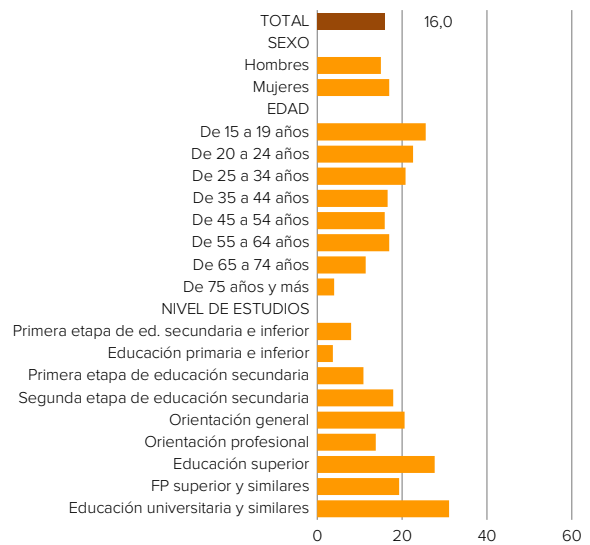


Gráfico 12
Personas según la visita a monumentos
(En porcentaje)

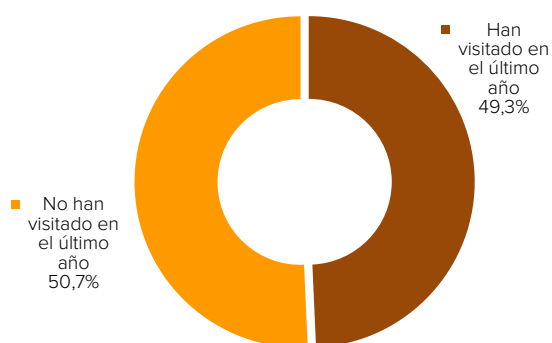


Gráfico 13
Personas según la visita a yacimientos arqueológicos
(En porcentaje)

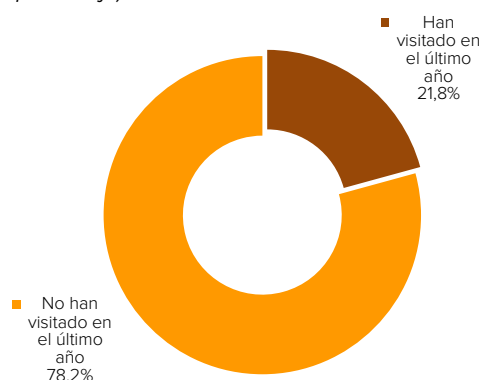
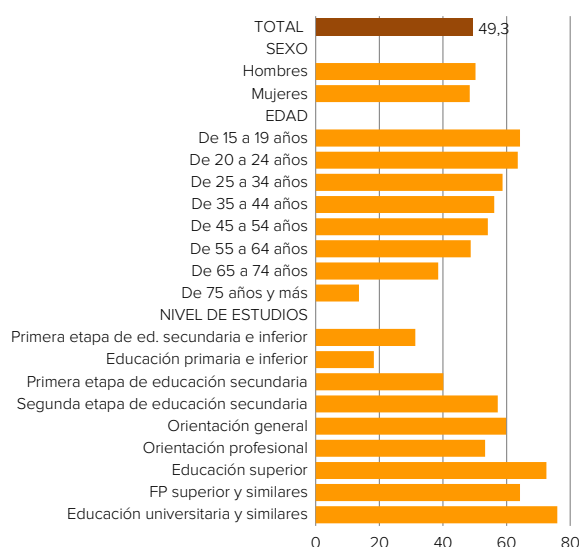


Gráfico 14
Personas que visitaron monumentos en el último año según características
(En porcentaje)



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)

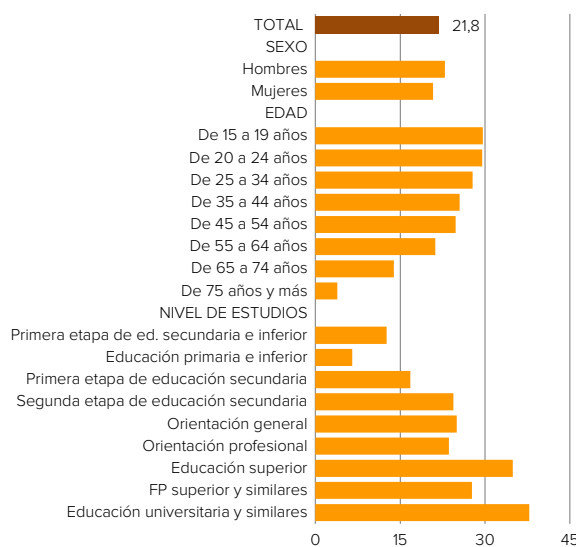


Gráfico 16
Personas según la asistencia o acceso a bibliotecas en el último año
(En porcentaje)

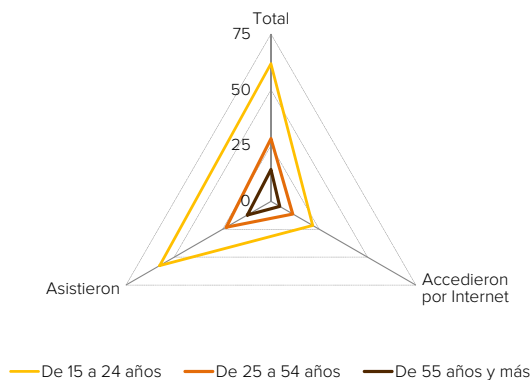


Gráfico 17
Personas según la asistencia presencial a bibliotecas en el último año
(En porcentaje)

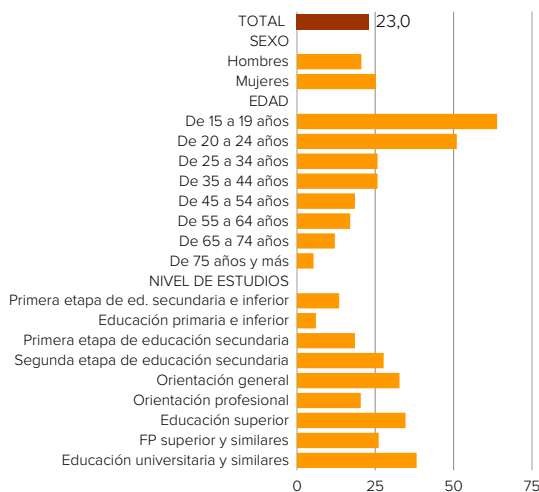
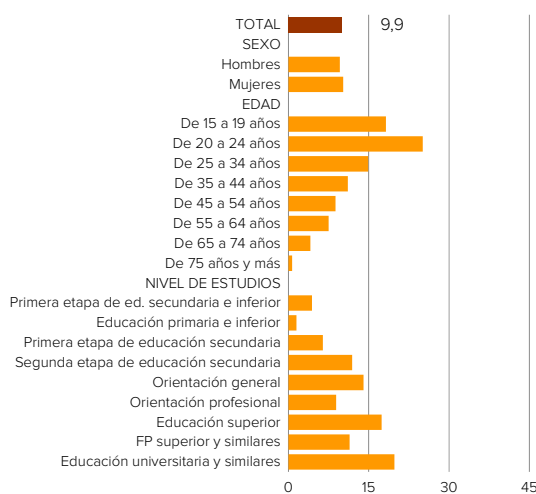


Gráfico 18
Personas según el acceso a bibliotecas a través de Internet en el último año
(En porcentaje)



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)

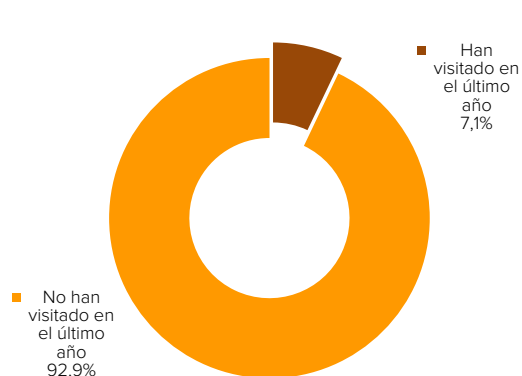


Gráfico 20
Personas según la lectura de libros en el último año
(En porcentaje)

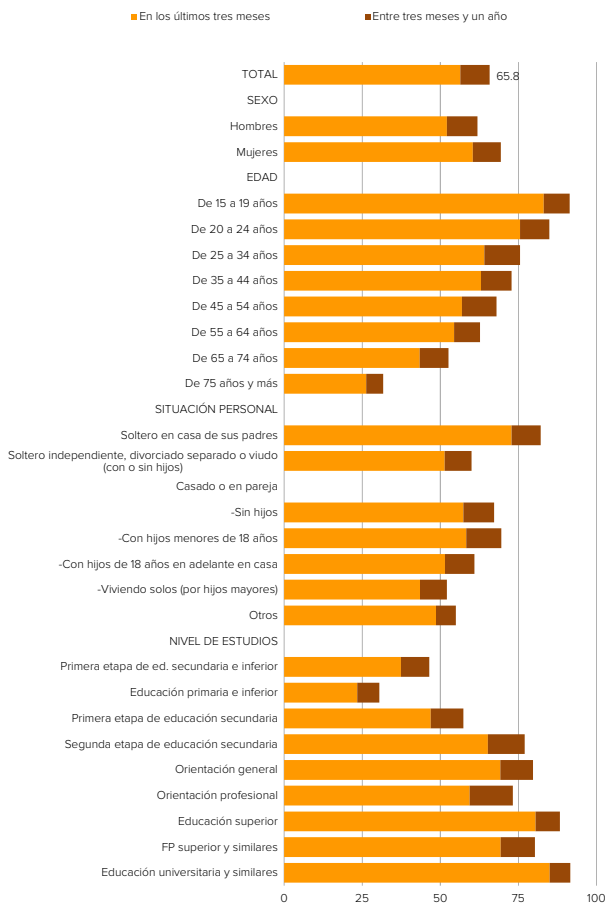
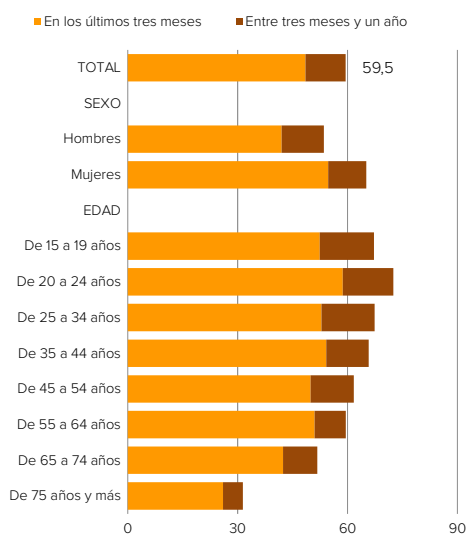


Gráfico 21
Personas según la lectura de libros no relacionados con la profesión o estudios en el último año
(En porcentaje)



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)

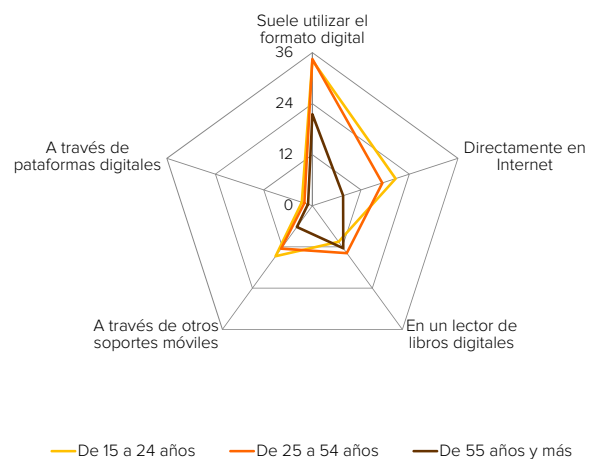


Gráfico 23
Personas que han leído libros por ocio en un trimestre según los temas que suelen leer
(En porcentaje)

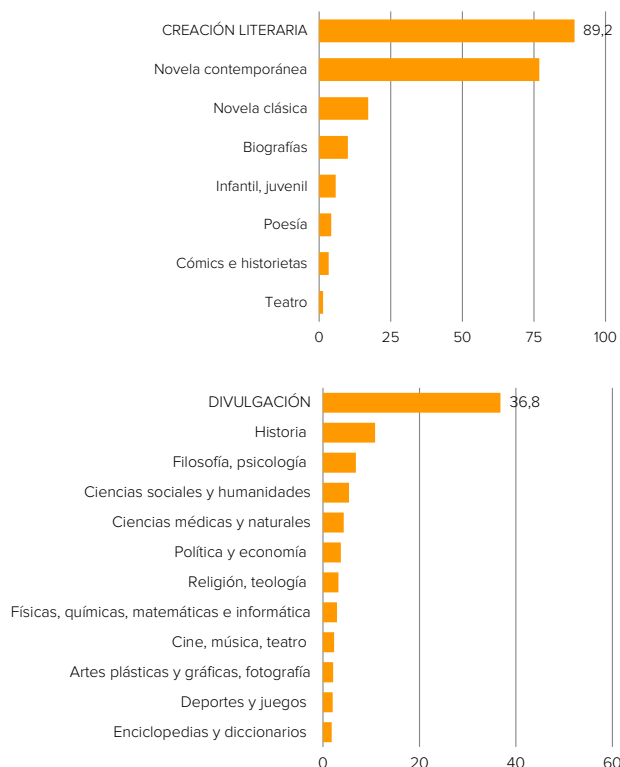
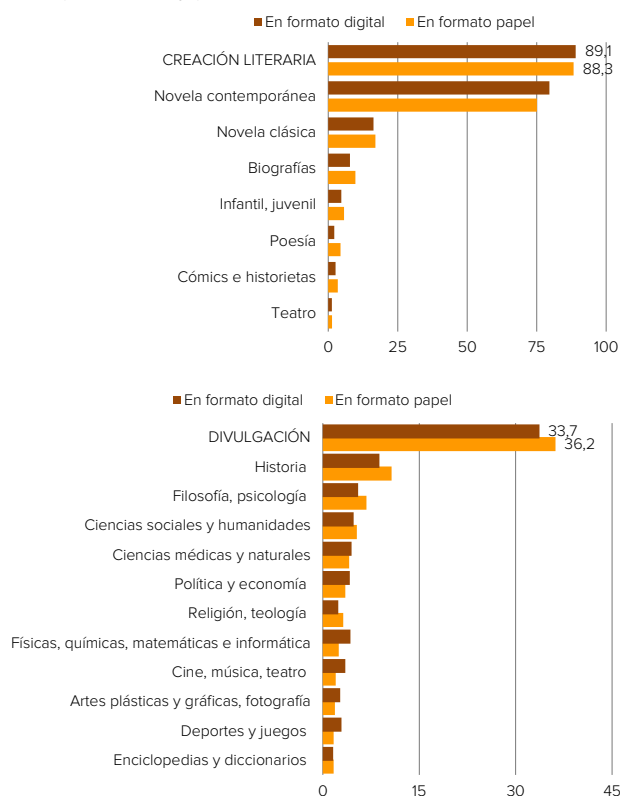


Gráfico 24
Personas que han leído libros por ocio en un trimestre según los temas que suelen leer y formato
(En porcentaje)



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 policiaca 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)

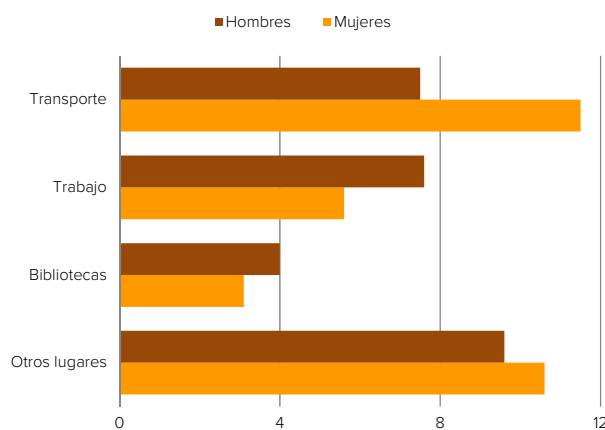


Gráfico 26
Personas que suelen leer prensa o publicaciones periódicas al menos una vez al mes según tipo
(En porcentaje)

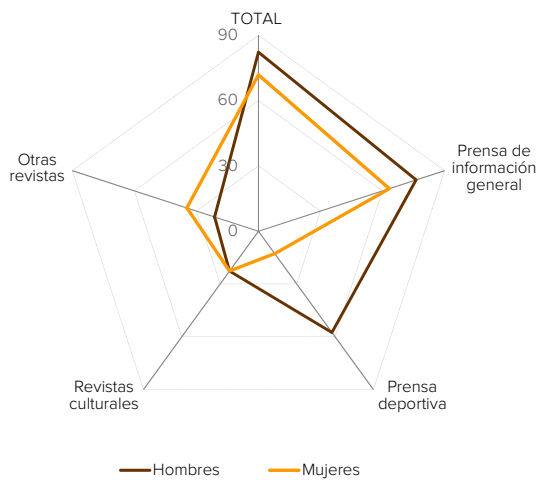


Gráfico 27
Personas que suelen leer prensa de información general al menos una vez al mes según formato
(En porcentaje)

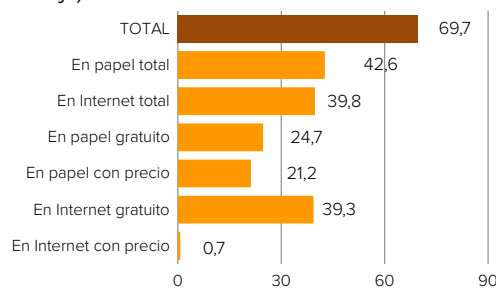
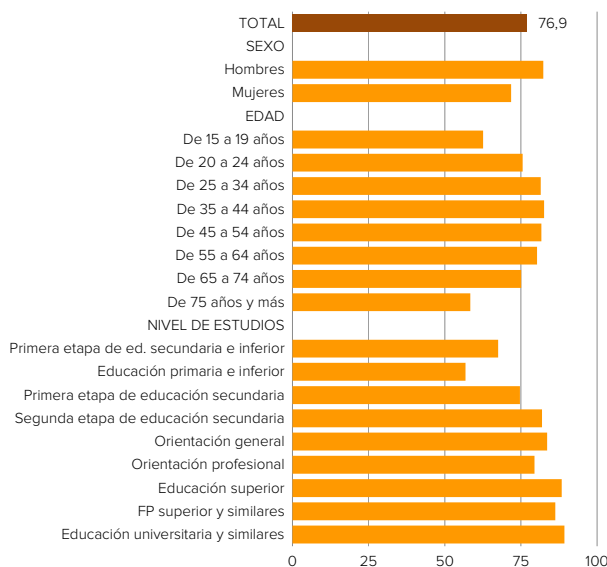


Gráfico 28
Personas que suelen leer prensa o publicaciones periódicas al menos una vez al mes según características
(En porcentaje)



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)

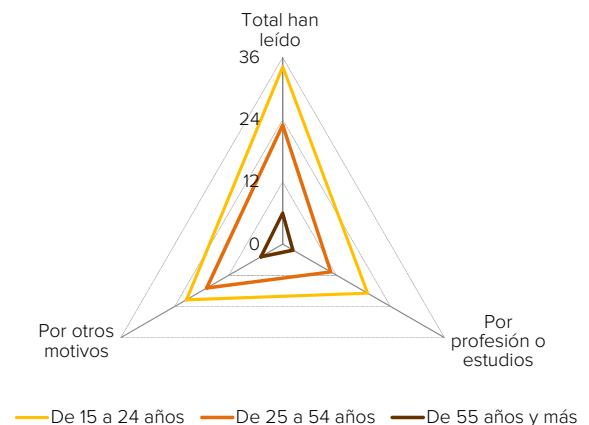


Gráfico 30
Personas según la asistencia a espectáculos escénicos
(En porcentaje)

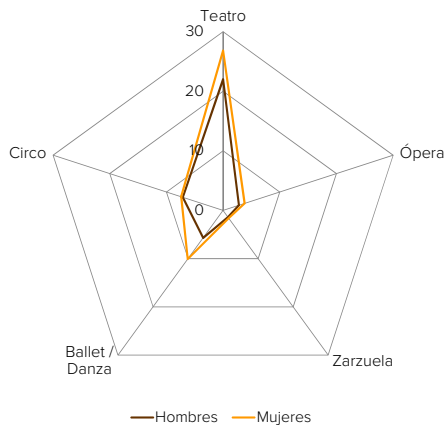


Gráfico 31
Personas según la asistencia al teatro
(En porcentaje)

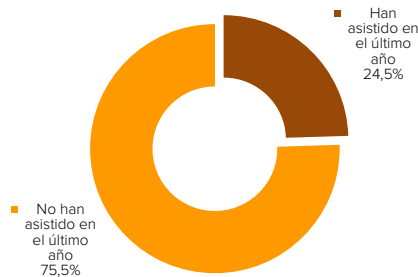
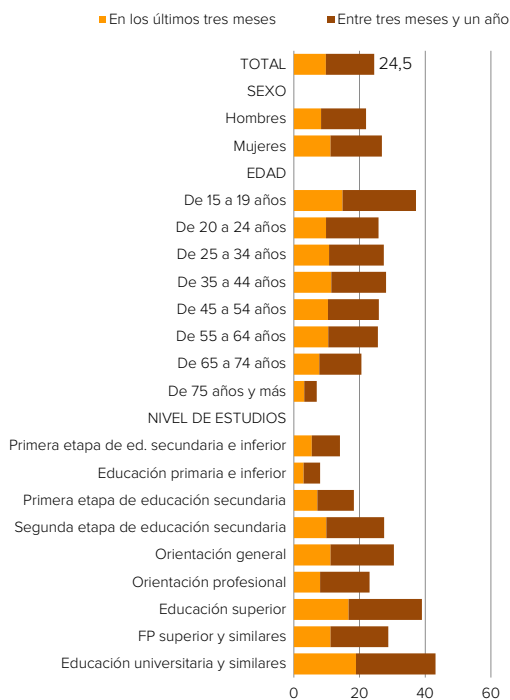


Gráfico 32
Personas que asistieron al teatro en el último año según características
(En porcentaje)



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)

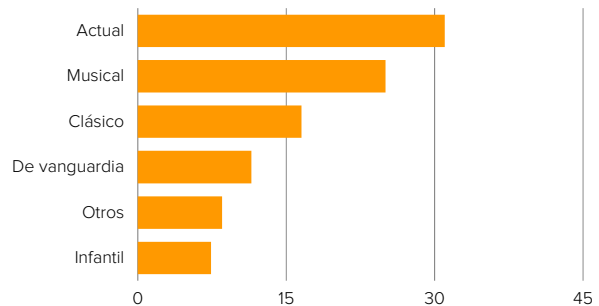


Gráfico 34
Personas según la asistencia al circo en el último año
(En porcentaje)

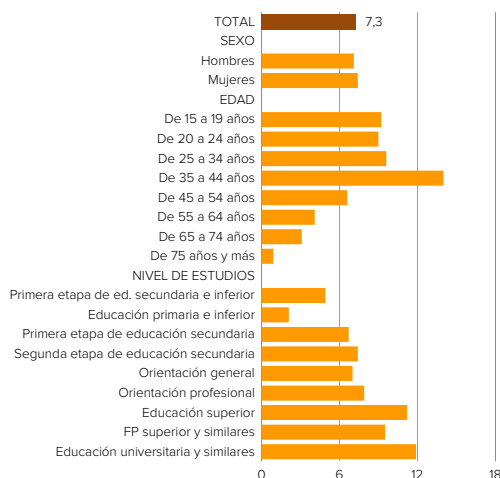


Gráfico 35
Personas según la asistencia a la ópera en el último año
(En porcentaje)

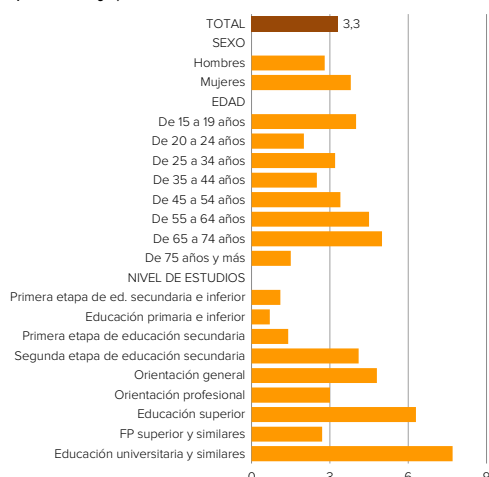
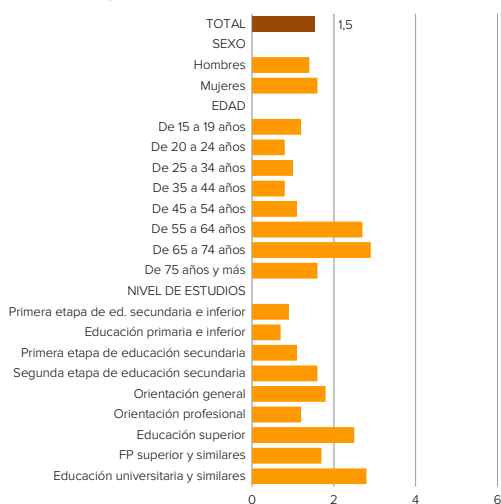


Gráfico 36
Personas según la asistencia a la zarzuela en el último año
(En porcentaje)



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)

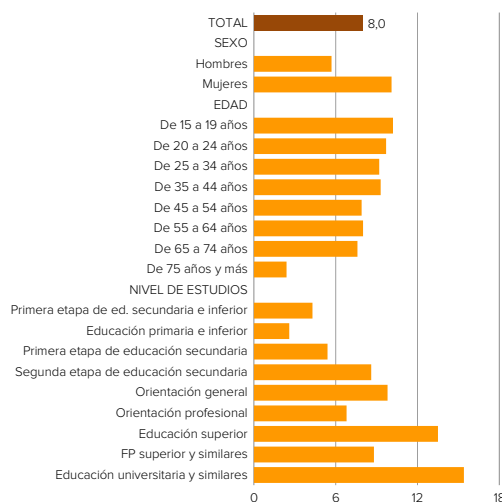


Gráfico 38
Personas según la asistencia a conciertos
(En porcentaje)

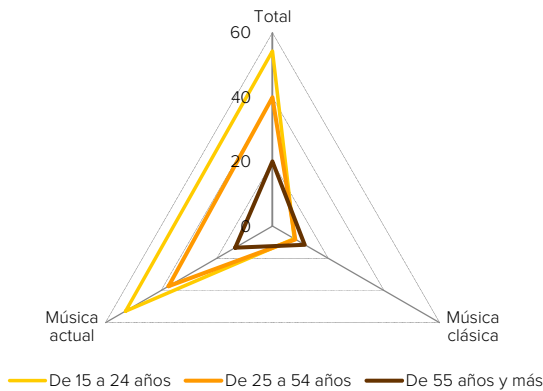


Gráfico 39
Personas según la asistencia a conciertos de música actual en el último año
(En porcentaje)

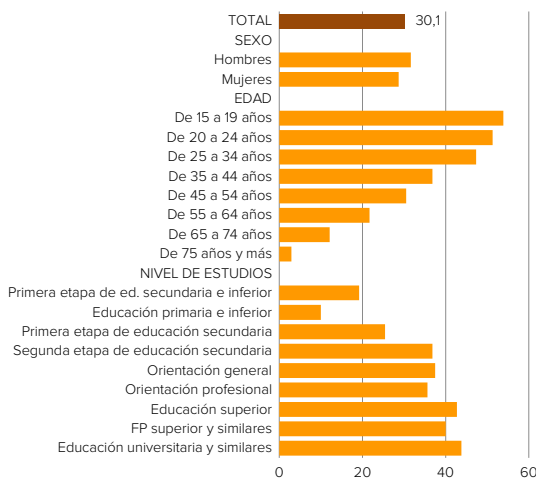
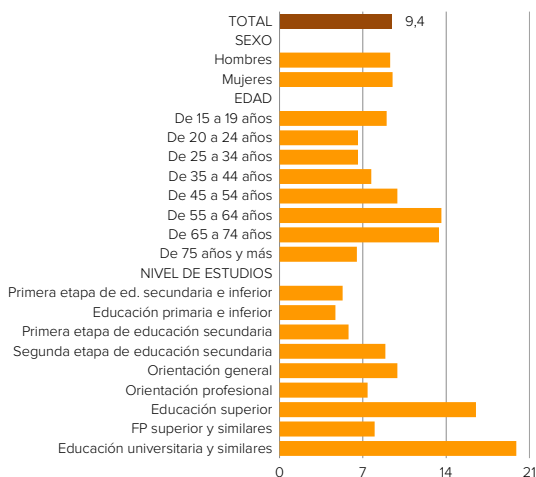


Gráfico 40
Personas según la asistencia a conciertos de música clásica en el último año
(En porcentaje)



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)

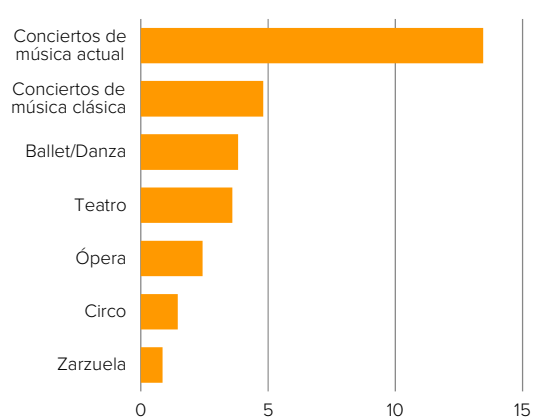


Gráfico 42
Personas según la frecuencia del hábito de escuchar música
 (En porcentaje)

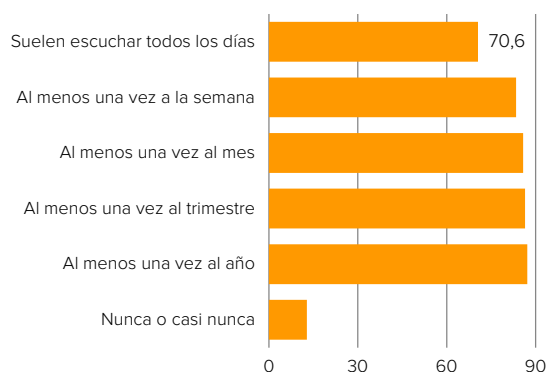
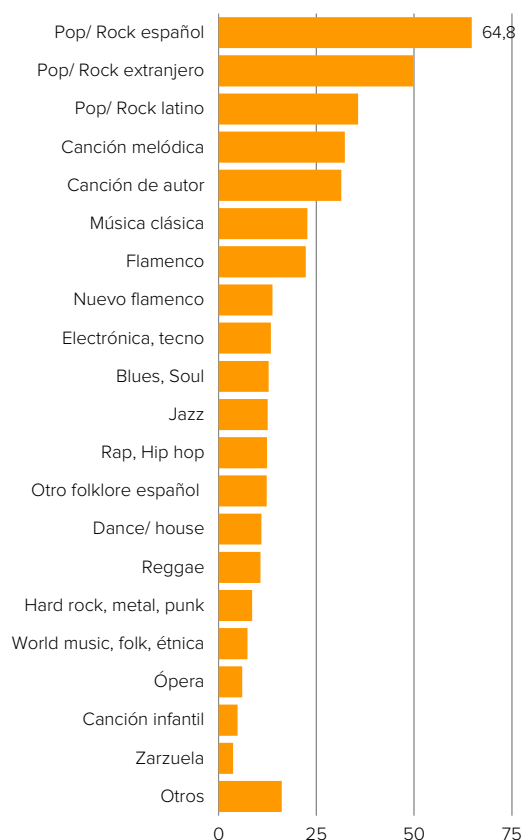


Gráfico 43
Personas que han escuchado música grabada en un trimestre según el género musical
 (En porcentaje)



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)

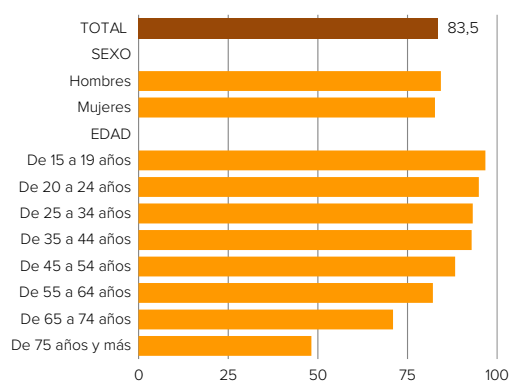


Gráfico 45
Personas según la asistencia al cine en el último año
(En porcentaje)

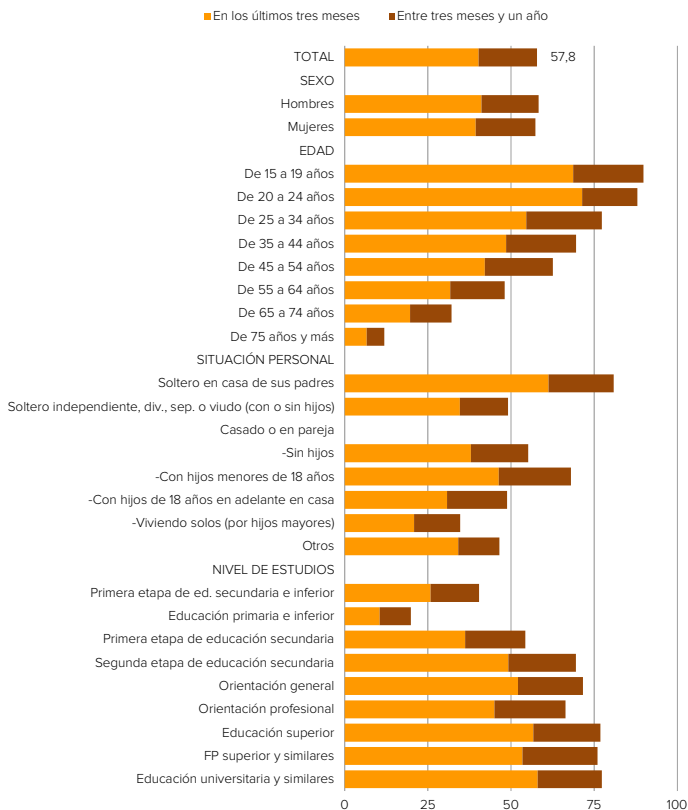
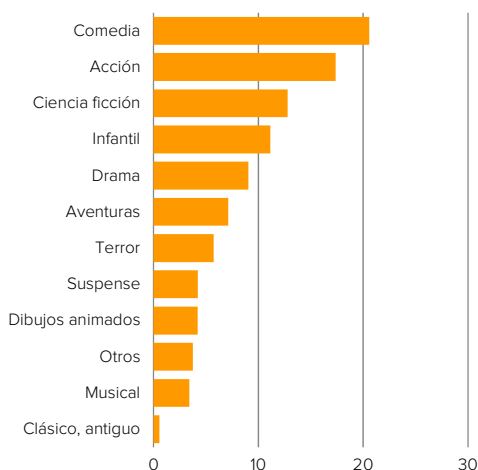


Gráfico 46
Personas que han ido al cine en un año según el tipo de película de la última vez que asistieron
(En porcentaje)



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)

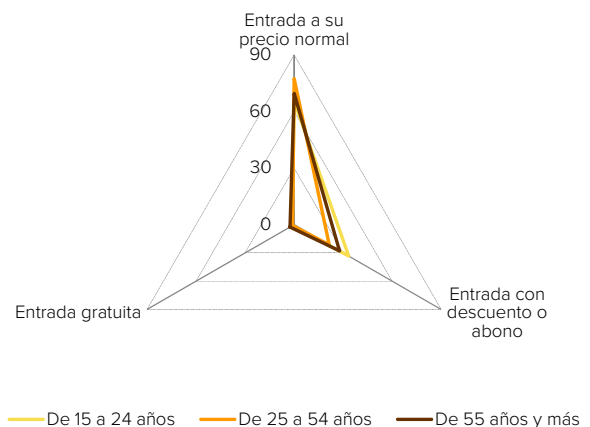


Gráfico 48
Personas que han ido al cine en un año según los motivos para elegir la película de la última vez que asistieron
(En porcentaje)



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

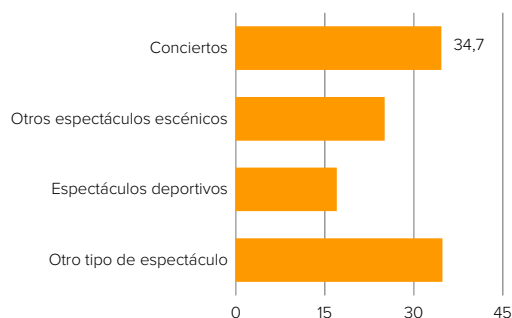
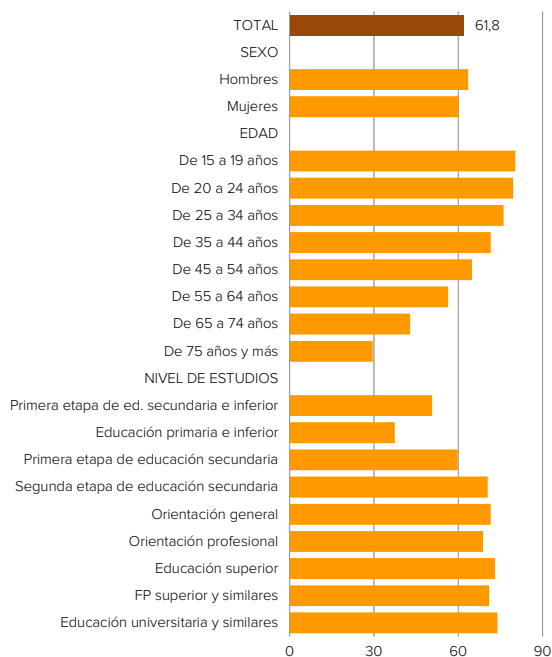


Gráfico 50
Personas que suelen ver vídeo al menos una vez al mes
(En porcentaje)



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)

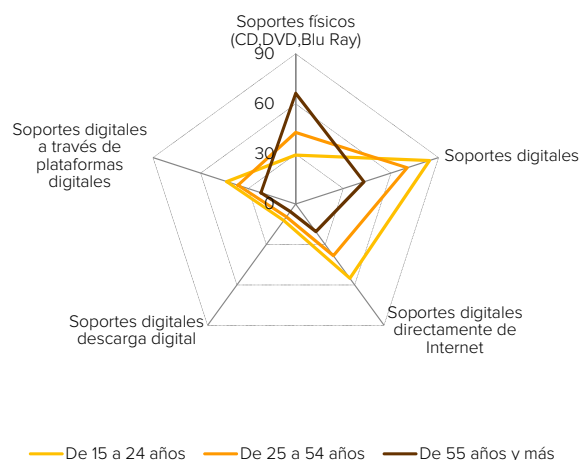


Gráfico 52
Personas según la frecuencia de ver televisión o escuchar la radio
(En porcentaje)

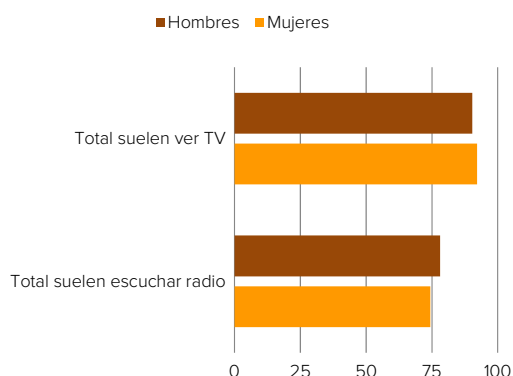


Gráfico 53
Personas que suelen ver televisión según el tipo de programa que suelen ver
(En porcentaje de la población que suele ver televisión)

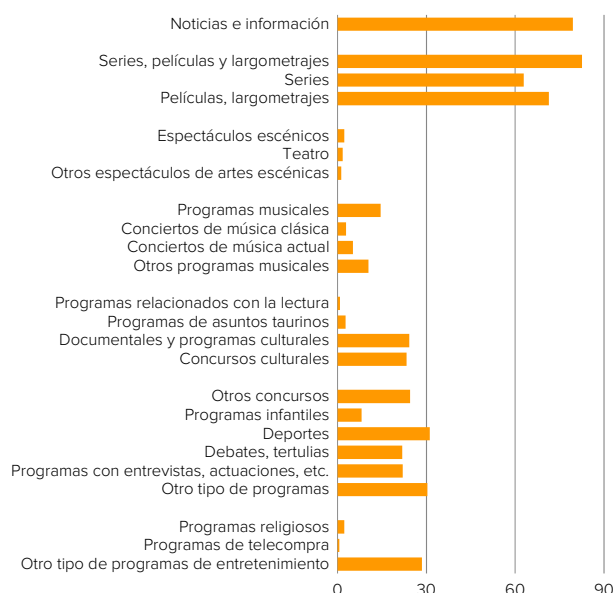
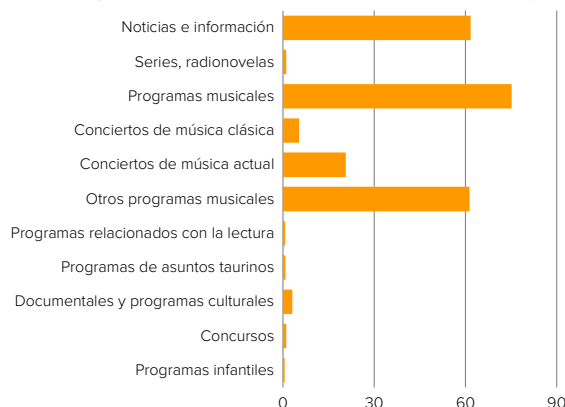


Gráfico 54
Personas que suelen escuchar la radio según el tipo de programa que suelen oír
(En porcentaje de la población que suele escuchar la radio)



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)

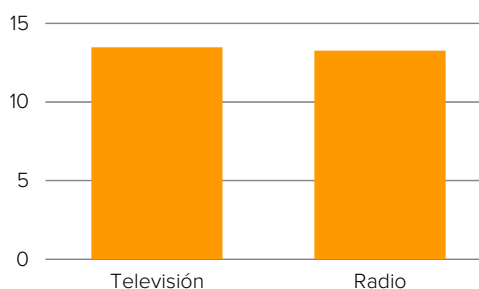


Gráfico 56
Personas que suelen utilizar el ordenador al menos una vez al mes según el tipo de uso
(En porcentaje)

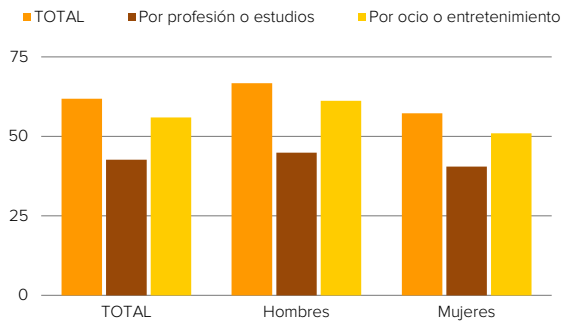


Gráfico 57
Personas que suelen acceder a Internet por ocio o entretenimiento al menos una vez al mes
(En porcentaje)

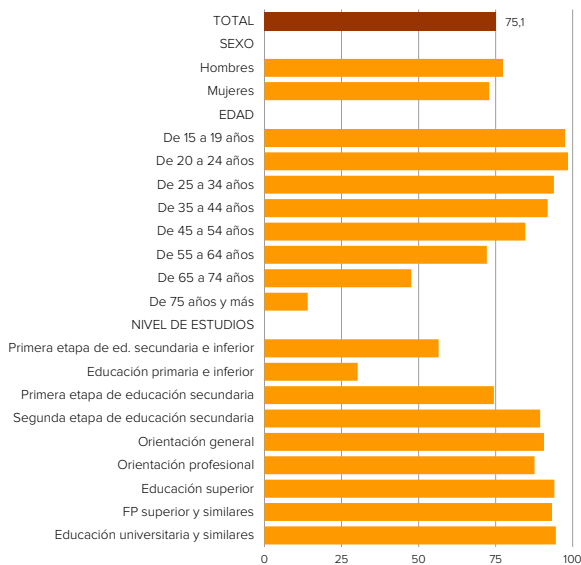
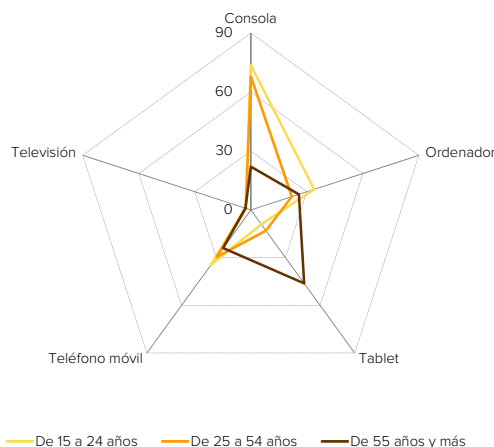


Gráfico 58
Personas que han utilizado videojuegos en un trimestre según el tipo de soporte utilizado para jugar
(En porcentaje)



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)

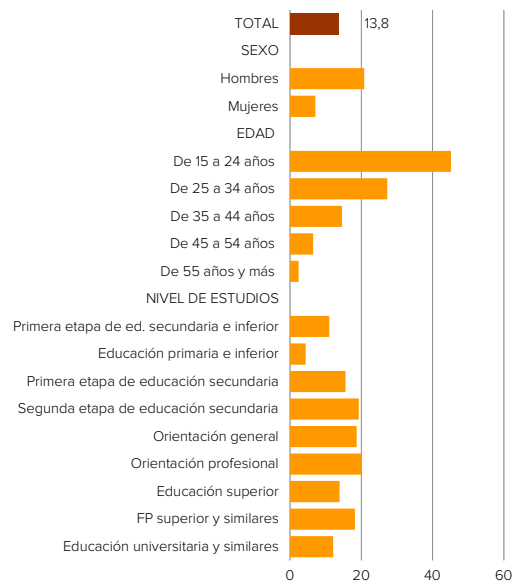


Gráfico 60
Personas que han realizado actividades artísticas en el último año
(En porcentaje del total de cada actividad)

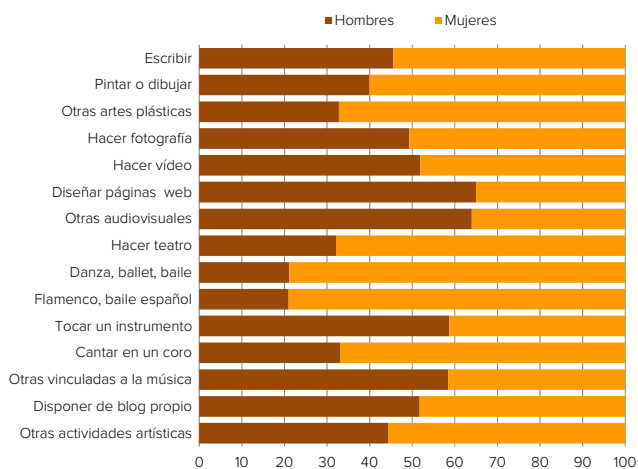


Gráfico 61
Personas que han realizado actividades artísticas en el último año por edad
(En porcentaje)

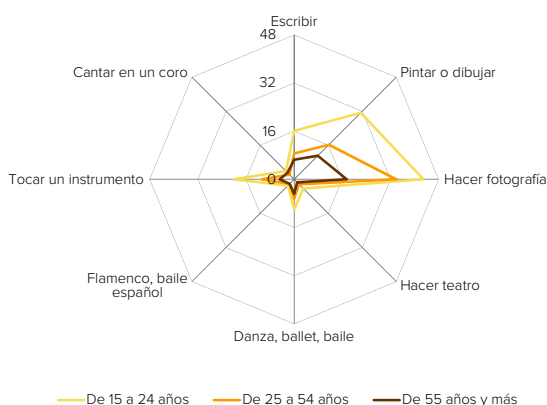


Gráfico 62
Personas que han asistido a otras actividades relacionadas con el ocio y la cultura en el último año
(En porcentaje)



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 rejonos.

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

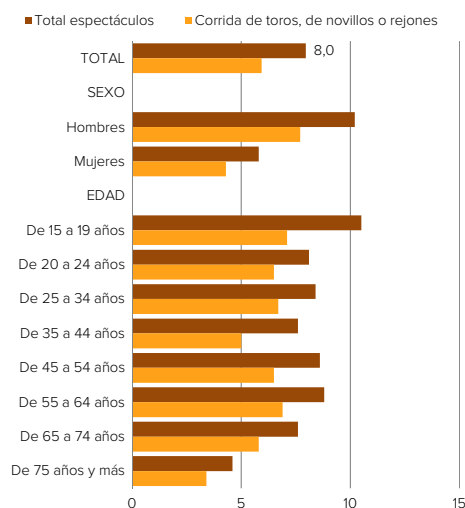
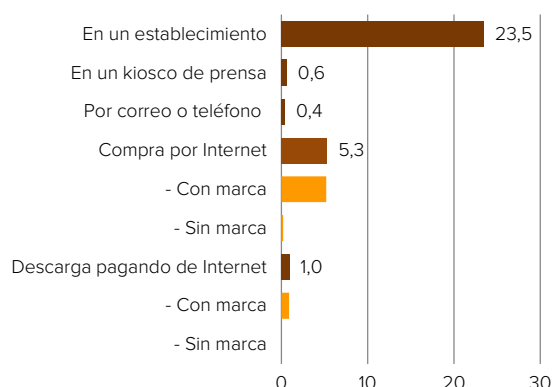


Gráfico 64
Personas que han comprado libros en el último trimestre por vías de adquisición
(En porcentaje)



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)

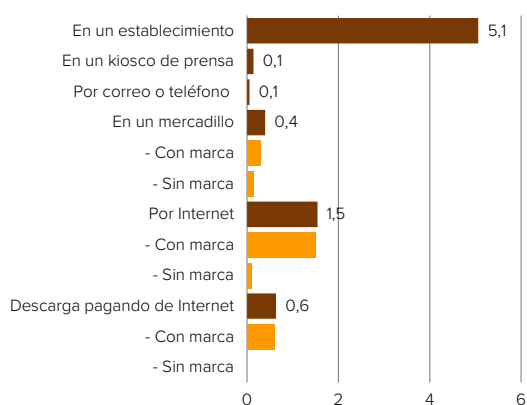


Gráfico 66
Personas que obtuvieron música grabada en el último trimestre por vías distintas de la compra
(En porcentaje)

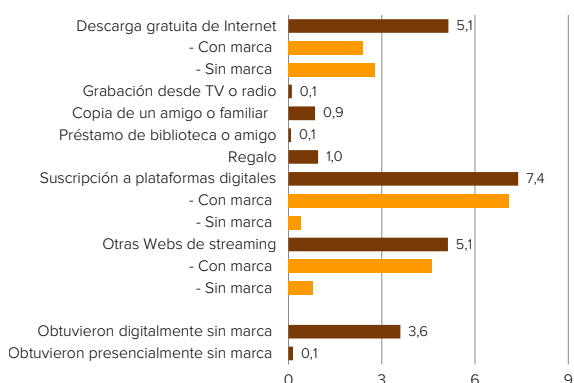


Gráfico 67
Personas que han obtenido libros, música o vídeos sin marca o licencia de autor
(En porcentaje)

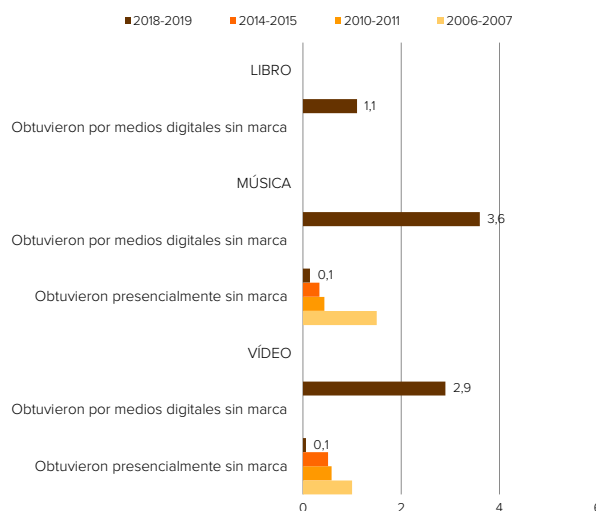


Gráfico 68
Personas según la compra de vídeos en el último trimestre por vías de adquisición
(En porcentaje)

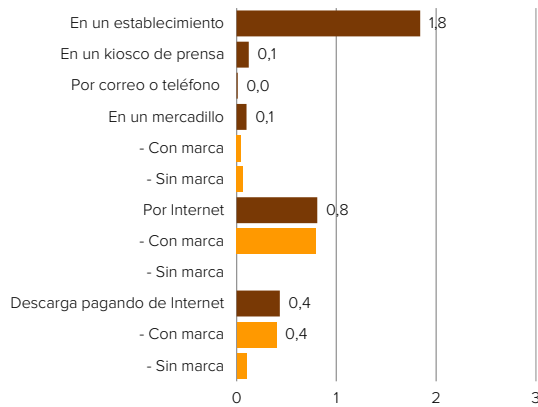


Gráfico 69
Personas que obtuvieron vídeos en el último trimestre por vías distintas de la compra
(En porcentaje)

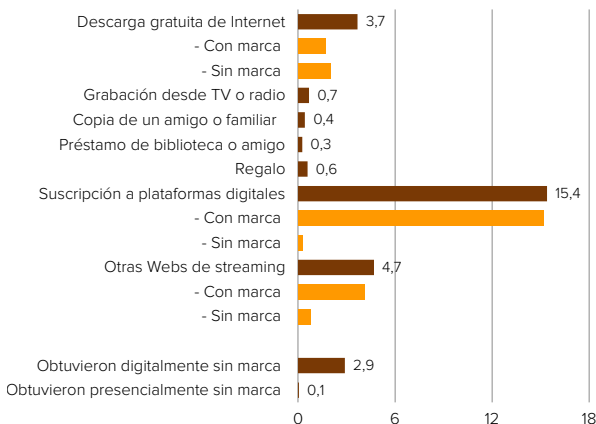
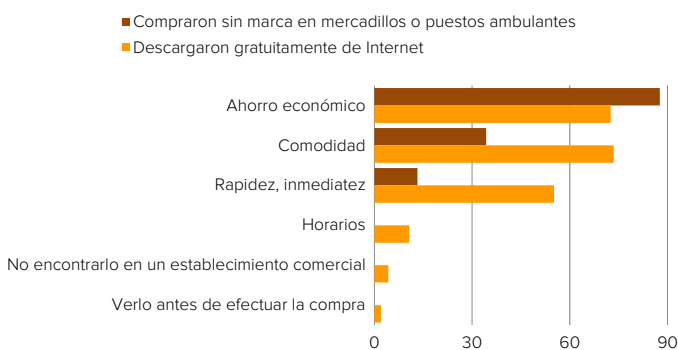


Gráfico 70
Personas que han comprado vídeos sin marca o han descargado gratuitamente de Internet en un trimestre según el motivo
(En porcentaje)



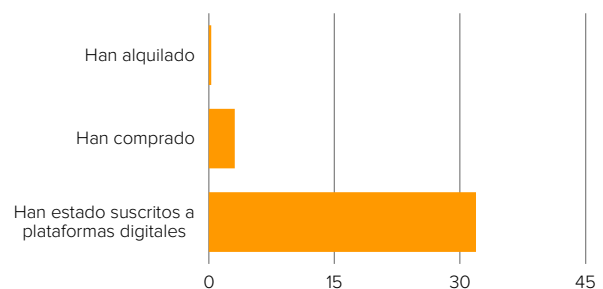
Por término medio cada trimestre un 3,1% de los investigados compra vídeos. El 0,1% de la población compra vídeos sin marca en un mercadillo o puesto ambulante, y el porcentaje de personas que trimestralmente realiza descargas de vídeos gratuitamente de Internet es del 3,7% de la población. Destaca el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

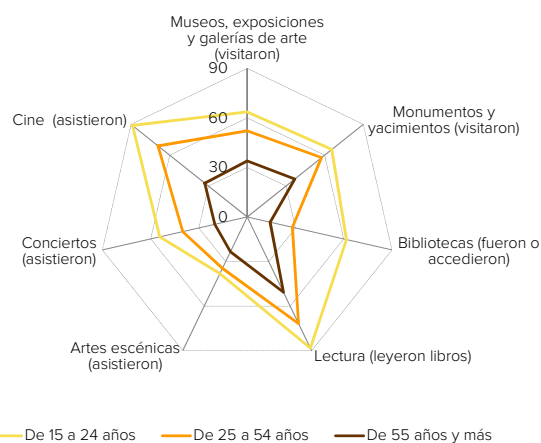
Gráfico 71
Personas según la suscripción a plataformas digitales, la compra o el alquiler de vídeos en el último trimestre
(En porcentaje)



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.

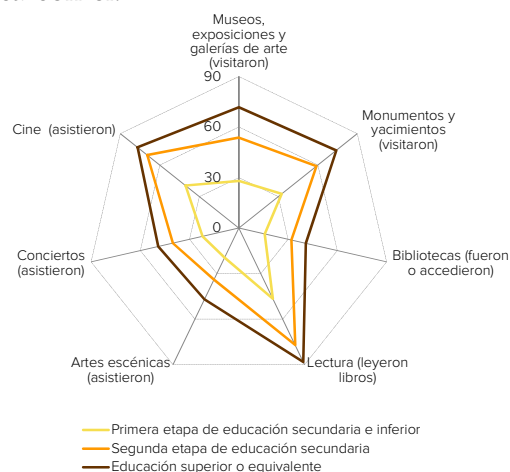
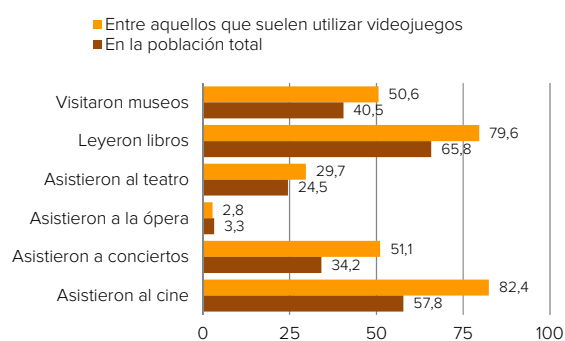
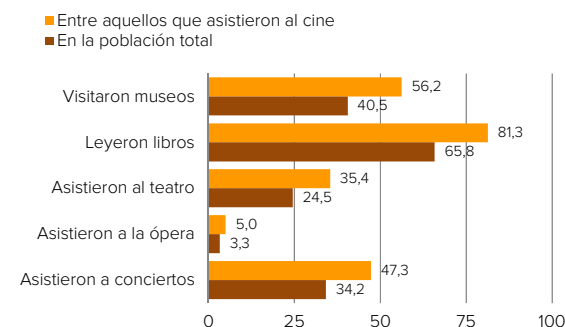
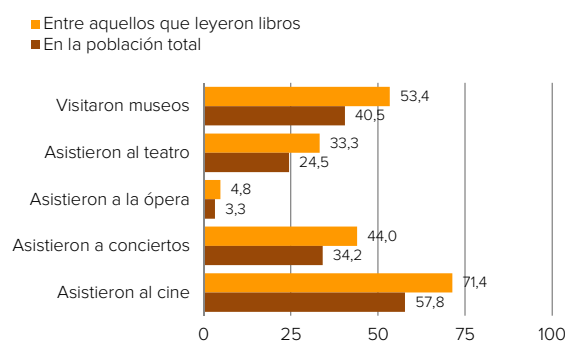
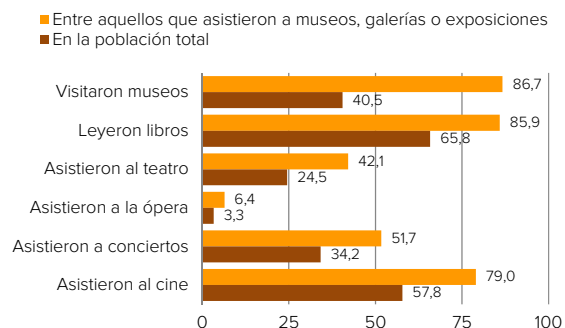


Gráfico 73
Indicadores de participación cultural anual en la población total analizada y en diversos colectivos
(En porcentaje)



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.

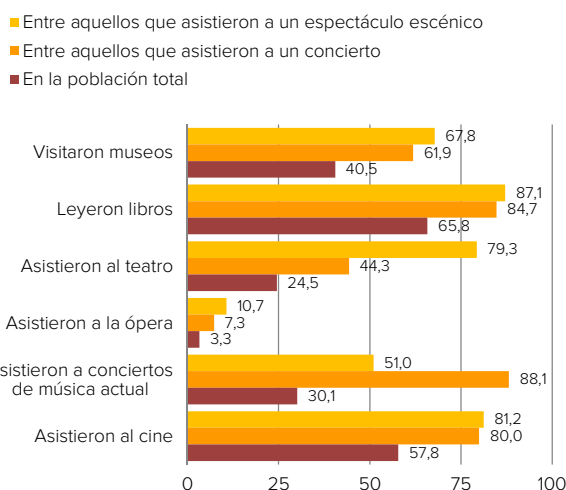
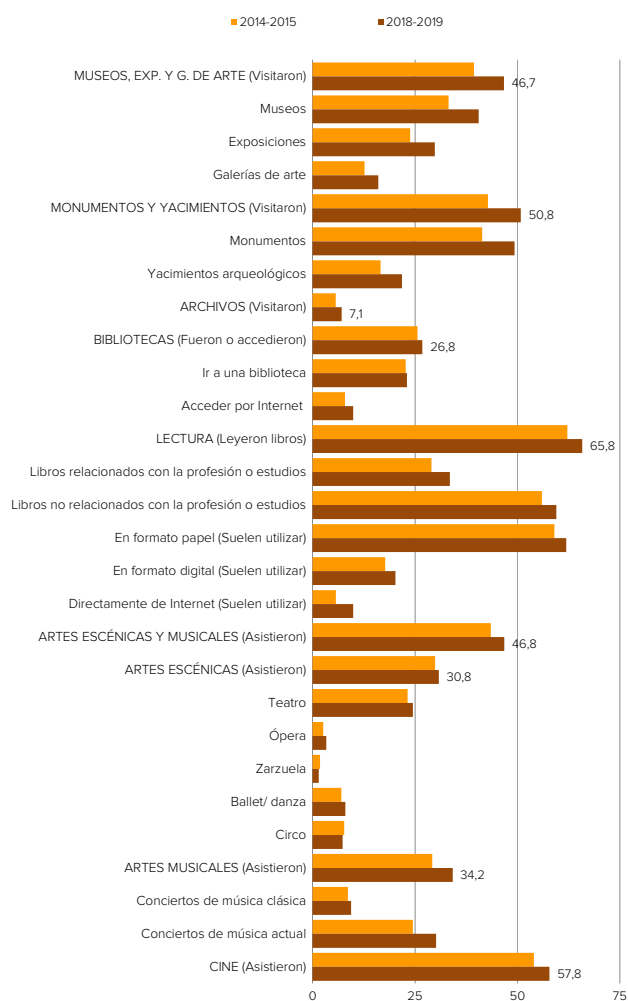
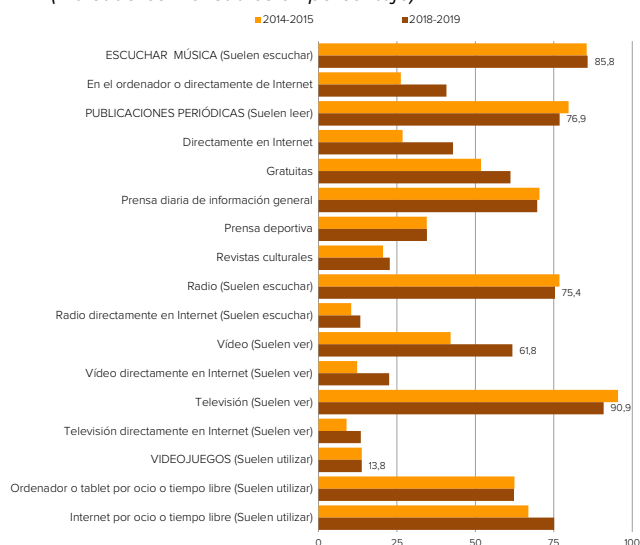


Gráfico 74
Evolución de los principales indicadores de participación cultural
(Indicadores anuales en porcentaje)



(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)

