

































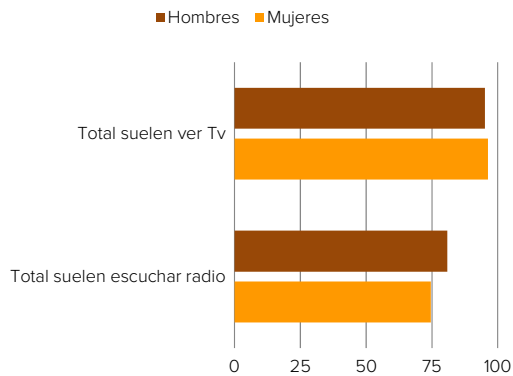








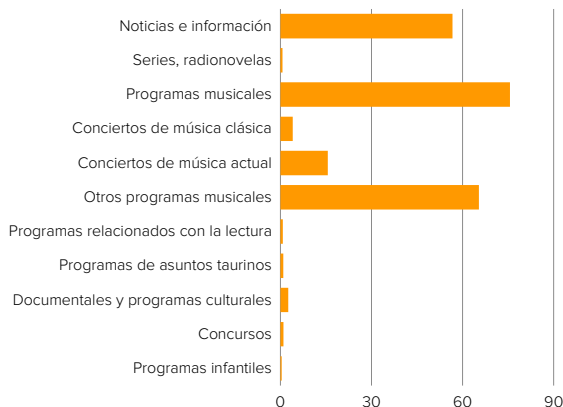
**Gráfico 52**  
**Personas según la frecuencia de ver televisión o escuchar la radio**  
*(En porcentaje)*



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



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



## Audiovisual y nuevas tecnologías

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

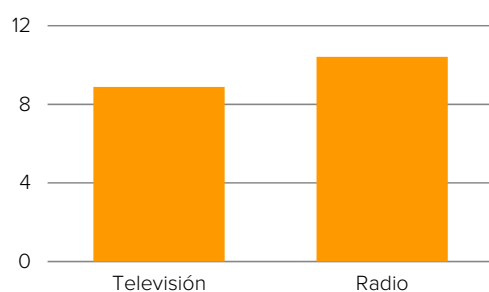
Por tipo de programa, un 81,9% de la población que ve la televisión suele ver noticias, y el 71,2%, ven películas y largometrajes. En tercer lugar figuran las series, 62,9% y los deportes, 34%. Un 31,6% ve documentales y programas culturales, y el 21,5% concursos de índole cultural.

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

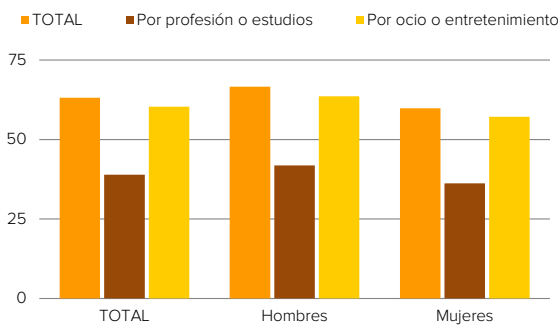
El 77,6% de los investigados suele escuchar la radio. En relación con el tipo de programas, entre los que suelen escuchar la radio, existe una clara preferencia por programas musicales, 75,6%, y las noticias, 56,7%, siendo muy inferior la preferencia por las tertulias, 18,9%, los programas deportivos,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

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

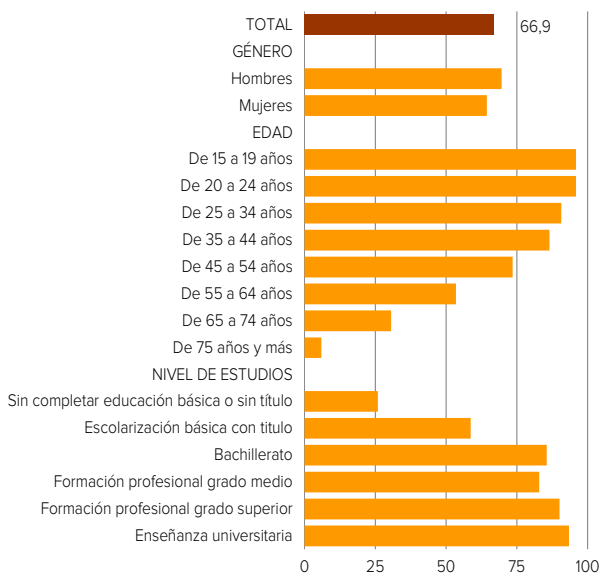
**Gráfico 55**  
**Personas que en el último mes han visto televisión o escuchado la radio directamente en Internet**  
*(En porcentaje)*



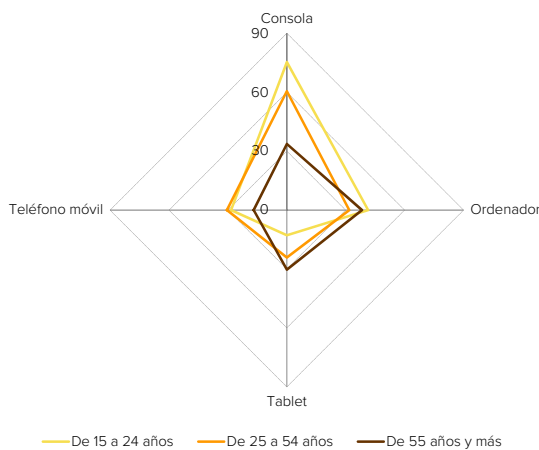
**Gráfico 56**  
**Personas que suelen utilizar el ordenador al menos una vez al mes según el tipo de uso**  
 (En porcentaje)



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



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



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

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

## Videojuegos

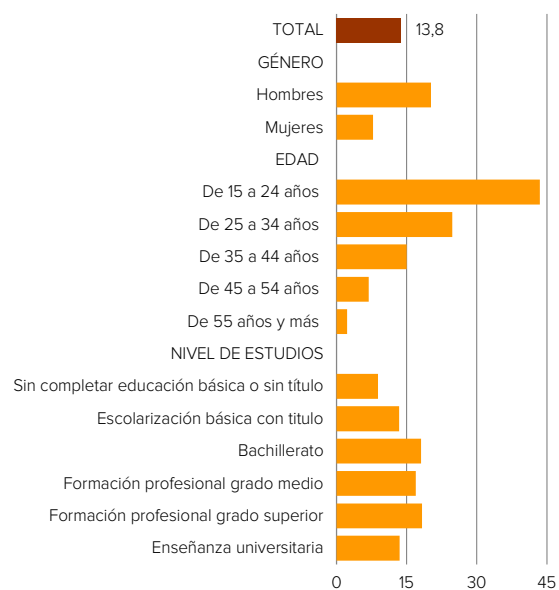
El 13,8% de la población utiliza videojuegos al menos una vez al mes, cifra muy superior entre los hombres, 20,2% que en el colectivo de mujeres, 7,8%.

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

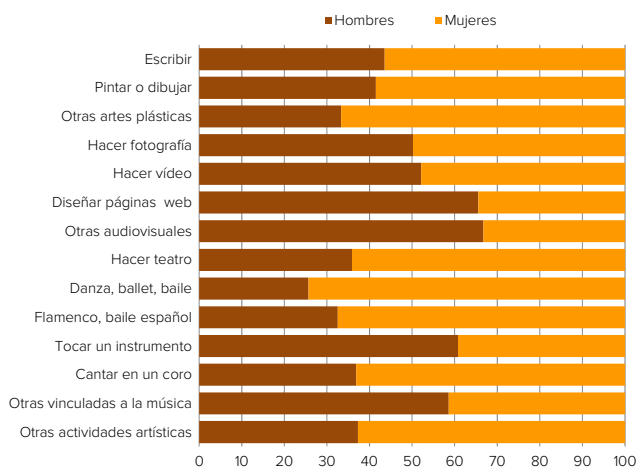
Entre aquellos que jugaron en el último trimestre, la mitad, el 49,6%, prefieren videojuegos de acción o aventuras, el 47,4% suele utilizar videojuegos de estrategia y el 33,3% de deportes.

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

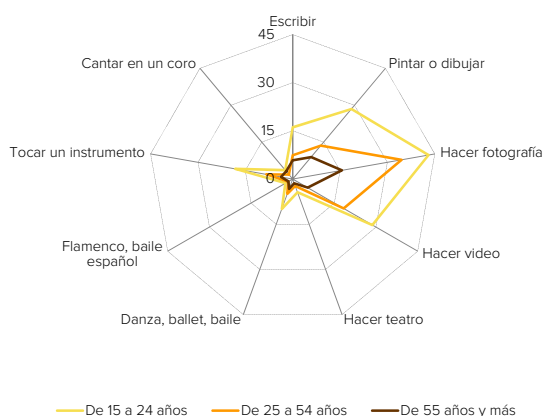
**Gráfico 59**  
**Personas que suelen utilizar videojuegos al menos una vez al mes**  
 (En porcentaje)



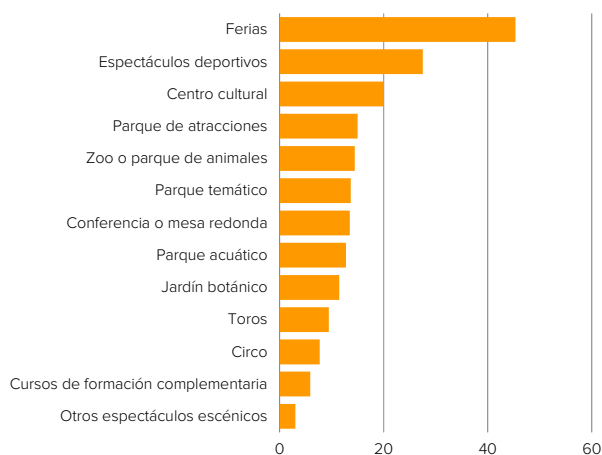
**Gráfico 60**  
**Personas que han realizado actividades artísticas en el último año**  
*(En porcentaje del total de cada actividad)*



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



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



## Prácticas culturales activas y otras actividades relacionadas con el ocio

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

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

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

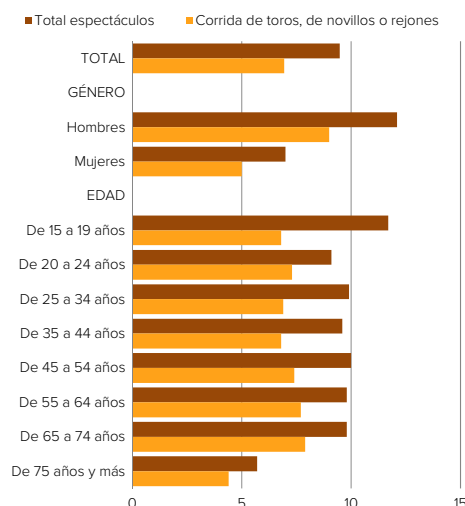
A lo largo de un año un 14,5% de los investigados visitó un zoológico o parque con animales, el 11,5% un jardín botánico y el 13,7% parques temáticos.

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

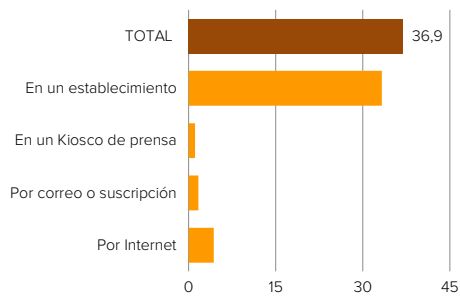
## Festejos taurinos

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

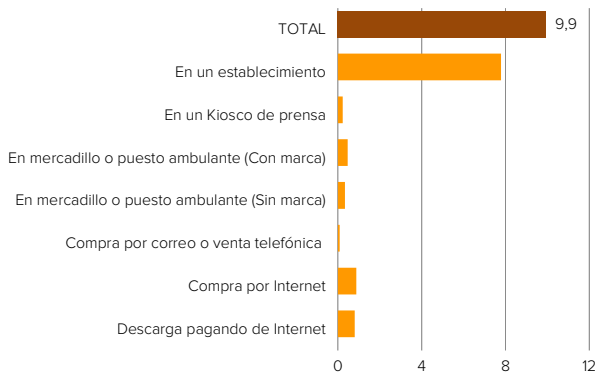
**Gráfico 63**  
**Personas que han asistido a espectáculos taurinos en el último año**  
*(En porcentaje)*



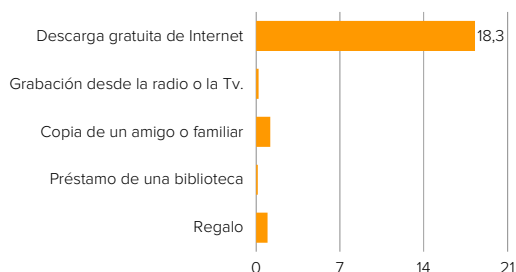
**Gráfico 64**  
**Personas que han comprado libros en el último trimestre por vías de adquisición**  
*(En porcentaje)*



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



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



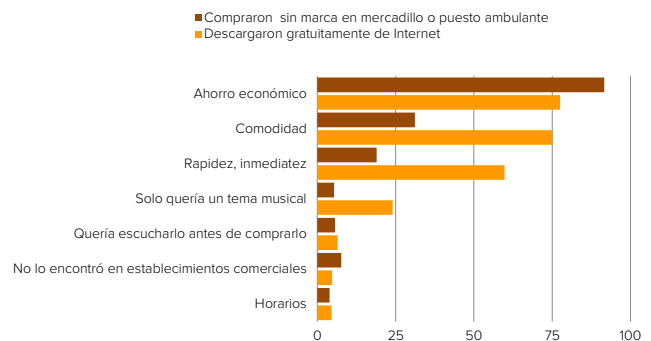
## Forma de adquisición de productos sujetos a propiedad intelectual

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

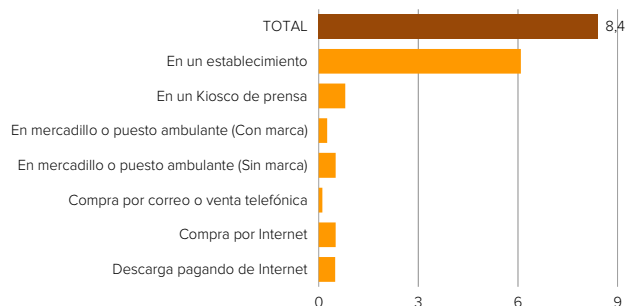
En relación con la adquisición de música grabada, el 9,9% de los investigados ha realizado compras en el último trimestre, la mayor parte de ellos en un establecimiento. Los estimadores obtenidos indican que la compra de música sin marca en mercadillos o puestos ambulantes se sitúa en el 0,3% de la población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

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

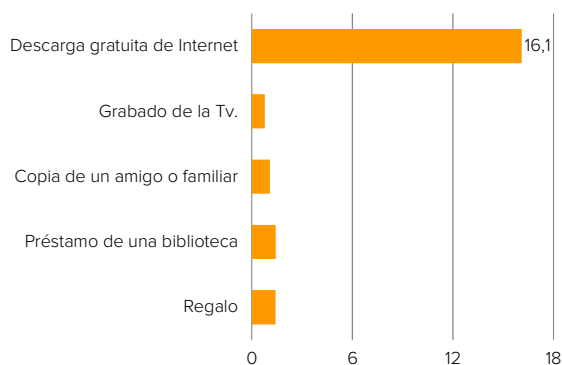
**Gráfico 67**  
**Personas que han comprado música sin marca o han descargado gratuitamente de Internet en un trimestre según el motivo**  
*(En porcentaje)*



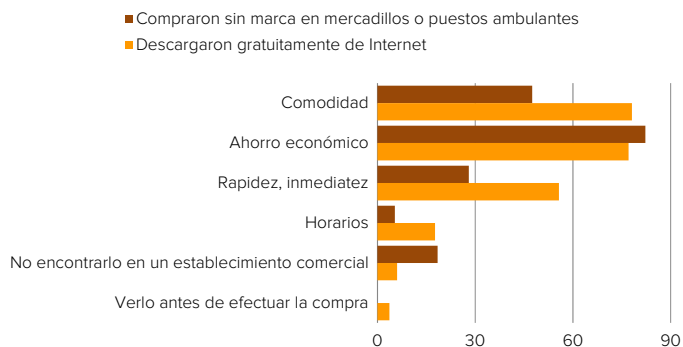
**Gráfico 68**  
**Personas según la compra de vídeos en el último trimestre por vías de adquisición**  
*(En porcentaje)*



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



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

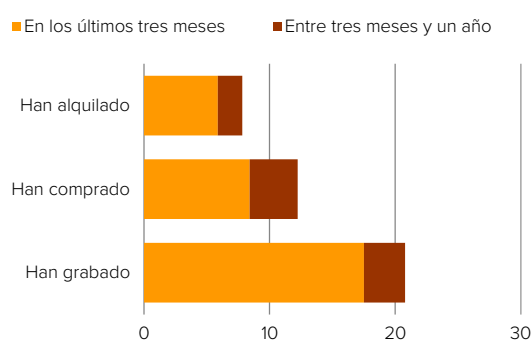


Por término medio cada trimestre un 8,4% de los investigados compra vídeos. Los resultados relativos a este ámbito indican un ligero descenso en los niveles de uso de canales que pueden vulnerar derechos de propiedad intelectual en relación a 2011. El 0,5% de la población compra vídeos sin marca en un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

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

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

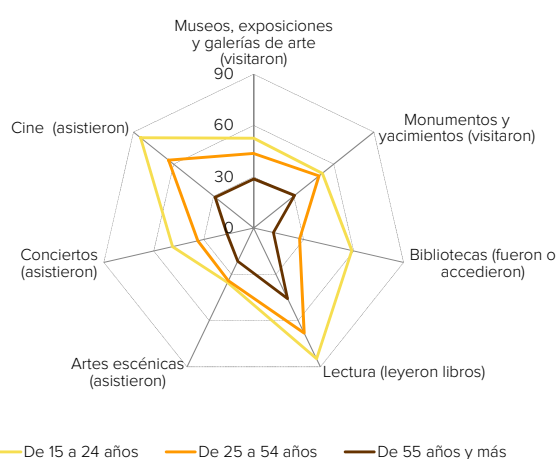
**Gráfico 71**  
**Personas según la grabación, compra o alquiler de vídeos en el último año**  
*(En porcentaje)*



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

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

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



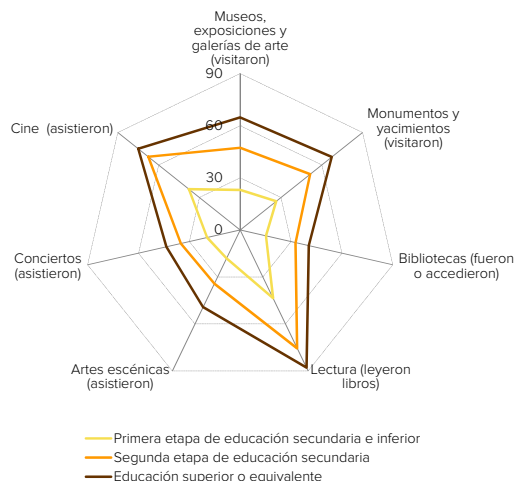
## Resultados por género, edad y estudios

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

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

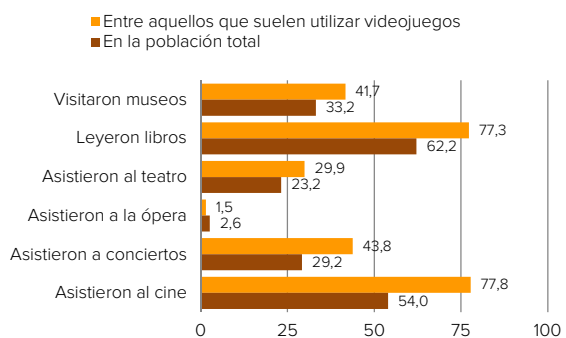
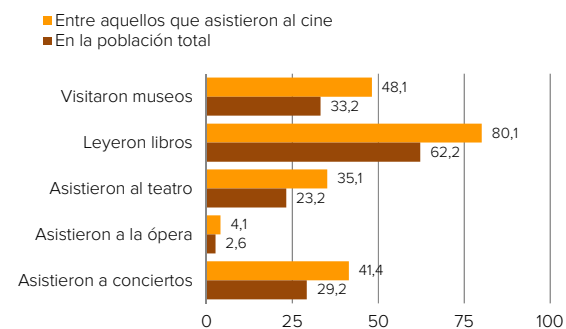
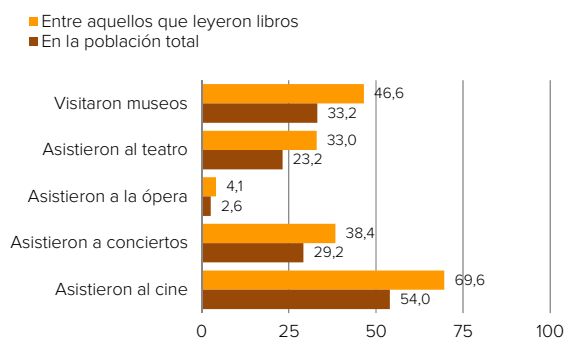
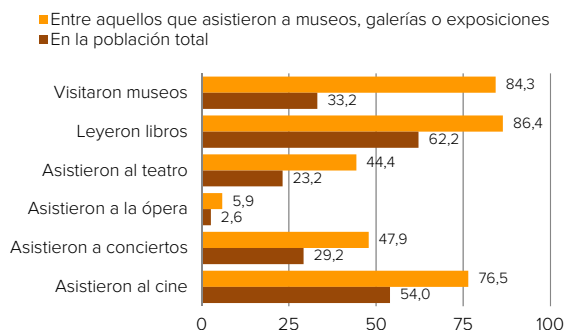
Tocar un instrumento musical, hacer fotografía o vídeo son aficiones artísticas más frecuentes entre los hombres, que presentan asimismo mayores tasas de asistencia anual a conciertos de música actual y al cine. Si nos centramos en el colectivo de los que hacen teatro, baile o danza, son más altas las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

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





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



## Indicadores de participación cultural interrelacionados

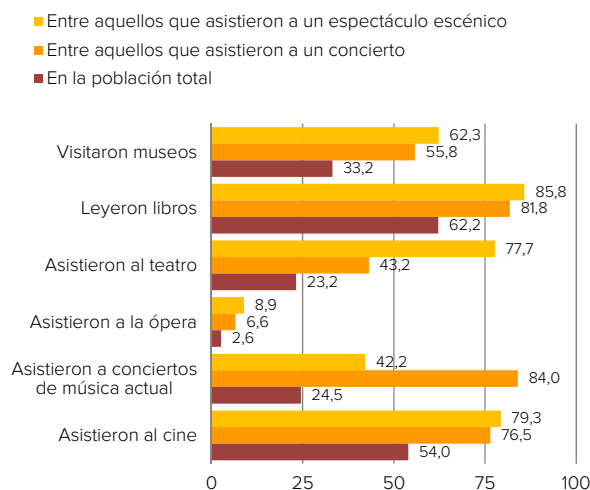
La encuesta ofrece asimismo indicadores de participación cultural evaluados en colectivos de personas en los que se observa un comportamiento cultural determinado, que ponen de manifiesto las fuertes interrelaciones entre ellos.

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

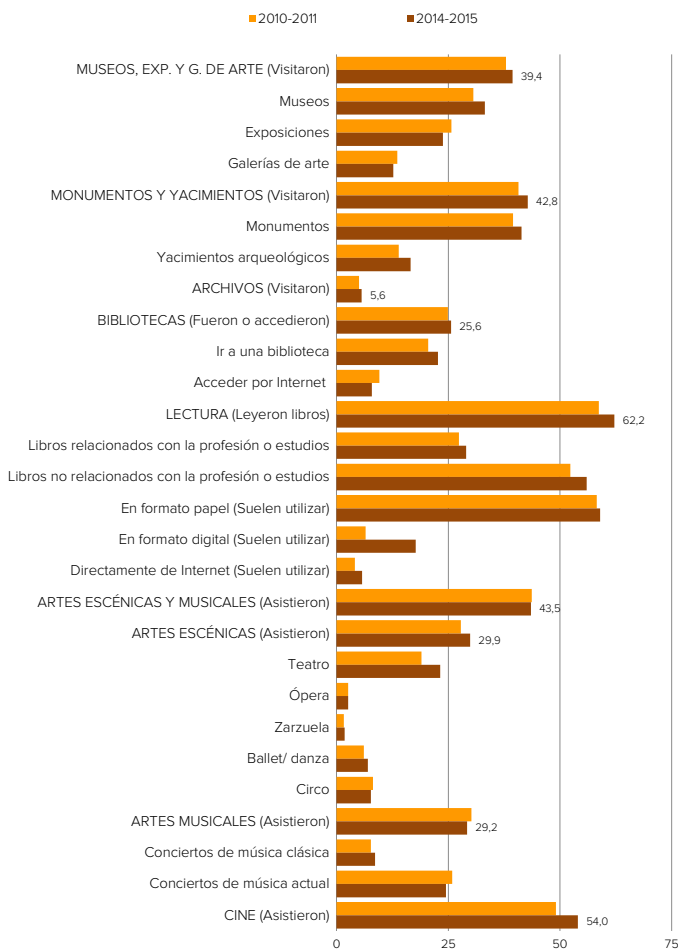
Los que asistieron a algún espectáculo de artes escénicas duplican la tasa de asistencia a museos, 62,3%, y alcanzan los máximos de lectura y de asistencia anual al cine, con porcentajes del 85,8% y del 79,3%, respectivamente. Si se centra el análisis en aquellos que asistieron en el último año a algún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

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

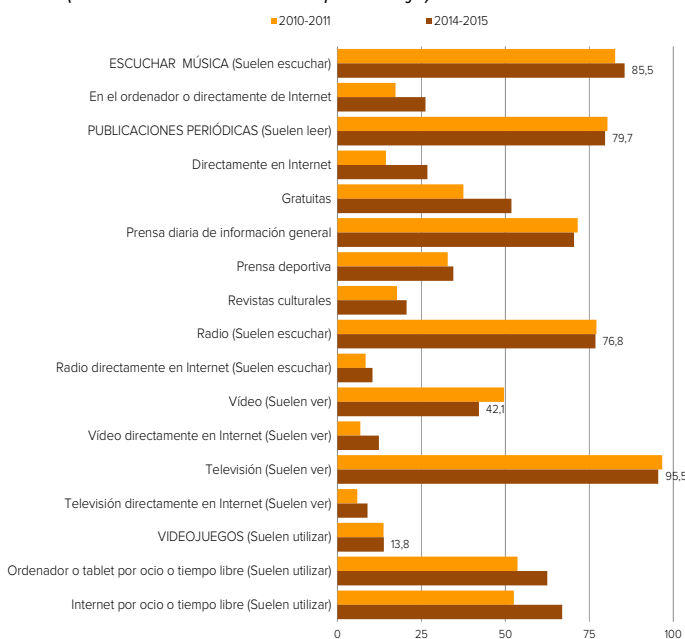
Entre aquellos que suelen utilizar videojuegos es mucho más frecuente la asistencia al cine y la afición por la música o la lectura, con tasas anuales del 77,8%, 97,4% y 77,3%, respectivamente.



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



*(Indicadores mensuales en porcentaje)*

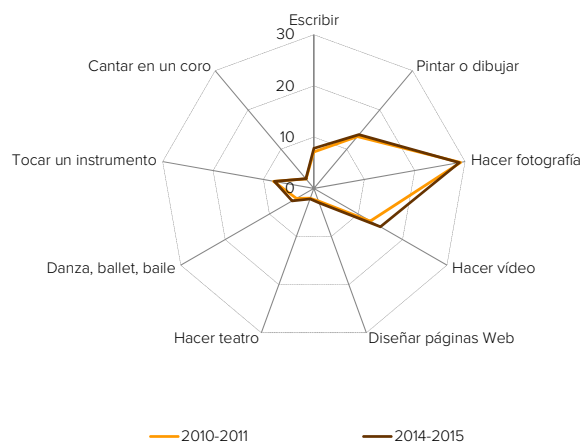


**Evolución de los principales indicadores de participación cultural**

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

SÍNTESIS DE RESULTADOS

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

(En porcentaje de la población de cada colectivo)

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

(1) En 2007 no hay software educativo



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE EDUCACIÓN, CULTURA  
Y DEPORTE