



*Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2010- 2011*  
*Síntesis de resultados*

[www.mcu.es](http://www.mcu.es)  
[www.060.es](http://www.060.es)

Elaborado por la División de Estadísticas Culturales, Ministerio de Cultura



MINISTERIO DE CULTURA

**Encuesta de  
Hábitos y  
Prácticas  
Culturales  
en España  
2010 – 2011**

*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 2010-2011, estadística oficial incluida en el Plan Estadístico Nacional, es una investigación por muestreo realizada por el Ministerio de Cultura y dirigida a una muestra de 16 mil personas de 15 años en adelante. La muestra ha sido seleccionada por el INE, organismo al que el Ministerio agradece su colaboración.

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

La encuesta dota de continuidad al trabajo realizado en 2006-2007 y de nuevo se constituye en un vehículo para abordar una parte de las necesidades de información estadística recogidas en el Plan Integral del Gobierno para la Disminución y Eliminación de las Actividades Vulneradoras de la Propiedad Intelectual.

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, y

ballet o danza; música clásica y música actual; el sector audiovisual: cine, video, televisión y radio; las nuevas tecnologías: ordenador e Internet, así como otras actividades relacionadas con la cultura o con el tiempo libre. Las actividades susceptibles de vulnerar derechos de propiedad intelectual han sido tratadas en los ámbitos del libro, música, vídeo y software.

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

El Ministerio de Cultura agradece la inestimable colaboración de las personas encuestadas y pone a disposición de los usuarios la posible ampliación de la información contenida en este volumen, 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.mcu.es](http://www.mcu.es) junto a los resultados completos de la encuesta.

## Breve referencia metodológica

La recogida de información individual comenzó en junio de 2010 y se realizó en los meses siguientes a cada uno de los cuatro periodos trimestrales a los que esta 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 natural entre marzo de 2010 y febrero de 2011, y se corresponden con trimestres no naturales por considerarse más adecuado para el estudio de las variables objetivo del proyecto.

El tipo de muestreo utilizado es bietápico con estratificación de unidades de primera etapa, secciones censales, considerando cada comunidad autónoma una población independiente.

Dentro de cada comunidad autónoma se ha realizado una estratificación de las unidades de primera etapa conforme al tamaño del municipio al que pertenece cada sección.

La selección de la muestra de unidades de primera etapa, secciones censales, se efectuó aplicando muestreo sistemático con arranque aleatorio dentro de cada estrato, previa ordenación del marco de secciones en función de la provincia y del municipio al que pertenecen.

A cada sección se le asignó una probabilidad de selección proporcional al número de habitantes de la misma. Dentro de cada sección la selección de unidades de segunda etapa, individuos, se realizó con igual probabilidad, también por el método de muestreo sistemático con arranque aleatorio, previa ordenación del fichero por sexo y edad.

La muestra total está distribuida en cuatro submuestras trimestrales con la finalidad de estimar adecuadamente las diferencias derivadas de comportamientos culturales asociados a distintas épocas del año.

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 proyecciones de población por comunidad y tamaño de municipio referidas al momento central del periodo de referencia.

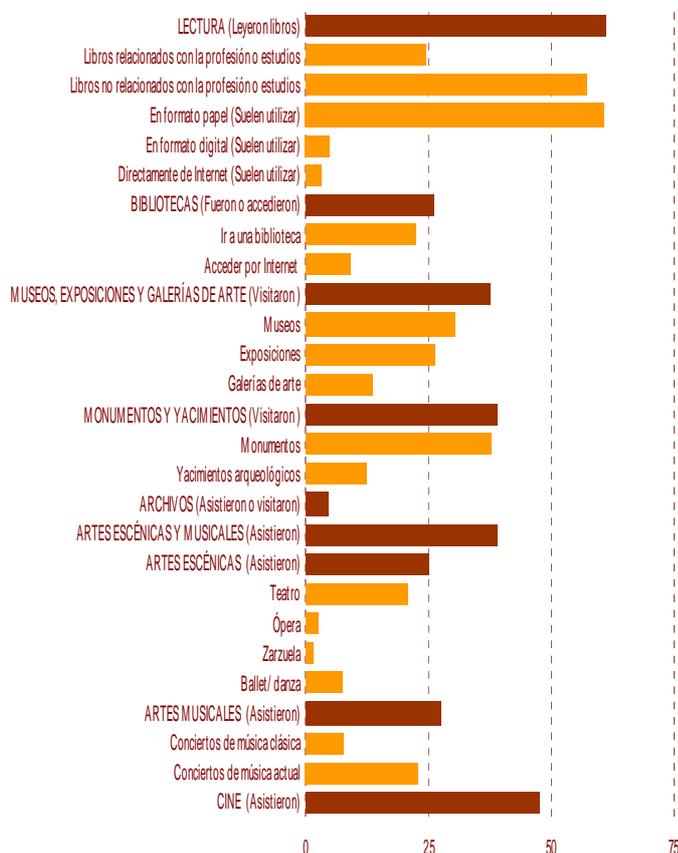
El estimador final se obtiene aplicando al estimador anterior técnicas de calibrado en cada comunidad autónoma utilizando como fuente externa la proyección de población de cada comunidad autónoma por grupos de edad y sexo. El error de muestreo a priori considerando la hipótesis  $P=Q=0,5$  se sitúa entorno al 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.

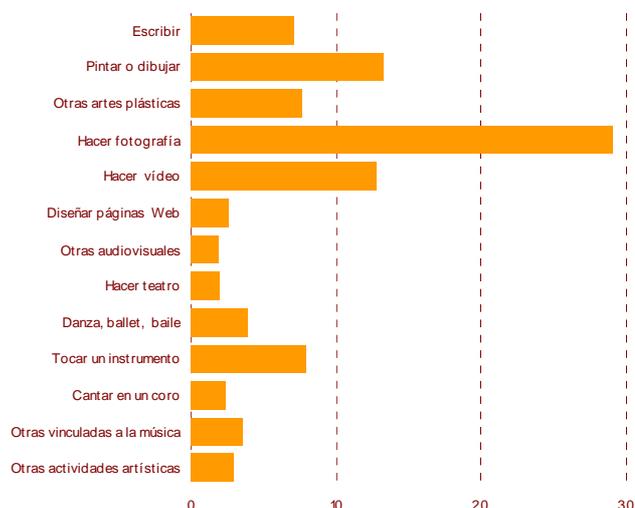
Los cuestionarios han sido depurados con objeto de detectar posibles errores analizando individualmente los valores inválidos o inconsistentes del cuestionario, analizando el comportamiento agregado de algunas variables, estudiando su distribución por las variables de clasificación así como realizando 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.**  
Personas que han realizado actividades artísticas en el último año  
(En porcentaje)



## Actividades culturales más frecuentes según los resultados de la encuesta

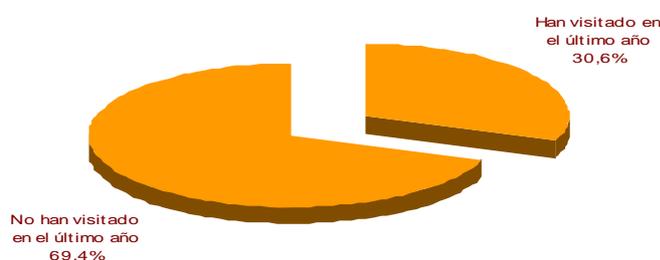
Los resultados de la encuesta indican que las actividades culturales más frecuentes, en términos anuales, son escuchar música, leer e ir al cine, con tasas del 84,4%, el 58,7% y el 49,1% respectivamente.

Estas actividades son seguidas en intensidad por la visita a monumentos, que realiza cada año un 39,5% de la población, la asistencia a museos o exposiciones, 30,6% y 25,7% respectivamente y a conciertos de música actual, el 25,9%.

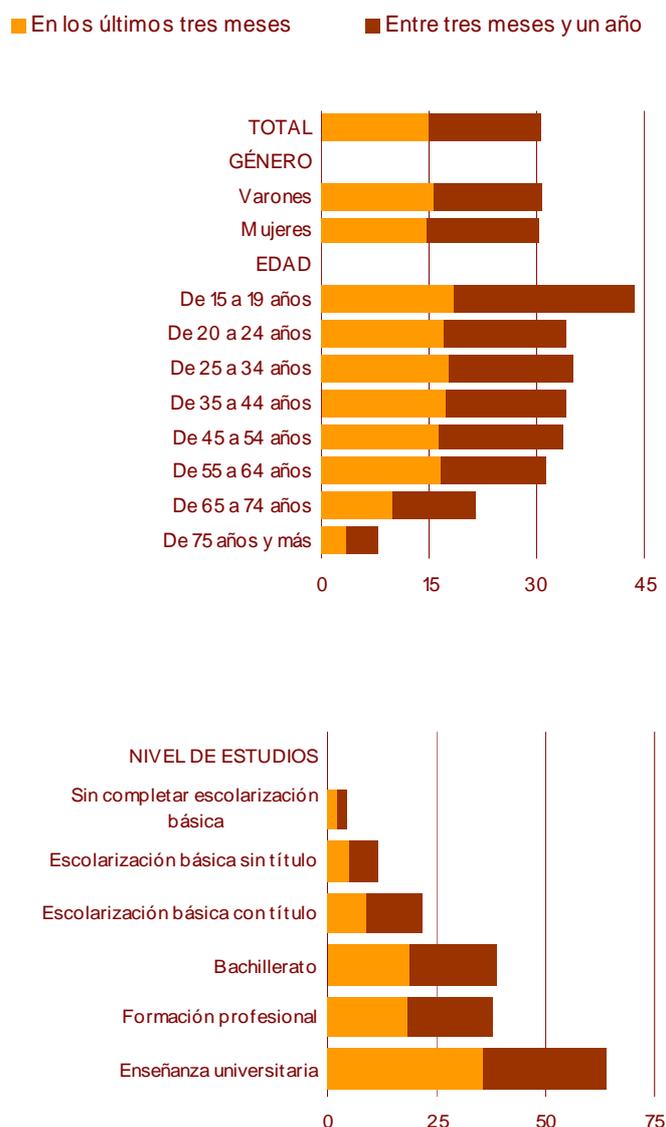
En posiciones intermedias encontramos la asistencia anual a bibliotecas, el 20,5%, al teatro, 19,0%, a yacimientos arqueológicos, 13,9%, a galerías de arte, 13,6%, y a conciertos de música clásica, con tasas anuales de asistencia del 7,7% de la población. Entre las realizadas con menor frecuencia se encuentran la asistencia a espectáculos de ballet o danza, 6,1%, ópera, 2,6%, o zarzuela, 1,6% y las visitas a archivos, que realiza cada año el 5% del colectivo objeto de estudio.

Por lo que se refiere a otras prácticas culturales activas, las más frecuentes en términos anuales son la fotografía con un 29,1%, la pintura o dibujo 13,2%, la afición por escribir 7,1% y las vinculadas a las artes musicales, un 8% toca algún instrumento y el 2,4% canta en un coro. El 2,1% hace teatro y el 3,9% ballet o danza.

**Gráfico 3.**  
Personas según la visita a museos  
(En porcentaje)



**Gráfico 4.**  
Personas que visitaron museos en el último año según características.  
(En porcentaje)



## Museos, exposiciones y galerías de arte

Un 30,6% de la población investigada ha visitado un museo en el último año. Por lo que respecta a la frecuencia de la asistencia, los que visitaron un museo en el último trimestre lo hicieron, por término medio 2,2 veces cada uno.

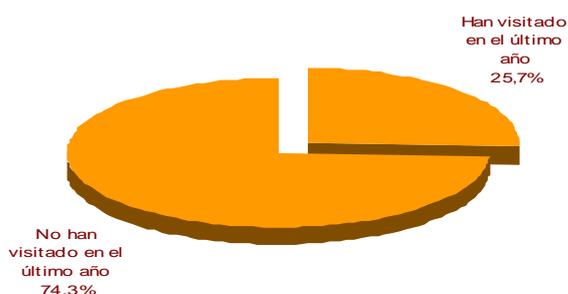
Los niveles de asistencia son ligeramente superiores en los varones, crecen significativamente al disminuir la edad y al ascender el nivel de estudios. Se trata de un público satisfecho, con un índice medio de satisfacción de 8,2 puntos.

El 92,2% de las personas que visitaron un museo en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 7,8% que declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios. La mayor parte de las visitas se realizó en fin de semana o festivo, 52%, frente al 48% que se desarrollaron en un día laboral.

Casi la mitad de los visitantes a un museo, un 49,4%, pagan la entrada a su precio normal, mientras el 14,4% utilizó entrada con descuento o abono y el 36,2% accedió mediante entrada gratuita. Entre aquellos que accedieron con entrada no gratuita un 5,1% adquirieron su entrada por Internet.

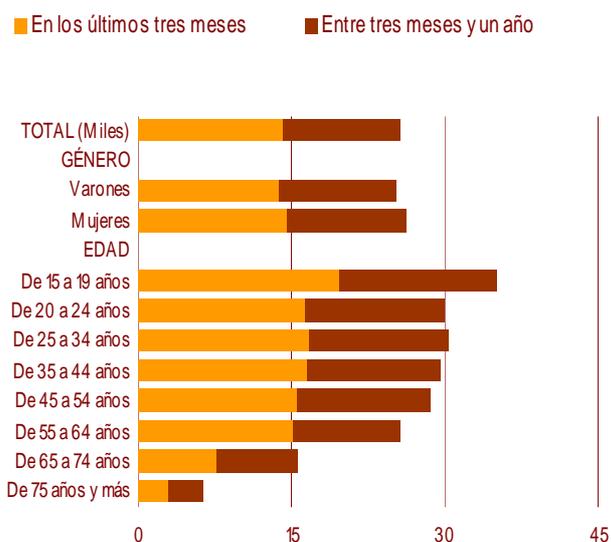
Un 28,3% de los que visitaron museos en el último año lo hicieron en su ciudad, el 23,9% en su Comunidad Autónoma, el 28,4% en el resto de España y el 19,4% en el extranjero.

**Gráfico 5.**  
Personas según la visita a exposiciones  
(En porcentaje)



Un 25,7% de la población investigada ha visitado una exposición en el último año. Por lo que respecta a la frecuencia de la asistencia, los que visitaron una exposición en el último trimestre lo hicieron, por término medio 2,1 veces cada uno.

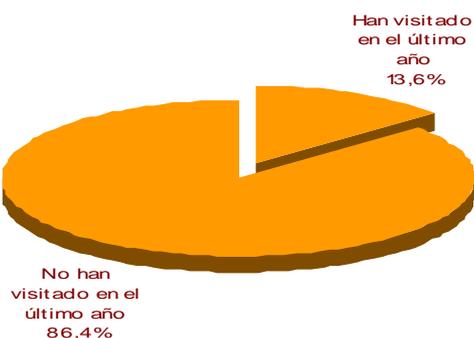
**Gráfico 6.**  
Personas que visitaron exposiciones en el último año según características  
(En porcentaje)



El 91,2% de las personas que visitaron una exposición en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 8,8% que declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios. Casi la mitad de las visitas se realizaron en fin de semana o festivo, 48%, frente al 52% que se desarrollaron en un día laboral.

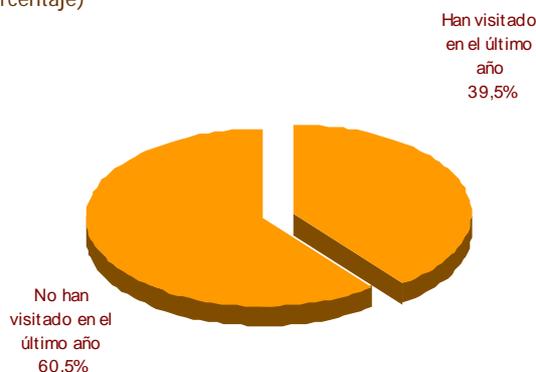
Los niveles de asistencia a galerías de arte son muy inferiores a los observados en museos y exposiciones. Un 13,6% de la población investigada ha visitado una galería de arte en el último año.

**Gráfico 7.**  
Personas según la visita a galerías de arte  
(En porcentaje)



El 92,3% de las personas que visitaron una galería de arte en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 7,7% que declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios. Casi la mitad de las visitas se realizaron en fin de semana o festivo, 46,3%, frente al 53,7% que se desarrollaron en un día laboral.

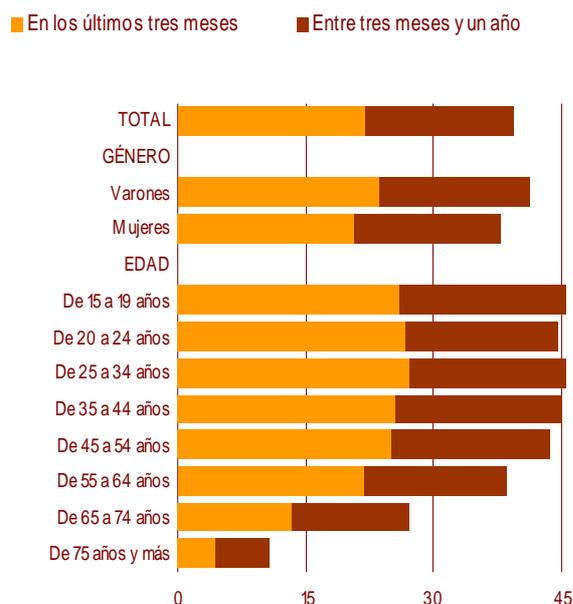
**Gráfico 8.**  
Personas según la visita a monumentos  
(En porcentaje)



## Monumentos y yacimientos arqueológicos

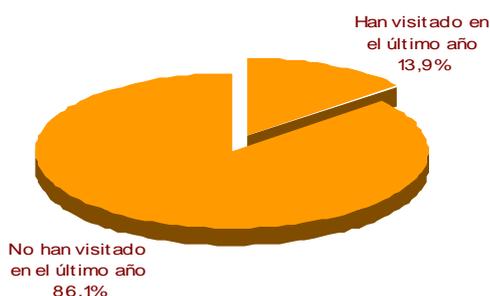
El 39,5% de la población visitó un monumento en el último año. Estas tasas alcanzan su máximo en los varones, en las personas de mayor formación y en las comunidades autónomas de Madrid y La Rioja. Los que asistieron en el último trimestre lo hicieron con una alta frecuencia, 4,3 veces por término medio.

**Gráfico 9.**  
Personas que visitaron monumentos en el último año según características  
(En porcentaje)



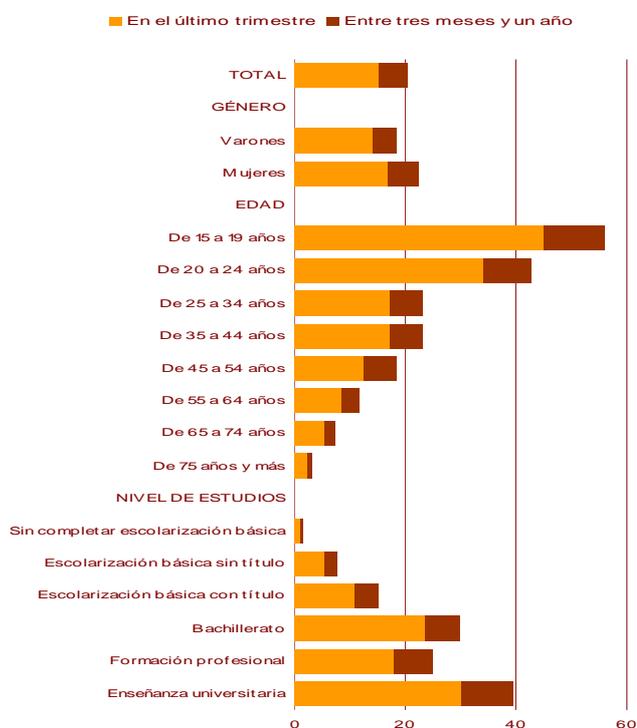
El 94,1% de las personas que visitaron un monumento en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 5,9% que declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios. Más de la mitad de las visitas se realizaron en fin de semana o festivo, 53,6%, frente al 46,4% que se desarrollaron en un día laboral.

**Gráfico 10.**  
Personas según la visita a yacimientos arqueológicos  
(En porcentaje)

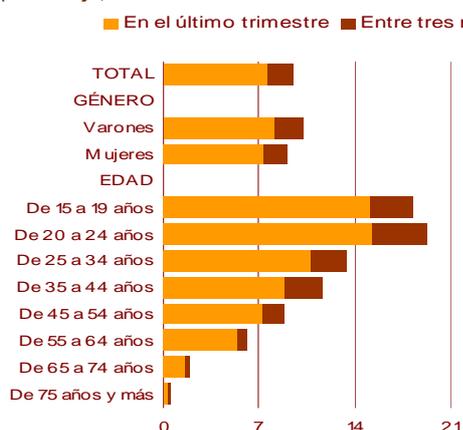


El 29,3% de la población tiene un elevado interés por los yacimientos arqueológicos. El 13,9% visitó un yacimiento arqueológico en el último año. Casi todos, el 92,5%, lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 7,5% que declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios. Más de la mitad de las visitas se realizaron en fin de semana o festivo, 53,5%, frente al 46,5% que se desarrollaron en un día laboral.

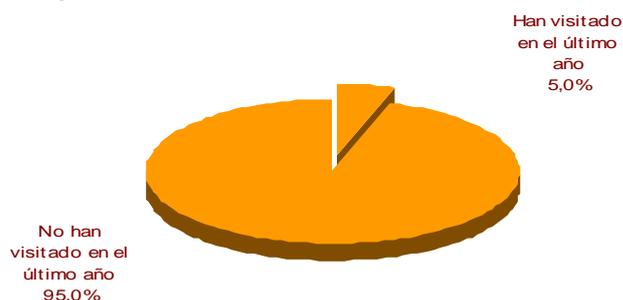
**Gráfico 11.**  
Personas según la asistencia a bibliotecas en el último año  
(En porcentaje)



**Gráfico 12.**  
Personas según el acceso a bibliotecas a través de Internet en el último año  
(En porcentaje)



**Gráfico 13.**  
Personas según la visita a archivos  
(En porcentaje)



## Bibliotecas y archivos

Cada año una de cada cuatro personas, el 24,9% de la población analizada, asiste a una biblioteca o accede a ella por Internet. La asistencia presencial se estima, en términos anuales, en el 20,5% frente al acceso a las mismas a través de Internet que realiza el 9,6%.

Tanto en la asistencia a la biblioteca como en el acceso a ella por Internet, resultan determinantes la situación laboral de estudiante, la edad y el nivel de estudios.

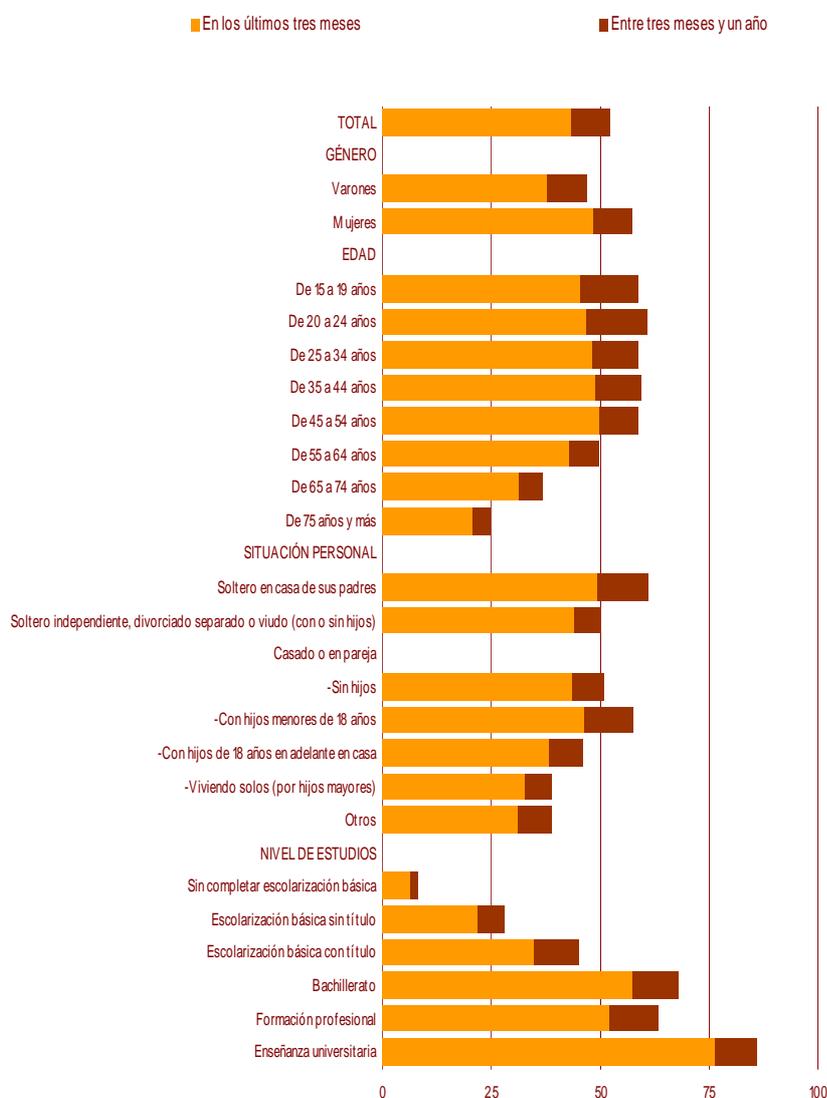
Aquellos que fueron a la biblioteca en el último trimestre, asistieron, por término medio, 11,7 veces cada uno y los que accedieron por Internet 22,9 veces.

La mayor parte de los que acudieron a la biblioteca lo hizo en días laborales, 96,7%, y no llevó libros propios.

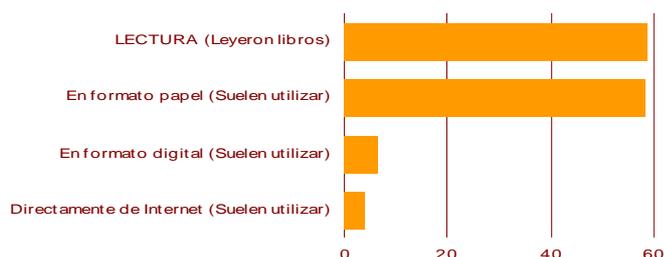
Si bien la visita a los archivos no es una de las actividades más frecuentes entre la población investigada, un 5% realizó visitas de este tipo en el último año, cifra que asciende significativamente entre la población estudiantil. Los que las realizan lo hacen con gran intensidad, 6 visitas de promedio al trimestre.

El 39,8% de las personas que visitaron un archivo en el último año declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios.

**Gráfico 14.**  
Personas según la lectura de libros no relacionados con la profesión o estudios en el último año  
(En porcentaje)



**Gráfico 15.**  
Personas que han leído libros en el último año por motivos no vinculados a la profesión o estudios según los formatos que suelen utilizar  
(En porcentaje)



## Lectura

Por lo que se refiere a lectura de libros, el 58,7% de la población analizada lee al menos un libro al año. La encuesta distingue entre aquella que se realiza motivada por la profesión o estudios del individuo investigado de la realizada por otros motivos: ocio o tiempo libre.

Los resultados ponen de manifiesto hasta que punto los motivos no profesionales son importantes motores de la lectura, situándose los lectores anuales por este motivo en el 52,3% de los investigados, frente al 27,4% de la población que lee por motivos vinculados a su profesión o estudios.

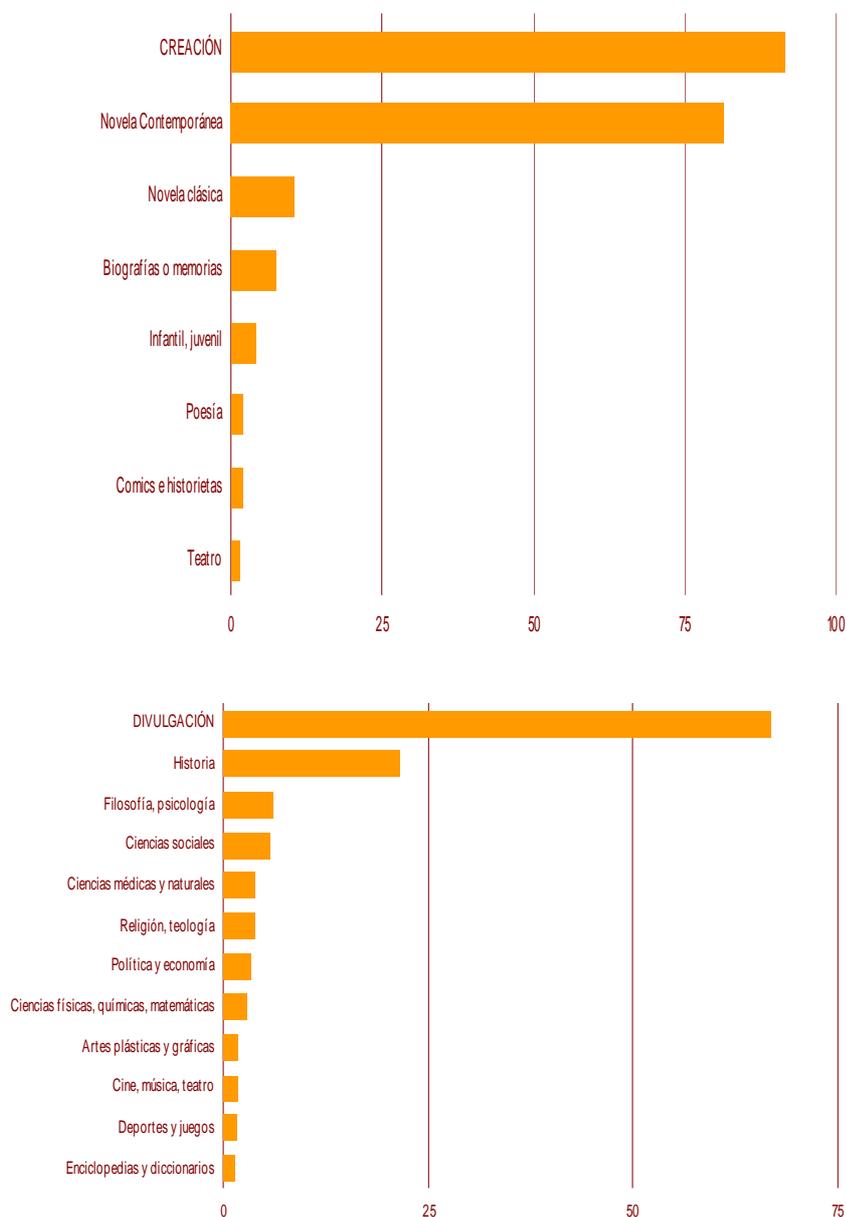
Estos indicadores de lectura de libros ascienden significativamente al aumentar el nivel de estudios, disminuyen con la edad y son superiores en las mujeres

La encuesta investiga por primera vez el formato de libro utilizado por los lectores anuales: el 58,3% de la población leyó en el último año libros en soporte papel y el 6,5% libros en soporte digital.

Ha de destacarse asimismo que el 4,1% de la población manifiesta leer libros directamente en Internet.

**Gráfico 16.**

**Personas que han leído libros no relacionados con la profesión o estudios en un trimestre según los temas de libros leídos**  
(En porcentaje)



Entre aquellos que cada trimestre leen por motivos no profesionales, un 91,6% prefirió obras de creación literaria frente al 66,9% que se centró en obras de divulgación y no profesionales. Destaca entre los primeros el peso de la novela contemporánea, 81,5% seguido de la novela clásica, 10,6% y de biografías o libros de memorias, 7,5%.

Un 80,4% de la población suele leer al menos una vez al mes prensa o publicaciones periódicas, el 14,4% de los investigados utiliza para ello Internet.

Continúa siendo preferible la prensa o publicaciones periódicas en papel, con un 76,8% de lectores al menos una vez al mes. La prensa gratuita, es consultada mensualmente el 37,5% de los investigados.

Por lo que respecta a la prensa de información general, un 39,5% de la población suele leerla diariamente, el 66,4% al menos una vez por semana o en fin de semana y el 71,5% de la población al menos una vez al mes.

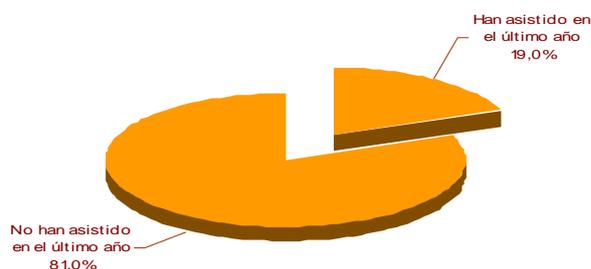
**Gráfico 17.**

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

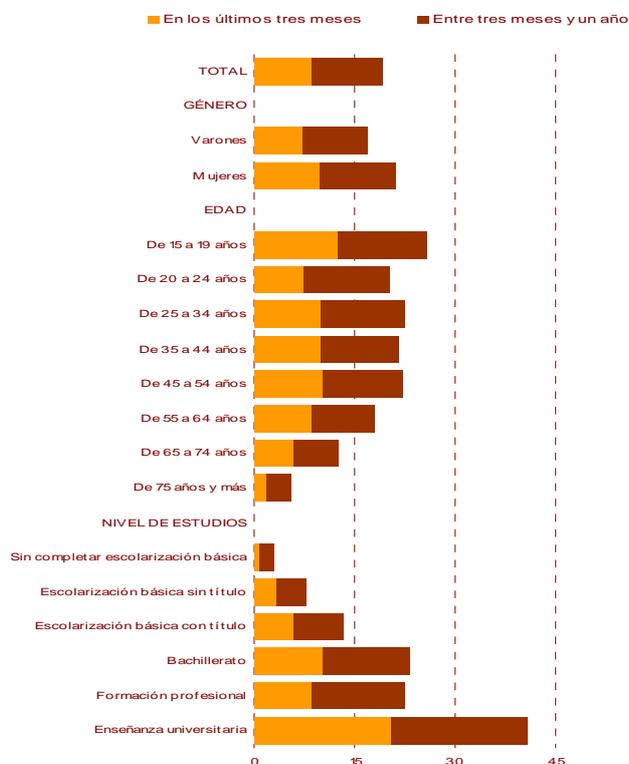


El hábito mensual es muy superior en los varones y en las edades centrales, de 20 a 74 años y en los trabajadores. El nivel de estudios alcanzado es, de nuevo, determinante, alcanzando este indicador el 90,1% en aquellos con formación universitaria.

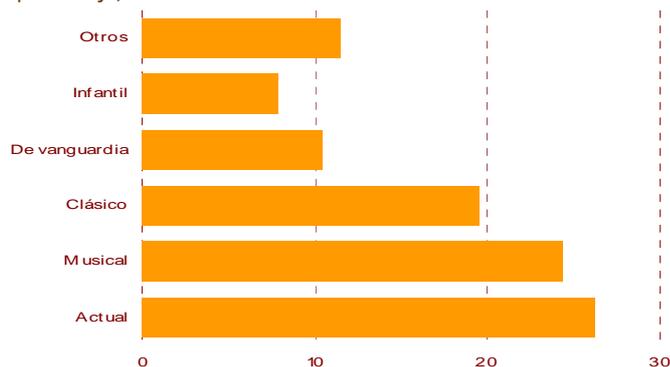
**Gráfico 18.**  
Personas según la asistencia al teatro  
(En porcentaje)



**Gráfico 19.**  
Personas que asistieron al teatro en el último año según características  
(En porcentaje)



**Gráfico 20.**  
Personas que han ido al teatro en un año según el género teatral de la última vez que asistieron  
(En porcentaje)



## Espectáculos escénicos y musicales en directo.

Cada año, el 40% de la población asiste a espectáculos culturales en directo. Destacan entre ellos los conciertos de música actual, con tasas del 25,9%, observándose una frecuencia inferior en la asistencia a conciertos de música clásica.

Si nos centramos en espectáculos de artes escénicas tales como teatro, ópera, danza o zarzuela destaca la asistencia al teatro, con un 19% de adeptos anuales. Esta actividad es más frecuente en las mujeres y en la población más joven.

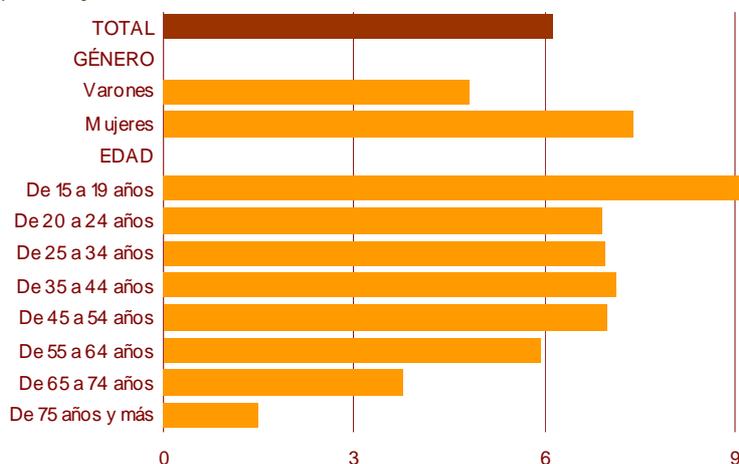
Entre los que asistieron en el último año el 26,3% lo hicieron a teatro actual, el 19,6% a teatro clásico, el 24,4% a teatros musicales, el 10,5% de vanguardia y el 7,8% a teatros infantiles.

Más de la mitad acudieron en fin de semana, el 57,7%. Tres de cada diez asistentes lo hicieron con entrada gratuita, 16,8% o con abono o algún tipo de descuento, 12,2% y prácticamente todos, el 94,8% en instalaciones dedicadas a esta finalidad.

Entre aquellos que obtuvieron entrada no gratuita el 24,5% utilizó Internet para su adquisición.

El grado de satisfacción con esta actividad, entre los que asistieron, fue alto, cifrándose en 8,2 en una escala de 0 a 10.

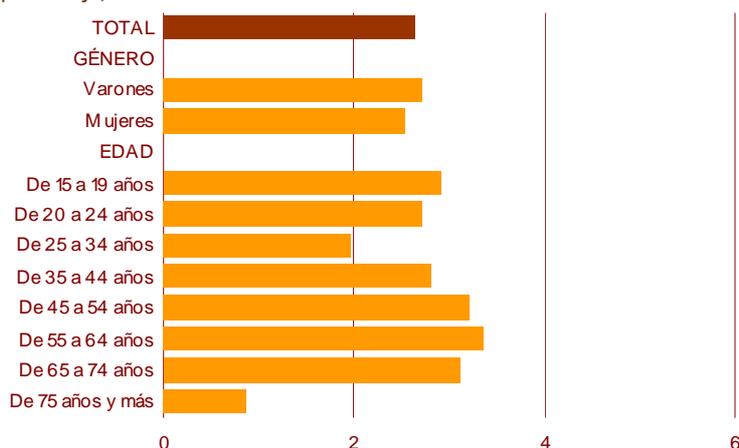
**Gráfico 21.**  
Personas según la asistencia al ballet/danza en el último año  
(En porcentaje)



Después del teatro es la danza el arte escénico que suscita mayor interés, y el que presenta mayores tasas de asistencia, el 6,1% de la población asistió a un espectáculo de este tipo en el último año.

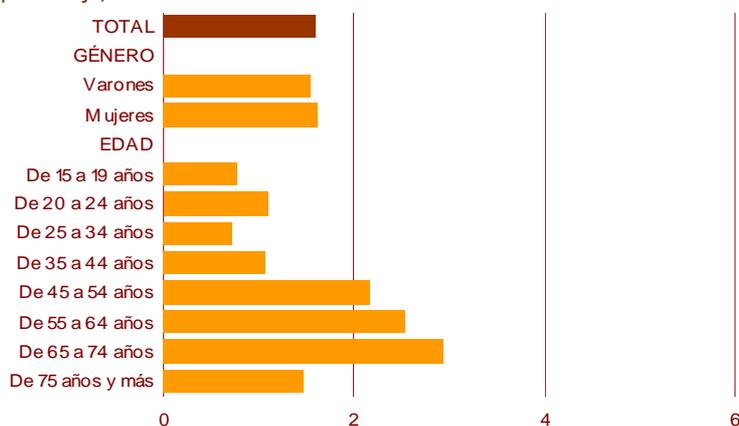
También en esta actividad las tasas observadas son superiores en las mujeres, 7,4%. Se trata del espectáculo de artes escénicas que presenta la mejor evolución en tasas de asistencia respecto a la anterior encuesta.

**Gráfico 22.**  
Personas según la asistencia a la ópera en el último año  
(En porcentaje)



Más de la mitad acudieron en fin de semana, el 54,9%. El 37,2% lo hicieron con entrada gratuita, el 7,7% o con abono o algún tipo de descuento y el 79,6% en instalaciones dedicadas a esta finalidad. Entre aquellos que obtuvieron entrada no gratuita el 21,1% utilizó Internet para su adquisición.

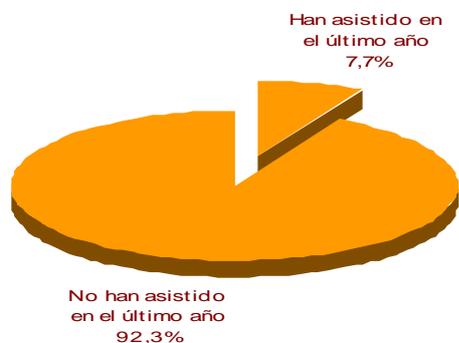
**Gráfico 23.**  
Personas según la asistencia a la zarzuela en el último año  
(En porcentaje)



El grado de satisfacción con esta actividad, entre los que asistieron, fue alto, cifrándose en 8,5 en una escala de 0 a 10.

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

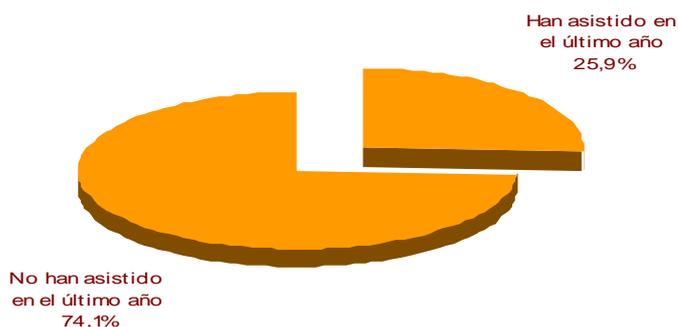
**Gráfico 24.**  
Personas según la asistencia a conciertos de música clásica  
(En porcentaje)



El 7,7% de la población asistió en el último año a un concierto de música clásica, cifra ligeramente superior en las mujeres. Se trata de un público muy satisfecho, con una puntuación media de 8,5.

Casi la mitad de los que acudieron a conciertos de música clásica, el 42,5%, dispusieron de entrada gratuita. El 16,6% de los que disponían de entrada no gratuita adquirieron ésta por Internet.

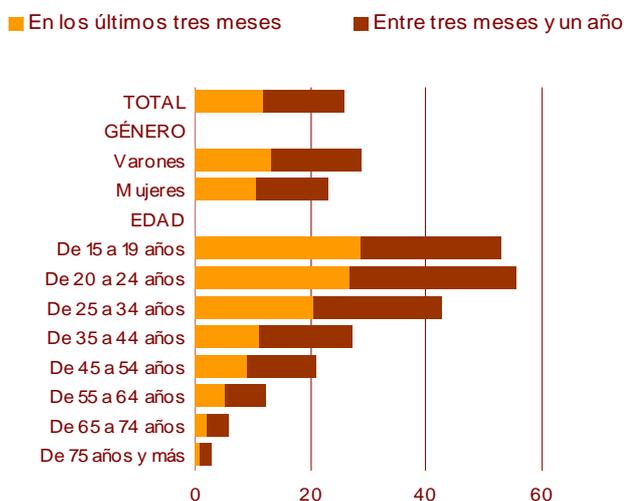
**Gráfico 25.**  
Personas según la asistencia a conciertos de música actual  
(En porcentaje)



Una de cada cuatro personas asistieron en el último año a conciertos de música actual, el 25,9%. Las tasas de asistencia a conciertos de música actual son superiores en los varones y en los jóvenes.

El 35,2% de los que asistieron en el último año utilizaron entrada gratuita. El 23,3% de los que disponían de entrada no gratuita adquirieron ésta por Internet.

**Gráfico 26.**  
Personas que asistieron en el último año a conciertos de música actual según características  
(En porcentaje)



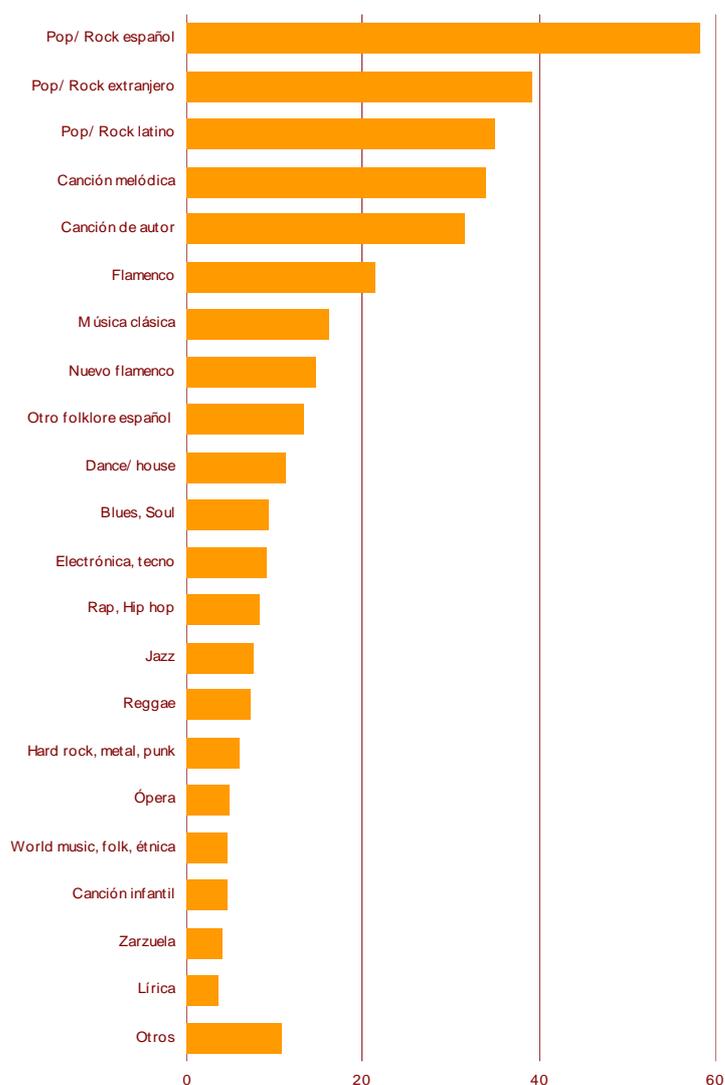
Entre los géneros musicales preferidos destacan el pop-rock español, con 47,3% de la población.

Los que asistieron en el último año presentan elevados índices de satisfacción, cifrados en el 8,4.

**Gráfico 27.**  
Personas según la frecuencia del hábito de escuchar música  
(En porcentaje)



**Gráfico 28.**  
Personas que han escuchado música grabada en un trimestre según el género musical  
(En porcentaje)



## Música

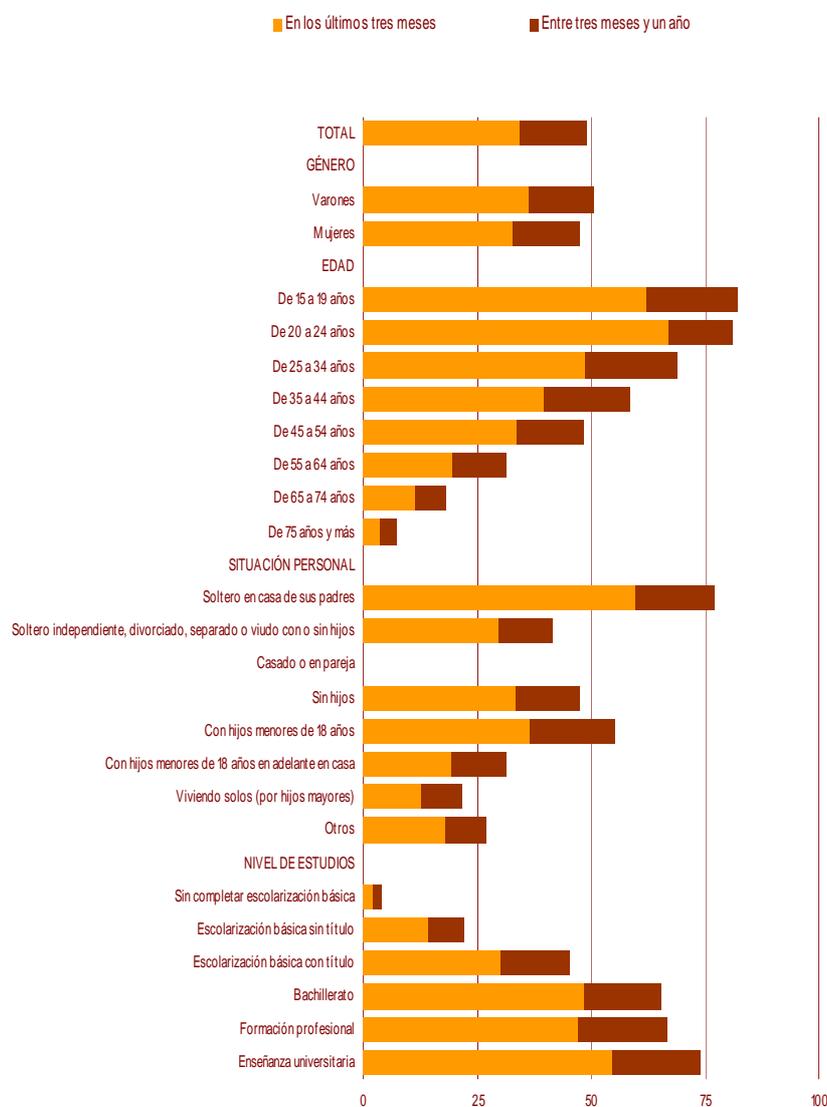
El 64,8% de la población suele escuchar música diariamente, el 79,8% al menos una vez a la semana y más del 83,7% de la población al menos una vez al trimestre y el 84,4% al año. Los varones escuchan música con más frecuencia pero las diferencias más significativas se observan por edad.

La encuesta se interesa por los diversos medios audiovisuales utilizados para escuchar música. La radio continúa siendo el medio más utilizado, 80,7%, seguido de soportes como CD o DVD, 32,4%. Un 22,8% suele escuchar música en el ordenador o en aparatos conectados al ordenador, el 9,8% el móvil.

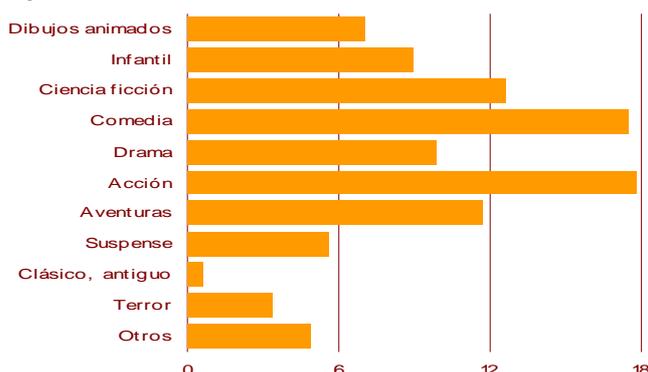
Respecto al lugar en que suelen escuchar música, un 83,3% lo hace en casa, un 43,6% en el coche, un 16,8% en el trabajo y el 6,2% en el transporte público.

Entre los géneros musicales preferidos de los que suelen escuchar música al menos una vez al trimestre destacan el pop-rock español, con 58,2% de la población, el pop-rock extranjero con el 39,2%, el pop-rock latino, 35%, la canción melódica con el 33,9%, la canción de autor, 31,6% el flamenco, con el 21,5% y la música clásica, con el 16,1%.

**Gráfico 29.**  
**Personas según la asistencia al cine en el último año**  
(En porcentaje)



**Gráfico 30.**  
**Personas que han ido al cine en un año según el tipo de película de la última vez que asistieron**  
(En porcentaje)



## Cine

Entre los espectáculos culturales el cine continúa siendo, con gran diferencia, el que tiene más adeptos, casi la mitad de la población, el 49,1% asiste cada año a este espectáculo. Esta tasa es superior en los varones y en los más jóvenes. Se trata de un público satisfecho, con un índice de satisfacción medio de 7,7.

Casi todos, el 87,2% pagaron su entrada a precio normal, concentrándose aquellos que la obtuvieron con algún tipo de descuento en la población mas joven, de menos de 25 años, y en la de mayor edad, de más de 54. Un 3,3% de los que adquirieron entradas no gratuitas lo hicieron a través de Internet

Las preferencias se inclinan por las comedias, 17,5%, películas de acción, 17,8% o de ciencia ficción, 12,6%. El 11,7% fueron de aventuras, un drama en el 9,9% y suspense en el 5,6%. Es notable la población que opta por películas infantiles, 8,9% o de dibujos animados, 7%.

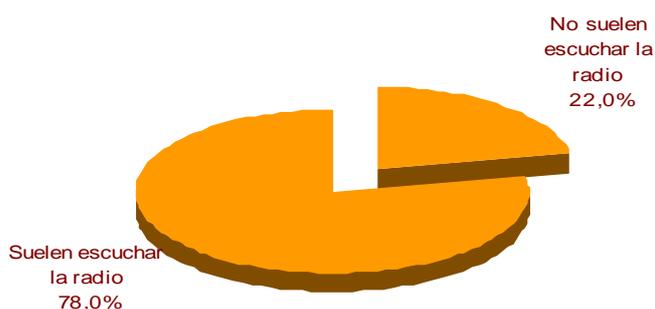
En el último año un 4,7% de la población ha ido a una sala de cine para ver otro tipo de espectáculos. De ellos, el más frecuente es un espectáculo deportivo, 20,1%, seguidos de conciertos, 17,3% o de otros espectáculos escénicos, 11,1%.

La mitad de la población, el 49,6% suele ver vídeos al menos una vez al mes. Un 25,2% suele verlos en el ordenador o en aparatos conectados a él y un 12,6% directamente en Internet.

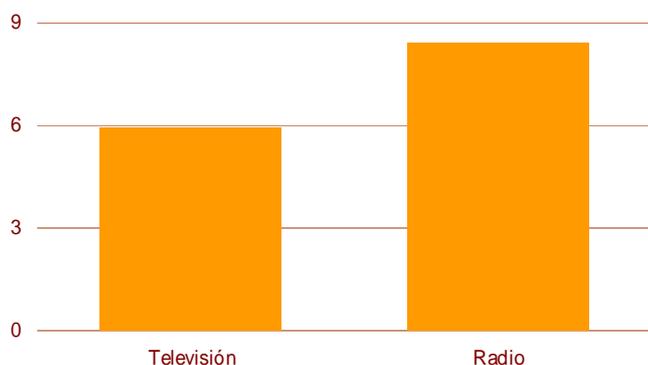
**Gráfico 31.**  
Personas según la frecuencia del hábito de ver TV  
(En porcentaje)



**Gráfico 32.**  
Personas según la frecuencia del hábito de escuchar la radio  
(En porcentaje)



**Gráfico 33.**  
Personas que en el último mes han visto la TV o escuchado la radio directamente de Internet  
(En porcentaje)



## Audiovisual y nuevas tecnologías

Prácticamente toda la población, un 96,9%, 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.

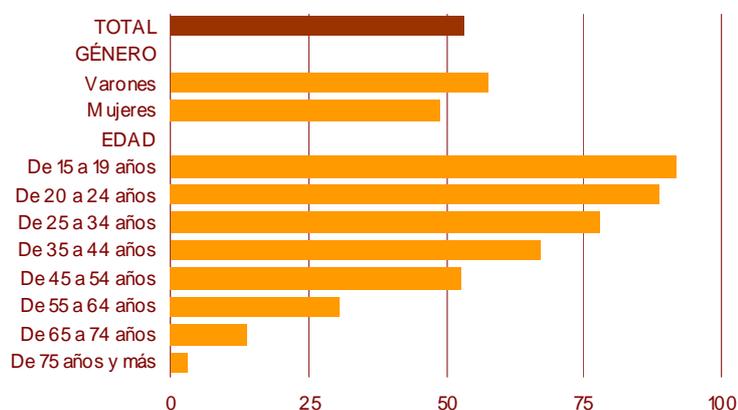
Por tipo de programa, un 81,9% de la población que ve la televisión suele ver noticias situándose inmediatamente después el porcentaje, 69,9%, de los que la utilizan para ver películas y largometrajes. En tercer lugar figuran las series, 61% y los deportes, 37,1%. Un 26,2% ve documentales y programas culturales y el 13,2% concursos de índole cultural.

Un 4,6% de aquellos que suelen ver la televisión declara que suele utilizar el ordenador para ello y un 5,9% de la población ha visto en el último mes la televisión directamente en Internet.

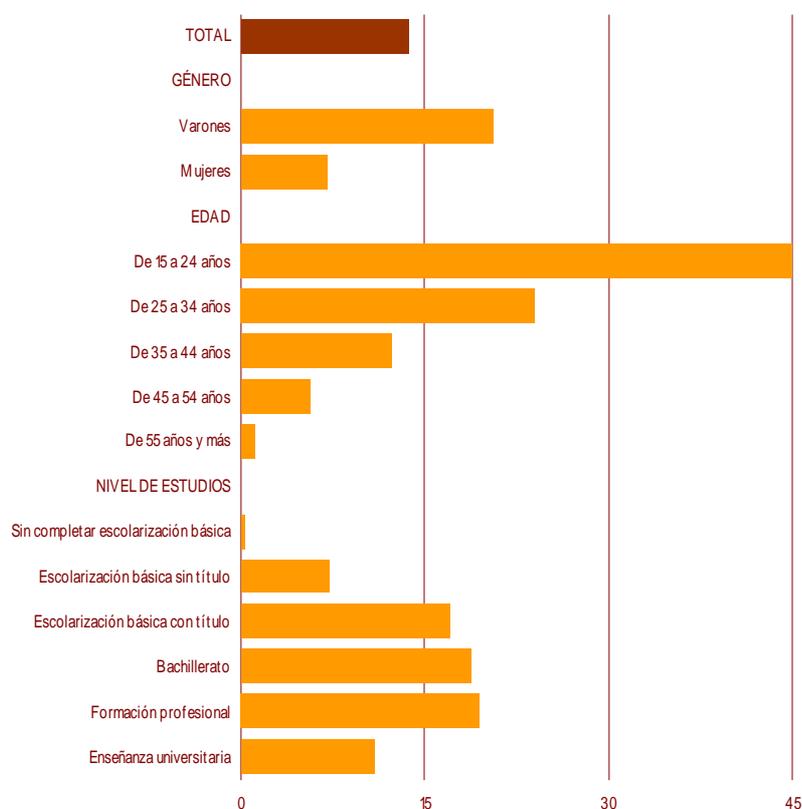
El 78% de los investigados suelen escuchar la radio. Tienen una clara preferencia por programas musicales, 70,3%, y las noticias, 58,5%, siendo muy inferior la preferencia por las tertulias, 20,5%, los programas deportivos, 18,9% y muy escasa la incidencia de documentales y programas culturales, 2,6%.

Un 9,1% de aquellos que suelen escuchar la radio declara que suele utilizar el ordenador para ello y un 8,4% de la población ha escuchado en el último mes la radio directamente en Internet.

**Gráfico 34.**  
Personas que suelen acceder a Internet por ocio o entretenimiento  
(En porcentaje)



**Gráfico 35.**  
Personas que suelen utilizar videojuegos al menos una vez al mes  
(En porcentaje)



## Ordenador e Internet

Más de la mitad de la población, 53,6% suele utilizar el ordenador por ocio o tiempo libre al menos una vez al mes. Las mayores tasas se observan en los varones y en los jóvenes.

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

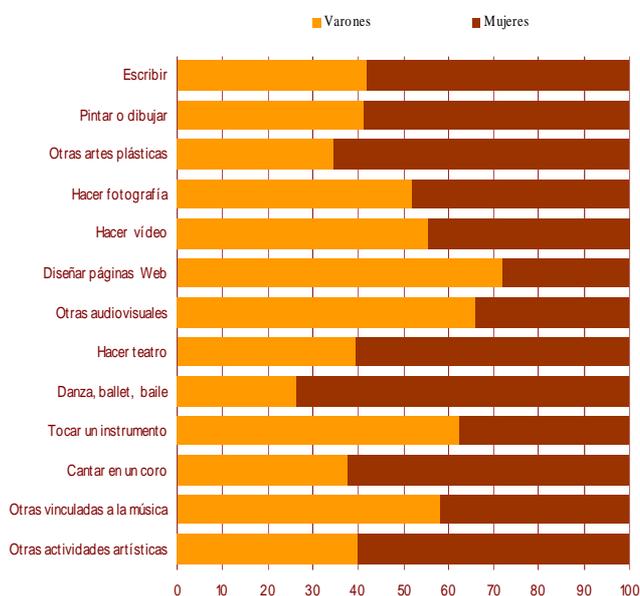
Del mismo modo se observa un intenso uso de Internet por motivos no profesionales, cada mes el 52,5% de la población. Se trata de un hábito realizado con mayor intensidad por los varones y por la población más joven.

## Videojuegos

Cada mes el 13,7% de la población utiliza videojuegos, cifra muy superior entre los varones y los más jóvenes.

La mitad, el 50,2% prefieren videojuegos de acción o aventuras, el 42,1 de deportes, el 39,9% juegos de estrategia

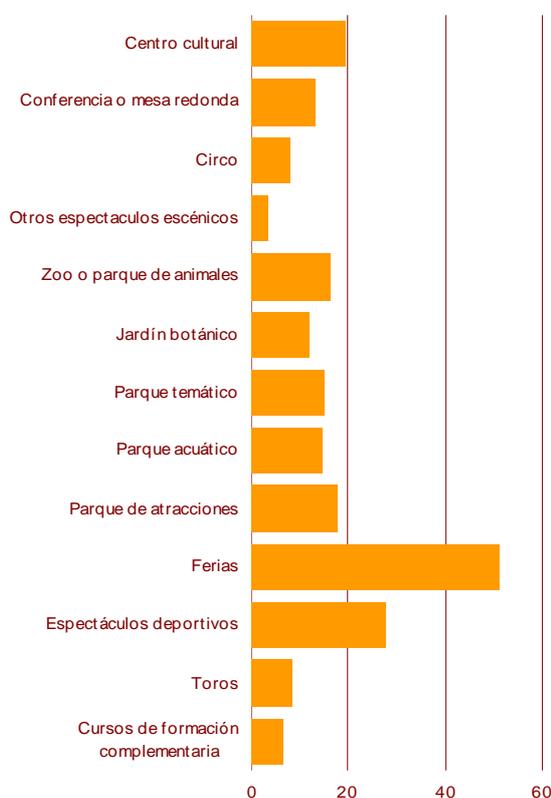
**Gráfico 36.**  
Personas que han realizado actividades artísticas en el último año  
(En porcentaje del total de cada actividad)



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

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 29,1% o pintura o dibujo 13,2%, la afición por escribir 7,1%, las vinculadas a las artes musicales, un 8% toca algún instrumento y el 2,4% canta en un coro y las relacionadas con las artes escénicas, el 2,1% hace teatro y el 3,9% ballet o danza.

**Gráfico 37.**  
Personas que han asistido a otras actividades relacionadas con el ocio y la cultura en el último año  
(En porcentaje)



Por término medio un 13,1% del colectivo investigado asistió a conferencias o mesas redondas en un año. Cada año un 19,2% de la población acude a centros culturales.

El 8,2% de la población asiste al menos una vez al año al circo y un 28% a espectáculos deportivos. La tasa anual de asistencia a los toros se situó en el 8,5% de la población, situándose en el 10,6% en los varones.

A lo largo de un año un 16,5% de los investigados visitó un zoológico o parque con animales, el 12,1% un jardín botánico y el 15,1% parques temáticos.

En el último año un 6,7% de la población realizó algún curso de formación complementaria vinculada a la cultura, destacando por materias la danza, 16,4%, el dibujo, 11,4% o tocar un instrumento musical, 10,8%.

### Forma de adquisición de productos sujetos a propiedad intelectual.

Por lo que respecta al sector del libro, el porcentaje de personas que compran libros cada trimestre se sitúa en el 34,9% de los encuestados, la mayoría de ellos adquiridos en un establecimiento, observándose porcentajes muy inferiores de compra en kioscos de prensa, por correo o suscripción y prácticamente nulos de compras por Internet. La incidencia de otras vías de adquisición distintas a la compra, tales como la descarga gratuita por Internet o las fotocopias, son prácticamente inexistentes en este sector, con porcentajes del 0,6% de la población en ambos casos.

En relación con la adquisición de música grabada, el 11,7% de los investigados ha realizado compras en el último trimestre, la mayor parte de ellos en un establecimiento. Los indicadores obtenidos indican un receso de la compra de música sin marca en mercadillos o puestos ambulantes que se sitúa en el 0,4% de la población investigada. Frente a ello, la incidencia de las descargas gratuitas de música por Internet, realizadas cada trimestre por el 17,7% de la población, suponen un ascenso respecto al periodo anteriormente investigado.

**Gráfico 38.**  
Personas que han comprado música sin marca o han descargado gratuitamente de Internet en un trimestre según el motivo  
(En porcentaje)



**Gráfico 39.**  
Personas que han comprado vídeos sin marca o han descargado gratuitamente de Internet en un trimestre según el motivo  
(En porcentaje)



Entre aquellos que realizan descargas gratuitas, el motivo principal es el ahorro económico, 76,7%, sin gran distancia de otros motivos como la comodidad, 68,9%, y la rapidez e inmediatez, 50,1%.

Por termino medio cada trimestre un 10,7% de los investigados compra vídeos. Al igual que en los sectores anteriores la mayor parte manifiesta haberlo hecho en un establecimiento. El 0,6% de la población compra vídeos sin marca en un mercadillo o puesto ambulante frente al 1% estimado en la encuesta anterior. El porcentaje de personas que trimestralmente realiza descargas de vídeos gratuitamente de Internet se estima en el 17,4% de la población. Por lo que se refiere a los motivos manifestados por aquellos que realizan descargas gratuitas de Internet destaca, al igual que sucedía en música, el ahorro económico, seguido, a escasa distancia en el caso de las descargas gratuitas, de la comodidad, la rapidez e inmediatez.

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 7,9% de la población que obtuvo software en el último año por alguna de las vías irregulares señaladas.

## Resultados por género, edad y nivel de estudios

Los indicadores ofrecidos por la encuesta indican significativas diferencias en el comportamiento cultural por género. Así, Entre las mujeres es mayor la afición por la escritura y por la lectura, con excepción de la lectura profesional, la lectura en formato digital y la prensa, actividades a las que son más asiduos los varones.

Ellas asisten con más frecuencia a bibliotecas, si bien son los varones los que presentan mayores tasas de acceso por Internet a las mismas.

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

	Total	Varones	Mujeres
Visitaron museos en el último año	30,6	30,7	30,5
Visitaron exposiciones en el último año	25,7	25,2	26,2
Visitaron galerías de arte en el último año	13,6	13,5	13,7
Pintaron o dibujaron el último año	13,2	11,2	15,1
Visitaron monumentos en el último año	39,5	41,2	37,8
Visitaron yacimientos arqueológicos en el último año	13,9	15,6	12,3
Asistieron a un archivo en el último año	5,0	5,3	4,6
Fueron a una biblioteca en el último año	20,5	18,6	22,3
Accedieron por Internet a una biblioteca en el último año	9,6	10,2	9,1
Leyeron libros en el último año	58,7	56,0	61,2
Leyeron libros relacionados con la profesión o estudios	27,4	30,3	24,5
Leyeron libros no relacionados con la profesión o estudios	52,3	47,2	57,2
Leyeron libros en formato digital en el último año	6,5	8,2	4,8
Asistieron al teatro en el último año	19,0	17,0	21,0
Hicieron teatro en el último año	2,1	1,7	2,4
Asistieron a la ópera en el último año	2,6	2,7	2,5
Asistieron a la zarzuela en el último año	1,6	1,5	1,6
Asistieron a espectáculos de ballet o danza en el último año	6,1	4,8	7,4
Hicieron danza o baile en el último año	3,9	2,1	5,7
Escucharon música en el último mes	82,7	84,7	80,7
Asistieron a conciertos de música clásica en el último año	7,7	7,6	7,8
Asistieron a conciertos de música actual en el último año	25,9	29,0	22,9
Tocaron un instrumento musical en el último año	8,0	10,2	5,9
Cantaron en un coro en el último año	2,4	1,8	2,9
Asistieron al cine en el último año	49,1	50,5	47,7
Vieron vídeos en el último mes	49,6	53,5	46,0
Hicieron fotografía en el último año	29,1	30,9	27,3
Hicieron vídeos en el último año	12,8	14,5	11,1
Descargaron música gratuitamente en el último trimestre	17,7	20,4	15,1
Descargaron vídeos gratuitamente en el último trimestre	17,4	20,5	14,5
Utilizar videojuegos en el último mes	13,7	20,6	7,1
Utilizar ordenador por ocio en el último mes	53,6	58,5	49,0
Utilizar Internet por ocio en el último mes	52,5	56,9	48,3

Las mujeres realizan con más intensidad actividades artísticas como pintar o dibujar y presentan tasas superiores a la media en visitas a exposiciones o galerías de arte, observándose en los varones mayor intensidad en las visitas a museos, monumentos y yacimientos arqueológicos.

Tocar un instrumento musical, hacer fotografía o vídeo son aficiones artísticas más frecuentes entre los varones, 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, etc.; asisten más a espectáculos escénicos o musicales, leen más, van más a bibliotecas, compran más; realizan más prácticas culturales activas. Esta altísima participación va decreciendo, con mayor o menor intensidad, al aumentar la edad de forma sistemática. Entre las escasas excepciones a esta regla pueden citarse la lectura no profesional y la de prensa, escuchar la radio o la asistencia a conciertos de música clásica.

Sin duda el nivel de estudios es la variable más determinante en la participación cultural, ascendiendo ésta de forma sistemática con él.

### 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. En el cuadro se ha recogido una selección de estos indicadores.

Tal y como puede observarse en el cuadro, 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, 84,9%, frente al 58,7% del conjunto de la población analizada. En ellos se duplica la tasa anual de asistencia al teatro, alcanzando el 38,6% y los que asistieron al cine alcanzan el 71,9% en este colectivo. Entre aquellos que leyeron un libro en el último trimestre la tasa de asistencia a museos alcanza el 47,5%, un 30% asiste al teatro cada año y un 35,5% a conciertos de música actual.

Los que asistieron a algún espectáculo en directo de artes escénicas duplican la tasa de asistencia a museos, que asciende al 63,2% en este grupo y alcanzan el mayor valor de lectura y de asistencia anual al cine, con porcentajes del 85,6% y del 74,6% 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 80,1% en términos anuales, y de asistencia al cine, el 71,4%. Prácticamente todos ellos suelen escuchar música al menos una vez al mes, 96%.

Los que asisten al cine cada año superan en 16 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 29,9% de asistencia anual al teatro.

Por lo que respecta a la vinculación entre nuevas tecnologías y cultura, la encuesta ofrece indicadores que muestran, por ejemplo, que entre aquellos que suelen utilizar el ordenador es mucho más frecuente la asistencia al cine y la afición por la música o la lectura, con tasas que ascienden al 69,8%, 94,4% y 78,1% respectivamente en este colectivo.

**Cuadro 2. Indicadores de participación cultural interrelacionados.**

(En porcentaje).

	Asistieron a un museo (año)	Leyeron (año)	Asistieron al teatro (año)	Asistieron a conciertos de música actual (año)	Asistieron al cine en (año)	Escuchan música (mes)
<b>TOTAL</b>	30,6	58,7	19,0	25,9	49,1	82,7
Los que asistieron a museos, galerías o exposiciones	80,7	84,9	38,6	40,4	71,9	93,6
Los que leyeron ( trimestre)	47,5		30,0	35,5	66,5	92,9
Los que asistieron a espectáculos de escénicas	63,2	85,6	84,7	45,6	74,6	94,1
Los que asistieron a conciertos	50,2	80,1	36,2	85,6	71,4	96,0
Los que asistieron al cine	46,4	77,8	29,9	38,2		94,1
Los que escucharon música (mes)	34,5	65,8	21,7	30,2	55,9	
Los que suelen utilizar el ordenador (mes)	44,0	78,1	27,5	37,4	69,8	94,4

**Cuadro 3. Evolución de los principales indicadores de participación cultural. (En porcentaje).**

	2002-2003	2006-2007	2010-2011
	En el último año		
<b>MUSEOS, EXPOSICIONES Y GALERIAS (<i>Visitaron</i>)</b>		38,2	37,9
Museos	27,5	31,2	30,6
Exposiciones		24,7	25,7
Galerías de arte		13,7	13,6
<b>MONUMENTO Y YACIMIENTOS (<i>Visitaron</i>)</b>		35,6	40,7
Monumentos	28,8	34,1	39,5
Yacimientos		13,0	13,9
<b>ARCHIVOS (<i>Asistieron o visitaron</i>)</b>	3,5	3,9	5,0
<b>BIBLIOTECAS (<i>Fueron o accedieron</i>)</b>		19,2	24,9
Ir a una biblioteca	20,0	17,6	20,5
Acceder por Internet		4,6	9,6
<b>LECTURA (<i>Leyeron libros</i>)</b>		57,7	58,7
Libros relacionados con la profesión o estudios		25,1	27,4
Libros no relacionados con la profesión o estudios	45,5	52,5	52,3
<b>ARTES ESCENICAS Y MUSICALES (<i>Asistieron</i>)</b>		40,9	40,0
<b>ARTES ESCENICAS (<i>Asistieron</i>)</b>		22,1	22,5
Teatro	23,4	19,1	19,0
Opera	3,0	2,7	2,6
Zarzuela	2,6	1,9	1,6
Ballet/ danza	4,6	5,1	6,1
<b>ARTES MUSICALES (<i>Asistieron</i>)</b>		31,2	30,2
Conciertos de música clásica	8,4	8,4	7,7
Conciertos de música actual	24,6	26,4	25,9
<b>CINE (<i>Asistieron</i>)</b>	55,6	52,1	49,1
<b>OTRAS PRACTICAS CULTURALES</b>			
Centros culturales ( <i>Asistieron</i> )	14,1	22,9	19,2
Conferencias ( <i>Asistieron</i> )	9,3	13,8	13,1
Cursos vinculados a la cultura ( <i>Realizaron</i> )		5,7	6,7
	En el último mes		
<b>ESCUCHAR MUSICA (<i>Suelen escuchar</i>)</b>	83,0	86,9	82,7
<b>PUBLICACIONES PERIODICAS (<i>Suelen leer</i>)</b>			
Prensa diaria de información general	60,5	73,8	71,5
Prensa deportiva	29,8	25,1	32,8
Revistas culturales	13,2	15,2	17,7
<b>AUDIOVISUALES (<i>Suelen ver o escuchar</i>)</b>			
Radio	78,6	81,6	77,1
Vídeo	42,6	51,9	49,6
Televisión(*)	98,0	98,2	96,7
<b>NUEVAS TECNOLOGIAS (<i>Suelen utilizar</i>)</b>			
Ordenador	30,3	45,1	57,0
Por ocio o tiempo libre		37,7	53,6
Internet	21,8	39,5	55,2
Por ocio o tiempo libre		33,1	52,5

(\*)Para 2006-2007, Total suelen

### Evolución de los principales indicadores de participación cultural

Resulta importante destacar que, desde la última encuesta realizada, con referencia a 2006-2007, se observa un crecimiento en las tasas de la asistencia anual a exposiciones, monumentos, yacimientos y a archivos. De forma análoga se observa un notable crecimiento de la asistencia a bibliotecas, muy especialmente si se consideran los accesos por Internet y un incremento en las tasas anuales de lectura. Por lo que se refiere a las artes escénicas ha de destacarse la favorable evolución de la asistencia a espectáculos de ballet y o danza. Frente a ello se observan ligeros descensos en las tasas anuales de asistencia a teatro, ópera, zarzuela o en los asistentes a conciertos. Si bien disminuyen las tasas de asistentes al cine, éste continúa siendo sin duda el espectáculo cultural con más adeptos.

Si se comparan los resultados de la encuesta con los disponibles para el periodo 2002-2003, se observa un crecimiento en las tasas de la asistencia anual a museos, monumentos y a archivos. De forma análoga se observa un crecimiento de la asistencia presencial a bibliotecas, y un incremento en las tasas anuales de lectura. Por lo que se refiere a las artes escénicas y musicales destaca la favorable evolución de la asistencia a espectáculos de ballet o danza y a conciertos de música actual.

# Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2010-2011

## R1. Personas que realizaron o suelen realizar determinadas actividades culturales

(En porcentaje de la población de cada colectivo)

	EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE			EN EL ÚLTIMO AÑO		
	Total	Varones	Mujeres	Total	Varones	Mujeres
<b>MUSEOS, EXPOSICIONES Y GALERÍAS DE ARTE (Visitaron)</b>	20,6	21,0	20,3	37,9	38,1	37,6
Museos	15,1	15,5	14,7	30,6	30,7	30,5
Exposiciones	14,2	13,9	14,5	25,7	25,2	26,2
Galerías de arte	6,9	7,0	6,8	13,6	13,5	13,7
<b>MONUMENTOS Y YACIMIENTOS (Visitaron)</b>	23,2	25,0	21,4	40,7	42,7	38,8
Monumentos	22,1	23,6	20,6	39,5	41,2	37,8
Yacimientos arqueológicos	6,3	7,2	5,4	13,9	15,6	12,3
<b>ARCHIVOS (Asistieron o visitaron)</b>	2,8	3,0	2,6	5,0	5,3	4,6
<b>BIBLIOTECAS (Fueron o accedieron)</b>	19,3	18,4	20,2	24,9	23,7	26,0
Ir a una biblioteca	15,4	13,9	16,8	20,5	18,6	22,3
Acceder por Internet	7,7	8,2	7,3	9,6	10,2	9,1
<b>LECTURA (Leyeron libros)</b>	51,1	48,0	54,0	58,7	56,0	61,2
Libros relacionados con la profesión o estudios	22,4	24,7	20,2	27,4	30,3	24,5
Libros no relacionados con la profesión o estudios	43,3	38,0	48,4	52,3	47,2	57,2
En formato papel (Suelen utilizar)				58,3	55,5	60,9
En formato digital (Suelen utilizar)				6,5	8,2	4,8
Directamente de Internet (Suelen utilizar)				4,1	5,0	3,2
<b>ARTES ESCÉNICAS Y MUSICALES (Asistieron)</b>	21,4	21,2	21,6	40,0	41,1	39,0
<b>ARTES ESCÉNICAS (Asistieron)</b>	11,0	9,3	12,7	22,5	19,9	24,9
Teatro	8,6	7,4	9,8	19,0	17,0	21,0
Ópera	0,9	0,9	0,9	2,6	2,7	2,5
Zarzuela	0,6	0,4	0,7	1,6	1,5	1,6
Ballet/ danza	2,9	2,2	3,5	6,1	4,8	7,4
<b>ARTES MUSICALES (Asistieron)</b>	14,4	15,5	13,3	30,2	32,9	27,6
Conciertos de música clásica	3,5	3,5	3,6	7,7	7,6	7,8
Conciertos de música actual	11,9	13,1	10,7	25,9	29,0	22,9
<b>CINE (Asistieron)</b>	34,5	36,2	32,9	49,1	50,5	47,7

	EN LA ÚLTIMA SEMANA			EN EL ÚLTIMO MES		
	Total	Varones	Mujeres	Total	Varones	Mujeres
<b>ESCUCHAR MÚSICA (Suelen escuchar)</b>	79,8	82,1	77,5	82,7	84,7	80,7
En el ordenador o directamente de Internet	17,0	19,4	14,8	17,3	19,6	15,0
<b>PUBLICACIONES PERIÓDICAS (Suelen leer)</b>				80,4	85,9	75,1
Directamente en Internet				14,4	19,0	10,0
Gratuitas				37,5	41,6	33,6
Prensa diaria de información general	66,4	74,4	58,7	71,5	78,3	64,9
Prensa deportiva	30,6	53,9	8,3	32,8	57,0	9,6
Revistas culturales	9,3	10,5	8,2	17,7	19,1	16,3
<b>AUDIOVISUALES (Suelen ver o escuchar)</b>						
Radio	75,4	78,2	72,6	77,1	79,6	74,7
Directamente en Internet				8,4	10,2	6,7
Vídeo	31,8	35,5	28,2	49,6	53,5	46,0
Directamente en Internet				6,8	8,1	5,6
Televisión	96,6	96,6	96,6	96,7	96,8	96,7
Directamente en Internet				5,9	7,1	4,7
<b>VIDEOJUEGOS (Suelen utilizar)</b>	10,0	15,5	4,6	13,7	20,6	7,1
<b>NUEVAS TECNOLOGÍAS (Suelen utilizar)</b>						
Ordenador	55,3	60,1	50,7	57,0	61,8	52,4
Por ocio o tiempo libre	51,4	56,4	46,6	53,6	58,5	49,0
Internet	53,6	58,2	49,2	55,2	59,7	50,9
Por ocio o tiempo libre	50,6	55,1	46,3	52,5	56,9	48,3

## R2. Personas que han realizado en el último año determinadas prácticas culturales activas

(En porcentaje de la población de cada colectivo)

	Total	Varones	Mujeres
Escribir	7,1	6,1	8,1
Pintar o dibujar	13,2	11,2	15,1
Otras artes plásticas	7,7	5,4	9,9
Hacer fotografía	29,1	30,9	27,3
Hacer vídeo	12,8	14,5	11,1
Diseño de páginas Web	2,6	3,9	1,4
Otras audiovisuales	1,9	2,6	1,3
Teatro	2,1	1,7	2,4
Danza, ballet, baile	3,9	2,1	5,7
Tocar un instrumento musical	8,0	10,2	5,9
Cantar en un coro	2,4	1,8	2,9
Otras vinculadas a la música	3,6	4,3	2,9
Otras aficiones artísticas	2,9	2,4	3,5

## 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	Varones	Mujeres
Centro Cultural	19,2	19,2	19,2
Conferencia o mesa redonda	13,1	13,9	12,3
Cursos de formación complementaria vinculados a la cultura	6,7	5,1	8,3
Zoo o un Parque con animales	16,5	16,4	16,6
Jardín Botánico	12,1	12,8	11,5
Parque Temático	15,1	15,9	14,3
Parque Acuático	14,8	15,5	14,1
Parque de Atracciones	17,5	18,2	16,9
Circo	8,2	7,7	8,6
Otros espectáculos escénicos(*)	3,4	3,5	3,2
Feria	51,0	53,4	48,7
Espectáculos deportivos	28,0	39,5	16,9
Toros	8,5	10,6	6,4

(\*) Excluye teatro, ópera, zarzuela, danza, ballet y circo

**R4. Personas que han recibido cursos de formación complementaria vinculados a la cultura según tipo**

	Total	Varones	Mujeres
TOTAL. <i>(En porcentaje de la población de cada colectivo)</i>	6,7	5,1	8,3
Distribución porcentual	100	100	100
Curso o taller de escritura	4,5	4,0	4,8
Pintura o dibujo	11,4	9,8	12,4
Otras artes plásticas	7,7	3,3	10,4
Fotografía no profesional	7,8	12,6	5,0
Otras audiovisuales	4,0	6,0	2,8
Diseño	4,5	5,6	3,8
Teatro	4,0	3,0	4,5
Danza	16,4	8,6	21,0
Otras artes escénicas	0,4	0,6	0,3
Tocar un instrumento musical	10,8	15,2	8,2
Otra formación musical	4,3	5,5	3,6
Otras materias vinculadas a la cultura	33,6	36,2	32,1

**R5. Personas que han realizado compras de diversos equipamientos culturales en el último trimestre**

*(En porcentaje de la población de cada colectivo)*

	Total	Varones	Mujeres
Libros	34,9	32,3	37,4
Relacionados con la profesión o estudios	11,1	11,5	10,7
No relacionados con la profesión o estudios	29,1	25,8	32,2
Música grabada	11,7	13,2	10,3
Videos	10,7	12,3	9,1

**R6. Personas que han obtenido libros, música o vídeos en el último trimestre según vías de adquisición**

*(En porcentaje de la población)*

	Libros	Música	Vídeo		Libros	Música	Vídeo
<b>COMPRA</b>				<b>POR VÍAS DISTINTAS A LA COMPRA</b>			
En un establecimiento	32,1	10,0	7,7	Descarga gratuita de Internet	0,6	17,7	17,4
En un kiosco de prensa	1,5	0,3	2,2	Fotocopia	0,6	-	-
Por correo, teléfono o suscripción	1,9	0,1	0,1	Grabación desde Tv. o radio	-	0,2	0,9
En un mercadillo o puesto ambulante (Con marca)	-	0,3	0,3	Copia de un amigo	-	1,7	1,3
En un mercadillo o puesto ambulante (SIN marca)	-	0,4	0,6	Préstamo	4,5	-	-
Por Internet	1,1	1,3	0,4	Regalo	5,9	0,2	0,5





**La Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2010- 2011 es una operación estadística elaborada por el Ministerio de Cultura perteneciente al Plan Estadístico Nacional.**